

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Університет Миколая Коперника в Торуні (Польща)
Варшавська Політехніка (Польща)
Всеукраїнська асоціація консультантів з управління
Кавказький міжнародний університет (Грузія)
Міжнародний чорноморський університет (Грузія)
Суспільна академія наук у м. Лодзь (Польща)
Університет менеджменту охорони праці в Катовіце (Польща)
Університет прикладних наук Верхньої Австрії
Університет Хакухо (Японія)
Університет в Домброві Гурнічій (Польща)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

МАТЕРІАЛИ
міжнародної науково-практичної конференції

16 квітня 2021 року
м. Харків – м. Торунь

Дніпро
«Середняк Т.К.»
2021

УДК 005:658 (06)
С91

Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика – матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків – м. Торунь, 16 квітня 2021 року. — Днепр: Середняк Т. К., 2021. – 339 с.
ISBN 978-617-7953-98-1

Співорганізатори конференції:
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Університет Миколая Коперника в Торуні (Польща)

Голова організаційного комітету:
Пономаренко В. С. – д. е. н., професор, ректор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Заступники голови організаційного комітету:
Борова Т. А. – д. пед. н., професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Вовк В. А. – к.е.н., доцент, декан факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Лепейко Т. І. – д. е. н., професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Малярець Л. М. – д. е. н., професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Назарова Г. В. – д. е. н., професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пилипенко А. А. – д. е. н., професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пушкар О. І. – д. е. н., професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Ястремська О. М. – д. е. н., професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Вчений секретар конференції:
Мазоренко О. В. – к. е. н., доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА	8
<i>Barkova K.O.</i> Influence of information technologies on organizational culture.....	9
<i>Kanova O.</i> Modern approaches to the strategic planning of an economic system development.....	11
<i>Kotlyk A., Gres G.</i> Does flexible, agile, adaptive and organic organizational structure mean the same?	13
<i>Lepeyko T., Jianping M.</i> The essence of the organizational culture concept	15
<i>Myronova O., Kaabar N.</i> Justification of marketing activity organization at an enterprise	17
<i>Pererva I. M.</i> Using the scrum method in project management	19
<i>Горбась І.М., Лінник М.С.</i> Організаційно-методичне забезпечення автоматизації внутрішніх бізнес-процесів підприємства на прикладі АТ «КІЇВПАССЕРВІС»	21
<i>Грузіна І.А.</i> Компетентнісний підхід до стратегічного управління організацією	24
<i>Казьмін І.О.</i> Визначення сутності поняття «організаційна трансформація» підприємств	27
<i>Карпенко Ю.В., Пенова А.І.</i> Теоритичні підходи щодо трактування сутності поняття матеріального потoku	29
<i>Кривобок К.В.</i> Особливості впливу зовнішнього середовища на адаптивність підприємства	31
<i>Кузнецова І.О., Горбатюк В.В.</i> Сучасні концепції мінімізації витрат виробництва	34
<i>Лепейко Т.І., Янієва Д.Д.</i> Мотиваційний вплив в системі елементів організаційної культури підприємства	37
<i>Мельник А.О.</i> Роль матеріальної мотивації в сучасних економічних умовах	40
<i>Нечипорук О.В.</i> Правове регулювання інвестиційної діяльності в Україні	42
<i>Нікітіна І.В., Козлова І.М.</i> Принципи кадрової політики та проблеми її формування.....	46
<i>Полюхович М.В.</i> Особливості оцінки ступеню компетентності фахівців, які розробляють стратегію підприємства при формуванні групи експертів.....	48
<i>Семкова Л.В.</i> Спрощена система оподаткування в Україні.....	50
<i>Сорокіна А.С.</i> Трансдисциплінарність як сучасна технологія управління	53
<i>Таранюк Л.М., Д'яконова І.І., Замора О.О.</i> Стратегічний аналіз роботи суб'єктів бізнесу в умовах пандемії	57
<i>Тисячна Ю.С.</i> Формування депозитної стратегії банку з урахуванням стадій розвитку депозитних продуктів	60
<i>Черноіванова Г.С., Василик С.К.</i> Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в кризових умовах	64
<i>Щербак А. М.</i> Оцінювання інформаційних процесів управління сучасним підприємством	66
СЕКЦІЯ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ	68
<i>Єрфорт І.Ю., Єрфорт Ю.О.</i> Порівняльний аналіз критеріїв для оцінки результатів діяльності підприємства	69
<i>Kosharna V.</i> Internet technologies in the marketing of educational services.....	72
<i>Строкович Г.В., Кумар А.</i> Інформаційне суспільство – основа формування суспільства знань.....	74
<i>Велика О.Ю., Рибак А.А.</i> Особливості організаційних змін на підприємстві	77
<i>Геращенко І.М., Александрова Д.В.</i> Рекрутинг як комунікативний бізнес-процес для досягнення цілей та стратегії підприємства	80
<i>Геращенко І.М., Зінін К.О.</i> Аналіз мотивації персоналу в процесі стратегічного управління життєдіяльності підприємства.....	83

<i>Геращенко І. М., Макаров А.Д.</i> Роль управління маркетингом на підприємстві та етапи стратегічного планування маркетингової діяльності	86
<i>Демченко Г. В.</i> Програма управління ризиками підприємства	89
<i>Штанова А.Л., Мельниченко С.В.</i> Формування стратегії ціноутворення підприємств ринку кінопрокату на прикладі мереж кінотеатрів	92
<i>Самойленко В. В.</i> Удосконалення процесу управління якістю продукції на підприємстві	94
<i>Колодізева Т. О., Озерова Л.С.</i> Удосконалення методичного інструментарію аналізу вантажопотоків транспортного підприємства	96
<i>Небиліця О.А.</i> Чат-боти як ефективний стратегічний та інноваційний напрям розвитку бізнесу.....	99
<i>Пасько М.І.</i> Формування структури маркетингового потенціалу промислового підприємства.....	102
<i>Трушикіна Н.В., Шкригун Ю.О.</i> Визначення поняття «Клієнтський досвід»	104
<i>Сігаєва Т. Є., Лапкін Є. С.</i> Управління транспортно-складським процесом на підприємстві.....	107
<i>Томах В. В.</i> Вендинг як конкурентна перевага в умовах Covid-19.....	110

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ:

НАЙКРАЩА ПРАКТИКА І НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ.....

<i>Аграмакова Н. В.</i> Використання метапрограм для розвитку комунікативної компетенції фахівця.	114
<i>Ачкасова О. В., Агавердієва Х.Ф.</i> Застосування методу «360 градусів» в управлінні соціально-психологічним кліматом організації	117
<i>Гончарова С. Ю., Гончаров А. Б.</i> Стратегія інвестування в людські ресурси: роль, види та особливості.....	120
<i>Дем'яненко А. А.</i> Соціальний захист у сфері зайнятості в умовах впливу пандемії Covid-19	123
<i>Дибач І.Л.</i> Фактори покращення використання робочого часу науково-педагогічних працівників вищої школи	125
<i>Єрмоленко О.А., Єрмоленко О.О.</i> Конфлікти у публічному управлінні	127
<i>Іванісов О. В.</i> Формування системи трудової адаптації молоді на вітчизняних підприємствах	130
<i>Малюкіна А. О.</i> Умови та принципи встановлення відносин стратегічного партнерства	133
<i>Мишина С.В., Мишин О.Ю.</i> Технологія аналізу соціальних проєктів.....	135
<i>Новак І.М., Жук І.Л.</i> Оцінювання соціальних інвестицій для забезпечення сталого людського розвитку на корпоративному рівні	139
<i>Писаревська Г.І.</i> Сучасні тенденції та перспективи впровадження HR-діджиталізації на підприємстві.....	142
<i>Сиволап Л.А.</i> Сучасні технології HR-менеджменту	146
<i>Сотнікова Ю.В.</i> Класифікація видів та форм соціального захисту в Україні	149
<i>Степанова Е.Р.</i> Діджитал HR-менеджмент в системі розвитку людських ресурсів	152
<i>Фоміна О.О.</i> Волонтерство, як форма соціальної економічної поведінки	154
<i>Журба І.О., Ядвіга О.В.</i> Функціональне обстеження як інструмент інституціонального розвитку і реформування системи публічного управління в департаменті соціальної політики Черкаської міської ради.....	157

СЕКЦІЯ 4. ТЕХНОЛОГІЇ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

<i>Близнюк Т.П.</i> Феномен свята в національній культурі.....	161
<i>Кінас І.О., Серіков Д.О.</i> Сучасні підходи до формування складу персоналу для івент заходів.....	164
<i>Мазоренко О.В.</i> Як Covid-19 вплинув на івент-індустрію?.....	167
<i>Немашикало К.Р., Бутенко Д.С.</i> Формування позитивного іміджу івент-агенства.....	169
<i>Maistrenko O.</i> Justification of corporate image for the purpose of creating a superbrand.....	170

<i>Andriichenko Zh.</i> Modern means of social projects digitalization.....	172
<i>Ларіна К.В.</i> Перспективи розвитку event ринку в умовах пандемії.....	175
СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ ПЕДАГОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В НАВЧАННІ МЕНЕДЖМЕНТУ	179
<i>Аджиба О. Г., Ткач Г. В.</i> Менеджер, його місце і роль в організації.....	180
<i>Бацула Н. В., Борова Т. А.</i> Модель адаптивного управління освітнім процесом в умовах гуманізації вищої освіти	183
<i>Бойко О.М., Кравченко Г.Ю.</i> Система мотивації професійної діяльності науково-педагогічних працівників у закладах вищої освіти	186
<i>Гришко А.Б., Петренко В.О.</i> Особливості сучасного освітнього менеджменту.....	189
<i>Дубцова О.В., Мішина О.М.</i> Вербальні компоненти веб-курсу.....	192
<i>Коломійцева С.О., Рябова З.В.</i> Тренінгові технології навчання в закладах освіти	194
<i>Maksymova I.</i> Project-based learning in the development of students' professional skills.....	197
<i>Marchuk A., Urazova S.</i> Aspects of innovative education environment formation in the process of vocational development of managers	200
<i>Мотуз Г.А., Кравченко Г.Ю.</i> Організація співпраці педагогів, учнів, батьків, в умовах упровадження освітніх технологій у навчально-виховний процес закладу освіти	203
<i>Наумова О.А., Кравченко Г.Ю.</i> Педагогічний коучинг як інноваційна технологія управління закладом освіти	206
<i>Ноготушкіна А.Д., Кравченко Г.Ю.</i> Удосконалення системи діловодства та ділової комунікації у закладі дошкільної освіти.	209
<i>Панченко В.В., Пилаєва Т.В.</i> Управління організаційною культурою закладу вищої освіти	212
<i>Полежаєва О.В.</i> Distance learning benefits in pandemic conditions.....	215
<i>Правда С.І., Будянська В.А.</i> Аналіз як основа стратегічного розвитку закладу освіти	218
<i>Редька О.О., Кравченко Г.Ю.</i> Контроль та його місце в системі управління.....	221
<i>Свинаренко М.С., Астахова М.С.</i> Педагогічні умови створення професійного іміджу вихователя як управлінська проблема.....	224
<i>Чумак К.О., Петренко В.О.</i> Теоретико-прикладні засади використання інформаційно-комунікативних технологій у діяльності закладу вищої освіти.....	229
<i>Шайпов Р.К., Почуєва О.О.</i> Сучасні проблеми та організація фізичного виховання закладу загальної середньої освіти	232
<i>Кіреєва Н.М., Будянська В.А.</i> Типові конфлікти в системі «Адміністрація-Учитель» і шляхи їх розв'язання.....	235
<i>Пугач Н.І., Кравченко Г.Ю.</i> Теоретичні аспекти корекційної роботи з дітьми молодшого шкільного віку	238
СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	241
<i>Silichova T.V.</i> Using of some elements of game theory in business organizations	242
<i>Zhelezniakova E.</i> Number of fixed communications in Ukraine in 2016-2020.....	244
<i>Гребенікова Т., Денисова Т.</i> Дослідження розвитку банківської і страхової систем на основі оцінки інтеграцій складових фінансового сектору.....	246
<i>Воронін А. В.</i> Складена динаміка виробничої системи	249
<i>Лебедева І.Л.</i> Вплив карантину і карантинних обмежень на деякі тенденції в ІТ-сфері України і світу.....	251

<i>Мартинова О.В.</i> Огляд методів опису діяльності підприємства та прийняття рішень на основі теорії нечітких множин	254
<i>Місюра Є.Ю.</i> Розрахунок собівартості теплопостачання на прикладі КП «Харківські теплові мережі» з використанням економетричних моделей	257
<i>Норік Л.О., Внукова К.І.</i> Статистичний аналіз капітальних інвестицій за регіонами України	259
<i>Степанова К.В., Тижненко О.Г.</i> Синтез методів для комплексної оцінки фінансового стану підприємства	262
<i>Lebedev S.S.</i> Intellectual migration as one of the factors determining the state of the «Human Potential» system Ukrainian realities	264
<i>Гуцько О.В.</i> Модель фінансової піраміди.....	267
<i>Tuzhnenko A.G.</i> The optimal ridge method and the modified OLS	269
<i>Малярець Л.М., Фатьянов Д.В.</i> Вибір методів оцінки структурних змін експортно-імпортного потенціалу підприємства	273
<i>Klyutenko A., Nevzorova O., Sigaeva T.</i> Elasticity theory and its practical application.....	275

СЕКЦІЯ 7. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ

ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	278
<i>Азаренков Г.Ф., Марачевська А.В.</i> Світові та вітчизняні тенденції розвитку аутсорсингу бухгалтерського обліку в бізнесі	279
<i>Безкоровайна Л. В.</i> Особливості формування доходів і витрат комунальних некомерційних підприємств.....	282
<i>Бочарова Н.А., Тихоненко О.С.</i> Встановлення сутності внутрішнього фінансового контролю	285
<i>Войтко В.В.</i> Удосконалення внутрішньої фінансової звітності на підприємстві.....	287
<i>Жиліна Ю. П.</i> Оптимізація обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємства за критерієм збалансованості	290
<i>Кожушко О. В.</i> Порядок організації судово-економічної експертизи договорів оренди	292
<i>Кривцова Т. О.</i> Вдосконалення методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання.....	295
<i>Кудіна О. М.</i> Нормативно-правове забезпечення елементів системи оподаткування малого та середнього бізнесу в Україні.....	299
<i>Курган Н. В.</i> Обліково-аналітичне забезпечення управління валютними заборгованостями нерезидентів за експортно-імпортними контрактами	302
<i>Лабунська С.В.</i> Сучасні підходи до формування інформаційної бази щодо оцінки інтегрального показника бізнес-спроможності в системах бухгалтерського обліку та менеджменту підприємства	306
<i>Лядова Ю. О.</i> Організація внутрішнього аудиту на сучасному підприємстві.....	310
<i>Пасенко Н.С.</i> Обліково-аналітичне забезпечення діяльності торгівельних підприємств.....	312
<i>Пасічник І. Ю.</i> Особливості визнання та відображення в обліку електронного цифрового підпису..	315
<i>Пилипенко А.А.</i> Використання системного підходу в організації управлінського звітування підприємств та інтегрованих структур бізнесу	318
<i>Писарчук О.В.</i> Трансформація структури активів в системі управління розвитком підприємств в умовах нової економіки	320
<i>Prokopishyna O.V.</i> Accounting and analytical support for corporate strategies in international business.....	322
<i>Собакар М.В.</i> Підходи до визнання криптовалюти в системі бухгалтерського обліку.....	325
<i>Фартушняк О.В.</i> Поняття електронних грошей, їх класифікаційні ознаки та види	328
<i>Часовнікова Ю.С.</i> Бізнес-план малого підприємства – сучасні підходи до складання	330
<i>Ярцева О.С.</i> Організація консолідації облікового-аналітичної інформації в управлінні бізнес-процесами підприємства.....	332

Le Thi Hong Phuong, Nguyen Thi Binh Yen Vietnamese accounting account systems in the process of economic transition..... 335

СЕКЦІЯ 1

Сучасні технології управління:
теорія та практика

JEL J53; M14; L86

INFLUENCE OF INFORMATION TECHNOLOGIES ON ORGANIZATIONAL CULTURE

Barkova Kateryna Oleksandrivna

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics/Management and business department, Kharkiv, Ukraine

Abstract — Modern information technologies (IT) development make great influence not only on business processes in general, but also on enterprises' formation and so this can lead to real behavioral changes and impact on future decision making process. Moreover, connection between IT and organizational culture depends through today's possibility of fast information exchange between personnel and their reaction on this.

Key Terms — Adaptation, development, enterprise, information technologies, organizational culture.

In terms of high external environmental dynamics, each enterprise seeks to maintain stability. Having lost it, the company seeks to establish a new equilibrium point. And for the enterprise, as for other systems interacting with the external environment, unstable states are most characteristic, and stable states can only be purchased for short periods of time. The task of managers is to ensure the dynamic equilibrium of the enterprise and its elements in the external environment, which will increase its stability.

Despite the fact that this question is rather important and have huge impact on enterprise development – not a lot of scientists consider this topic and propose some actual information for further discussion. Among researches, who considers influence of IT on organizational culture can be mentioned E. Erdurmazh [1], Doctor of Business Administration at Gendarmerie and Coast Guard Academy. He wrote that “information technologies can have direct and indirect effects on organizational cultures based on the information technologies' influences on organizational structures and the processes, activities, and human relations within these structures” [1]. So, the main idea is that information technolo-

gies influences on organizational culture through organizational structure, differentiation (through reducing tendency in increasing the number of subunits and making it harder to understand the larger structure that people contribute to with their skills and expertise), centralization (through providing by information technologies more data about market trends, opportunities and customers; creating of synergies between different relating institutions), standardization/formalization (with help of IT development it became much easier to avoid negative effect on enterprises' procedures through reduction of formalization which leads to productivity increasing).

Furthermore, can not be ruled out those fact, that technologies have huge influence on cultural values, norms and rules.

In article of J. Sehanovic and D. Etinger [2] it is described that information technologies and information systems (IS) have impact on such organization values, as: system of messages to a customer, competition's activities, available potentials, change of environment, dynamic test of strength and weakness and critical analysis of achieved effects.

Besides, such element of organization climate being influenced: motivation, productivity, creativity and innovativeness. Should be allocated influence of IT on such deep elements as ceremonies, rituals, myth, legends, standards, attitude, beliefs, communications, symbols. All of them are presented in tab. 1, these results were also proposed by J. Sehanovic and D. Etinger [2].

Table 1

IT/IS' effects on other elements of organizational culture [2, p. 339]

Elements of organizational culture	Effects of IT/IS
1. Ceremonies, rituals 2. Narrators, preachers, informers, gossipers, spies	1. Updating of procedures, up-grading. 2. Accurate planning and pursuance of Realization. 3. Multi-media implementation. 4. Engagement of a large number of participants. 5. Filing. 6. Heightened positive and negative effects. 7. Direct communication with target groups and individuals. 8. Improved performance. 9. Development of sophisticated activity systems.
1. Heroes, myths, legends 2. Standards, attitudes and beliefs 3. Language, communication, symbols	1. Efficient development and presentation. 2. Up-grading. 3. Filing. 4. Formalization. 5. Close observation of implementation. 6. Accurate measurements and reporting. 7. Sustenance of trends. 8. Efficient realization. 9. Bringing up to date. 10. Simple distribution.

So because of influence on such elements, information technologies significantly improves the quality of management activities. They allow planning and control processes and make timely adjustments to activities of the organization, provide quick access to the necessary internal and external information, support decision-making.

Such researches, as D. Zornic, S. Plojovic and L. Ribic [3] in their article suggested that information and communication technologies (ICT) can be used as elements of impact on such options as: transactions, geography, automation, analytics, information, sequential, knowledge and management, monitoring tasks and exchange. Detailed information is presented in tab. 2.

Table 2

Possibilities of ICT and the consequences of the organization [3]

Options	Use the organization of ICT
Transactions	Transforming unstructured process routine transactions.
Geography	Communicating quickly and easily at long distances.
Automation	Reduce or replace human labor in the process.
Analytics	Providing a complex analytical process.
Information	Getting large amounts of information.
Sequential	Allowing simultaneous operation of multiple processes.
Knowledge and management	It enables the exchange of knowledge and experts tracking.
Monitoring tasks	Statistics, inputs and outputs.
Exchange	Communicate directly.

Thus, in the modern economy, information technology is an important organizational element that provides competitive advantages and sustainable development of an enterprise, which largely depends on interaction with organizational culture.

References

1. Erdurmazh E. Effects of Information Technologies on Organizational Culture: A Discussion Based on the Key Role of Organizational Structure / E. Erdurmazh. [Electronic resource] – Access mode: https://www.researchgate.net/publication/342336820_Effects_of_Information_Technologies_on_Organizational_Culture_A_Discussion_Based_on_the_Key_Role_of_Organizational_Structure
2. Sehanovic J. Impact of information technologies on elements of organizational culture / J. Sehanovic, D. Etinger. [Electronic resource] – Access mode: <https://bib.irb.hr/datoteka/698491.118949-Jus-Eting-engleski.pdf>
3. Zornic D. Impact of information technology on organizational culture / D. Zornic, S. Plojovic, E. Ujkanovic, L. Ribic. [Electronic resource] – Access mode: https://www.researchgate.net/publication/266970158_Impact_of_information_technology_on_organizational_culture

Authors

Barkova Kateryna Oleksandrivna, lecturer, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (ekateryna.bozhko@hneu.net).

Manuscript received March, 14, 2021.

Published as submitted by the author(s)

JEL 338.984

MODERN APPROACHES TO THE STRATEGIC PLANNING OF AN ECONOMIC SYSTEM DEVELOPMENT

Oleksandra Kanova

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics / Management and Business Department, Kharkiv, Ukraine

Abstract — The paper describes main modern approaches to the strategic planning of an economic system development on the state level. It discusses characteristics of these approaches, its advantages and disadvantages.

Key Terms — strategic planning, economic system, development, partnership.

According to the strategic planning theories [1; 3], the development and implementation of strategic plans for the state economic system of development of can be carried in the following ways:

1) by the authorities, whose competence includes issues of strategic planning of the development of the relevant territory;

2) with the involvement of external experts (in this case, the development of a strategic planning document involves domestic companies, research organizations, higher education institutions, etc., which have the appropriate potential, usually selected on a competitive basis);

3) with the involvement of international experts;

4) in a partnership— all stakeholders are involved in the development of the strategic planning document.

Therefore, it is possible to form three evolutionary approaches to strategic planning for the state economic system development, which are different by the degree of stakeholders' involvement in the strategic planning process.

1. An administrative and managerial approach to strategic planning.

Exclusively the state authorities without any involvement of the public component carry out the development of strategic planning documents for the development of the respective territories. At the same time, all other stakeholders play only a passive role – they are informed

about the results of strategic planning for the development of the respective territories.

The advantages of this approach are the relatively short time spent on developing plans, as it “does not require constant explanations of some specific elements to ignorant, but proactive and populist residents” [3]. However, the objectivity of understanding the real problems of the population is significantly reduced, the causes of destabilizing factors may be unclear. The developed plans may not be perceived by the population, and in the future, when the composition of the authorities changes, they will be rejected altogether. Thus, strategic planning documents developed under this approach are considered to be of the lowest quality, as they take into account the position of only one of the stakeholders, namely the authorities.

2. An expert scientific approach to strategic planning.

Strategic planning documents developed with the involvement of certain experts can be considered of better quality, as the degree of public involvement in the planning process increases. According to this approach, a significant role in the development of strategic plans is transferred to external experts, and government officials provide advice, if necessary. Both domestic and foreign specialists can be involved as experts; they can be employees of research institutions, consulting companies, higher education institutions, etc. This approach allows to consider existing problems from a different angle, and to improve the skills of plan developers. The main criticism of this approach is that as a result we get stereotypical strategies, without taking into account local specifics, and in addition, as in the case of the administrative approach, almost do not take into account the views and needs of citizens.

3. The partnership approach to strategic planning.

This approach gives the best results. It is based on the involvement of all stakeholders in the strategic planning process. This creates a community committee consisting of representatives of various sectors [3].

Thus, for the development of a quality strategic planning document for the state economic system development it is necessary to take into account the following basic principles:

– principle of partnership – involving all actors in the territory (business, government and public) in the development process;

– principle of realism – the implementation of tasks should be based on available resources, capabilities and powers of the community;

– principle of transparency – open discussion of the results of work, as well as ensuring the most effective cooperation with the media, both in the process of preparation and in the process of implementing strategic plans.

The most optimal is the development of strategies on the basis of publicity, dialogue and coordination of interests of all national entities interested in the results of strategic planning, such as government, business and public [3].

For business, the importance of joining the planning process is justified by the provision that the presence of clearly defined goals and directions of development of certain areas will allow entrepreneurs to see prospects for economic development and state support of industries.

The population, as a public component of the stakeholders, on the basis of strategic documents gets an idea of changes in living conditions in the future and can influence this process. The group of authors led by V. Ilyin [2] points out that “the social orientation of the strategy will contribute to the formation of a constructive worldview of citizens, their consolidation and consolidation of political stability” [2, p. 156].

Involvement of stakeholders in the development of the strategy assumes creative and voluntary cooperation of government, business, community, self-government of citizens, scientific, religious and cultural organizations, as well as their associations and other potential actors in the development of the state.

The basis of this approach to the development of future vision of territories is the aware-

ness of the importance and practical implementation of the idea of partnership of all sectors of the national economy in the process of developing strategies and consolidated responsibility for their implementation [1].

The main advantages of the partnership approach to strategic planning of the state economic system development can be summarized as following:

– synergetic effect from the intellectual potential and efforts of a group of experts with the potential of the local community;

– pooling the financial and logistical resources of partners and stakeholders;

– introduction of innovative technologies in the planning process;

– increasing the transparency of government, developing public relations (business, scientific, etc.) and the formation of civil society.

The main condition of a partnership approach to the development of strategic documents is compliance with maximum transparency and publicity of the strategic planning process from the initial stages of developing a strategy to the final works, highlighting the major results in the media.

References

1. Сментина Н. В. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку на мезорівні: теорія, методологія, практика : монографія / Н. В. Сментина. – Одеса: Атлант, 2015. – 365 с.
2. Стратегия развития региона / [колл. авт. под рук. д.э.н., проф. В. А. Ильина]. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2004. – 228 с.
3. Як організувати процес стратегічного планування: практичні рекомендації для українських міст та районів / Проект ЄС/ПРООН “Підтримка регіонального розвитку Криму”. – Сімферополь: ПРООН, 2013. – 68 с.

Authors

Oleksandra Kanova, senior lecturer, S. Kuznets Kharkiv National University of Economics (oleksandra.kanova@hneu.net).

Manuscript received March, 15 2021.

Published as submitted by the author(s).

JEL L22

DOES FLEXIBLE, AGILE, ADAPTIVE AND ORGANIC ORGANIZATIONAL STRUCTURE MEAN THE SAME?

Andrii Kotlyk¹, Georgiy Gres¹

¹ Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics/Management and Business Department, Kharkiv, Ukraine

Abstract — The paper discusses concepts of flexible, agile, adaptive and organic organizational structure, coming to conclusion that, strictly saying, these concepts are not equal by their meaning.

Key Terms — organizational structure, flexible organizational structure, agile organization, adaptive organizational structure, organic organizational structure.

Modern discussion on types of organizational structure oppose traditional bureaucratic, mechanistic structures to flexible, agile, adaptive and organic ones that are considered as those better fitting today's business environment. But concepts of flexible, agile, adaptive and organic structure can actually have different meaning.

First, let's discuss the difference between agile and flexible organizations. Oxford business English dictionary [7] defines agile as "able to adapt quickly to changing situations". The term "agile", according to the Dictionary, is used about small, new companies.

The term "flexible" in Oxford business English dictionary is defined as "able to change or be changed to suit new conditions or situations" [7]. Analysis of these two definitions shows us two differences between them:

1) flexibility means being able to change while agility means being able to quick change, focusing on speed of changes, not only on their possibility;

2) agility better fits to small or new companies.

Today the term "agile" is used to characterize responsiveness and speed of change of a company's working processes rather than structure. For example, Agile Manifesto [5] states responding to change is prior to following a plan.

From another point of view, some scholars consider agility as concept covering all the organization, not only it's processes. W. Aghina at al. [8] consider 5 aspects ("trademarks") of agile organization:

strategy;
structure;
process;
people;
technology.

So structure, it's ability to change is just one aspect of agile organization.

Another aspect of comparison is flexibility versus adaptability.

The flexibility is manifested in the reaction to changes not only in external but also in internal conditions. After all, certain elements of the internal environment of the enterprise (goals, strategy, equipment, personnel, etc.) may change and require changes in other elements and subsystems of the enterprise, which, in turn, requires flexibility of the enterprise's structure. In this case, we can agree with B. Zhukov [2] and other scientists, who emphasize the reactionary nature of the flexibility of the enterprise's structure, because the flexibility in any case is associated with the influence of certain forces (external or internal) and is a reaction to their action.

Analyzing the content of the term "flexibility" in other languages, we can state that in S. Ozhegov's explanatory dictionary [3] the concept "flexible" has several meanings, one of which is "elastic". In turn, the concept "elastic" also has several meanings, including "one that takes its original form after the end of external forces".

Thus, we can distinguish such a property of flexibility as the ability to accept the initial state after the cessation of forces that caused the need

for change, that means the reversibility of change. In our opinion, the reversibility of change is an important property of the flexibility of the enterprise structure.

B. Raizberg believes that adaptability is the ability of a system, organization or individual to adapt to different environmental conditions [4]. Other scientists, for example, M. Budnik [1] also link adaptability to changes exclusively in the external environment.

Thus, adaptability characterizes the ability of the structure to deeper and, in some cases, irreversible, changes. Adaptation to changing environmental conditions may even mean a change in type of economic activity. At the same time, flexibility implies the ability of the enterprise to “switch” between alternative options, with the ability, if necessary, to choose any state an unlimited number of times.

Adaptation takes place in the case of changes in the external environment, because the primary meaning of this term is the adaptation of the organism to changes in the external environment [3]. At the same time, flexibility is manifested in changes in both external and internal environment. Of course, planned changes, such as setting new goals, also require business flexibility, but do not require adaptability.

Finally, we'll compare organic and flexible organizational structures. Organic organization is contrary to a bureaucratic one, those acting as machine, or mechanistic. As stated by W. Aghina at al. [8], the paradigm of organization as machine shifting in the face of new challenges, such as quickly evolving environment, continuous introduction of disruptive technologies, accelerated digitization, democratization of information, and the new war for talents. Such changes lead to the paradigm of considering organizations as living organisms. In this case, organizations are first of all considered as those able to adapt to environment [6]. But it's clear that the structure of such organization can possess all the features of flexible, agile of adaptive structures discussed above as association with living organism makes all those features possible. So organic structure can be considered the

widest concept out of the mentioned in this paper.

To conclude, flexible, agile, adaptive and organic organizational structure have some differences in their meaning, while today a lot of authors consider these concepts interchangeable.

References

1. Буднік М. М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання : Автореф. дис. ... канд. економ. наук : 08.06.01 / М. М. Буднік. – Харків, ХДЕУ, 2002. – 20 с.
2. Жуков Б. М. Инновационное обеспечение гибкого развития промышленных предприятий : теория, инструментарий, реализация: Автореф. дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05 / Б. М. Жуков. – Краснодар, 2007. – 53 с.
3. Ожегов С. И. Словарь русского языка: Ок. 57000 слов / Под ред. докт. филол. наук, проф. Н. Ю. Шведовой. – 14-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1982. – 816 с.
4. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 480 с.
5. Manifesto for Agile Software Development [Electronic resource]. – Access mode: <https://agilemanifesto.org/iso/en/manifesto.html>.
6. Organic Organizations [Electronic resource] // Encyclopedia.com website. – Access mode: <https://www.encyclopedia.com/management/encyclopedia-s-almanacs-transcripts-and-maps/organic-organizations>
7. Oxford business English dictionary / Ed. by D. Parkinson. – Oxford : University press, 2005. – 616 p.
8. The five trademarks of agile organizations [Electronic resource] / Wouter Aghina at al. // McKinsey website. – Access mode: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/the-five-trademarks-of-agile-organizations>.

Authors

Andrii Kotlyk, associate professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (kotlik_a@ukr.net).

Georgiy Gres, PhD student, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (georgiy.gres@gmail.com).

Manuscript received March, 15, 2021.

Published as submitted by the author(s).

JEL 005.73

THE ESSENCE OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE CONCEPT

Lepeyko Tetyana¹ and Jianping Miao²

¹ Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics /Management and Business Department, Kharkiv, Ukraine

² Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics /Management and Business Department, Kharkiv, Ukraine

Abstract — There are many definitions of the concepts of organizational culture in modern scientific literature. The concept of organizational culture still does not have a single interpretation. This paper analyses main approaches to the understanding the essence of the organizational culture concept.

Key Terms — organizational culture, organization, management, concept, environment.

Organizational culture determines the place of any organization in external environment; this is the way of understanding the surrounding reality and internal relations. Modern management practice shows that, organizational culture largely determines the direction of the company's development, and its level and effectiveness from a management point of view and directly affect the investment attractiveness and relevance in a competitive business environment of any organization.

At the middle of the XX century, managers actively started to interest in the problem of shaping the culture of organizations and its role in management. In the scientific literature, the term “organizational culture” was established by the beginning of the 1980s, where the organizational culture was usually understood as a descriptive approach in the study of the practical activities of organizations.

There are many definitions of the concepts of organizational culture in modern scientific literature. The concept of organizational culture still does not have a single interpretation. Let us analyse different approaches to the definition of organizational culture of organization.

E. Jaques [2] mentioned that organizational culture is a habit that has become a tradition, a way of thinking and a way of action, which to a greater or lesser extent is shared by all employ-

ees of an enterprise and must be learned and at least partially accepted by newcomers so that new team members become “their own”.

H. Schwartz and S. Davis [7] noticed that organizational culture is a set of beliefs and expectations shared by the members of the organization. These beliefs and expectations form the norms that largely determine the behavior in the organization of individuals and groups.

Very close is W. Ouchi [5] position, who thought that organizational culture is symbols, ceremonies and myths that communicate to members of the organization important ideas about values and beliefs.

Also mostly the same point of view have C. Michon and P. Stern [3]. According to their opinion organizational culture is a set of behaviors, symbols, rituals, and myths that correspond to shared values inherent in enterprises, and are passed on to each member word of mouth as life experience.

K. Gold [1] noticed that the unique characteristics of the perceived features of an organization, what distinguishes it from all others in the industry are components of organizational culture.

G. Morgan [4] suggested to understand organizational culture as one of the ways to carry out organizational activities through the use of language, folklore, traditions and other means of transmitting the basic values, beliefs, ideologies that guide the activities of an enterprise in the right direction.

E. Schein [6], one of the founders of this concept, mentioned that a set of collective basic rules invented, opened, or developed by a certain group of people as they learn to solve problems related to adaptation to the external environment and internal integration, and are developed well enough to be considered valuable. Therefore, new group members should be taught

these rules as the only correct way to comprehend something, to think and feel in situations related to solving such problems.

In most of these definitions, scientists refer to examples of basic assumptions that the members of the organization adhere to in their behavior and actions. These assumptions are often associated with the perception of the environment (group, organization, society, and world) and regulating its variables (nature, space, time, work, relationships, etc.).

Organizational culture stimulates or forces employees to create a positive image of an enterprise, directs daily activities to achieve not only material but also spiritual goals that are supported by the outside environment, the national and international community.

References

1. Gold K. Managing for Success: A comparison of the private and public sectors / K. Gold // *Public Administration Review*. – 1982. – Nov.–Dec. – P. 2-4.
2. Jaques E. The changing culture of a factory / E. Jaques – New York: Dryden Press, 1952. – 368 p.
3. Michon C. La dynamisation sociale. / C. Michon, P. Stern. – P.: Ed. d") organisation, 1985. – 115 p.
4. Morgan G. Images of Organization. / G. Morgan – Beverly Hills, CA. : Sage, 1986. – 520 p.
5. Ouchi W. Theory "Z": How American business can meet the Japanese challenge / W. Ouchi – Reading, MA: Addison–Wesley, 1981. – 283 p.
6. Schein E.H. Organizational Culture and Leadership: A dynamic view. / E. H. Schein – San Fransisco. CA. : Jossey–Bass Inc., 1985. – 437 p.
7. Schwartz H. Matching corporate culture and business strategy / H. Schwartz, S. Davis // *Organizational dynamics*. – 1981. – P. 30-48.

Authors

Tetyana Lepeyko, head of Management and business department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (lep-eyko.tetyana@gmail.com).

Miao Jianping, PhD student of Management and business department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics.

Manuscript received March, 12, 2021.

Published as submitted by the author(s).

JEL M31

UDC 658.8:621

JUSTIFICATION OF MARKETING ACTIVITY ORGANIZATION AT AN ENTERPRISE

Myronova Olga¹, Kaabar Nour el Houda²

¹ Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics/Management and Business Department, Kharkiv, Ukraine

² Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics/Management and Business Department, Algeria

Abstract — In the article the essence of marketing activity organization is justified. The value drivers of marketing activity organization as well as the approach of achieving an effective for it is discussed. The morphological analysis of the term «marketing system» is performed.

Key Terms — marketing activity, marketing system, marketing activity organization, morphological analysis, value drivers.

This article develops an emergency approach to the structure and performance of marketing activities at the business unit level, as well as higher levels within organizations, by blending the theoretical implications of traditional organization theory and transaction cost economics. Four proposals have been developed to explain the effectiveness, efficiency and adaptability of various marketing organizational structures. In addition, four basic structures of marketing organization are also explored.

The organization of marketing activity changed the expectations of researchers and company workers, making their behavior more hybrid and making competition fierce. Some of the scientists who have researched and implemented marketing organization are: Dane M., Layton R., Ripley M., Karl C., Ray F. The purpose of the paper is to justify the implementation of the marketing organization system in the market. Marketing organization is: seen as a strategy that emphasizes importance;

determine who will make the decisions related to marketing operations;

determine the tasks of each member of the work team and work to delegate authority to this individual to take appropriate decision-making.

From this it can be said that the marketing organization process aims to achieve the greatest efficiency in the implementation of all the marketing work of the organization with high efficiency and quality, which is what the Finishing Profits Company depends on for consultations and studies for all clients.

The morphological analysis of the term «marketing system» is presented in tab. 1.

From the morphological analysis of the term «marketing system» above, there is a similarity in the definitions from the various authors although they viewed the concept of marketing system from different points. This is evident that there is no singular definition that can be authoritatively used as the best.

These definitions opined that marketing system is some form of function(s) or network. G. Dowling argues, «it is a complex social mechanism for coordinating production, distribution and consumption decisions». This attest to the fact that it could be thought of as complex social networks of individuals and groups linked through shared participation in the creation and delivery of economic value through exchange defined by L. Roger.

The main idea of marketing system is not new as similar traits could be seen in other forms of existing system. Marketing system developed over time for most countries from as little as wholesale and retail traders' activities in US to social liberalism in Switzerland and capitalistic enterprise and free competition in Germany.

Table 1

Morphological analysis of the term «marketing system»

Author	Definition	Key words
TechnoServe [8]	It is the network of buyers, sellers and other actors that come together to trade in a given product or service	Network
Layton R. [5]	It is a network of individuals, groups, and/or entities linked directly or indirectly through sequential or shared participation in economic exchange that creates, assembles, transforms, and makes available assortments of products, both tangible and intangible, provided in response to customer demand	Network
Dane M. and Andy H. [4]	A multi-function, multi-player arrangement that includes a dynamic combination of people, relationships, functions and rules that determine how a particular good or service is produced, accessed and exchanged	MultiFunction.
USAID [3]	A dynamic space incorporating resources, roles, relationships, rules and results in which private and public actors collaborate, coordinate and compete for the production, distribution and consumption of goods and services.	Dynamic space
BusinessDictionary [6]	Marketing at an enterprise level often includes a diverse set of commercial goals, multiple forms of marketing competencies and the leveraging of internal talent and vendor specializations.	Network
Ripley M. [7]	A marketing system is made up of the many 'supporting functions' and 'rules' shaping how well a market works	Functions and rules
Case K., Fair R., Oster Sh. [2]	It provides an automatic mechanism for distributing scarce goods and services; It ultimately determines both the allocation of resources among producers and the final mix of outputs.	Mechanism

In socialist countries, after the fall of the Berlin wall a drastic change happened to most communist states as they started to gear towards the concept of a marketing system. Most Western European socialist parties began to advocate a new form of marketing system with state-owned enterprises. These changes were as a result of the failure the state and the drive towards globalization of economies.

In USA the marketing system was adopted in 1974 to change its entire system of production, distribution and consumption

In India, development of marketing system was as a result of development in civilization, it combines both ancient and modern systems.

The concept of «marketing system» is the set of actual and potential buyers of a product. These buyers share a particular need or want that can be satisfied through exchange. Thus, the size of a market depends on the number of people who exhibit the need, have resources to engage in exchange, and are willing to offer these resources in exchange for what they want.

According to P. Kotler, marketing is a social and managerial process by which individuals and organizations obtain what they need and

want through the creation of value and its exchange with others. It can be seen as the process by which companies engage customers, build strong customer relationships, and create customer value in order to get value from customers in return. The marketing system defined by Boyd W. [1] is a system for the community level coordination of human activities not by central leadership but by mutual interactions in the form of transactions. For marketing systems to function, the processes of exchanging information about planning, organizing, implementing and controlling the marketing activities and developing marketing interactions must take place

References:

1. Boyd W. Marketing management: a strategic approach with a global orientation / W. Boyd, C. Walker, J.-C. Larrâechâe. – N.Y: McGraw-Hill, 2008. – 240 p.
2. Case K. Principles of Macroeconomics / Karl E. Case, Ray C. Fair, Sharon M. Oster. – Tenth Edition. – London: Prentice Hall, 2011. – 439 p.
3. Convergence and Tension in Nutrition-Sensitive Agricultural Market Development Activities [Electronic resource] // USAID website. – Access mode: https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1864/Convergence_and_tension-508.pdf.
4. Dane M. Inclusive Market Systems Development [Electronic resource] / M. Dane, H. Andy // World Vision website. – Access mode: [https://www.worldvision.com.au/docs/default-](https://www.worldvision.com.au/docs/default-source/publications/aid-trade-andmdgs/wva---inclusive-market-systems-development-paper---final.pdf)
- source/publications/aid-trade-andmdgs/wva---inclusive-market-systems-development-paper---final.pdf.
5. Layton R. Marketing Systems a Core Macromarketing Concept / R. A. Layton // Journal of Macromarketing, 2007. – Volume 27. – Issue 3. – P. 227-242. 36.
6. Market System: Definition [Electronic resource] // BusinessDictionary website. – Access mode: <http://www.businessdictionary.com/definition/marketsystem.html>.
7. Ripley M. A Market Systems Approach to Decent Work [Electronic resource] // M. Ripley // International Labour Organization website. – Access Mode: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/briefingnote/wcms_537327.pdf.
8. What is a Market System? [Electronic resource] // TechnoServe website. – Access mode: <https://www.technoserve.org/our-work/what-is-a-market-system>.

Authors

Myronova Olga, PhD, Associate Professor of Management and Business department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (olga.myronova@hneu.net).

Kaabar Nour el Houda, Intern of Management and Business department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (samhacen@hotmail.com).

Manuscript received March, 15, 2021.

Published as submitted by the author(s).

UDC 005.8:004.4

JEL C88, O22

USING THE SCRUM METHOD IN PROJECT MANAGEMENT

Pererva Ivanna M., Candidate of Economic Sciences, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

Abstract — Features of flexible management methodologies on the example of SCRUM method are considered. The basic principles of this methodology are presented. The main advantages and disadvantages of traditional management methods and SCRUM method are given.

Key Terms — Efficiency, management, management methods, SCRUM.

People who take part in the management are often faced with the problem of effective labor organization. Always something happens, it lacks the planned budget, employees do not have time to do all in the planned terms, there is duplication of tasks, other unforeseen circumstances do not allow to perform work at a high level and within limited time, budget, resources and so on.

That is why enterprises and companies are increasingly faced with a difficult choice: to close off from everything around them and follow traditional management methods, or try to implement flexible methods of project management. The modern sphere of management is rich in the presence of various systems that differ in approaches, methodology, efficiency and philosophy in general. Today it is important to focus on the customer, not just the final result. At the same time, flexible management models are more widely used.

The relevance of implementing adaptive and flexible management systems and methods is due to [3; 4]: optimizing the independence and autonomy of employees, maximizing productivity, reducing the likelihood of negative risks, predicting the success of the end result, improving the quality of the final product and customer needs, etc. One of the modern methods used not only in IT companies, but al-

so more and more often in other organizations and enterprises is SCRUM.

SCRUM is one of the methods that uses a flexible management methodology, focused on both the result and the client, the direct participation of the client in the course of work.

SCRUM technology allows us to get the desired effect with minimal resource costs. The SCRUM approach allows us to properly form resources and maximize the potential of the team [2].

The existence of a customer-oriented approach allows company to constantly be «in touch» with the client. The client monitors the implementation of the task (project) at all stages and helps to obtain the desired result due to the changes in the competitive environment, minimizes the risk of misunderstandings between the client and the company.

The SCRUM methodology allows to focus on innovation, its capabilities are closely related to understanding the principles and timing of project work, as well as the distribution of roles in the team. The key principles of this methodology are: openness, teamwork and close interaction with clients [5].

As noted, SCRUM is primarily a teamwork. This technique uses three main characteristics of an effective team:

- continuous search of the ideal;
- autonomy (ability to self-organize);
- multifunctionality [1].

SCRUM provides a breakdown of the project (task) into several mini-parts, which allows during the execution to receive working items earlier and in case of mistakes, correct them and further adjust the plan and avoid similar mistakes in the future. In the case of the classical approach to management, this situation is more expensive both financially and in terms of implementation.

The main advantages and disadvantages of traditional control methods and SCRUM method are shown in table 1.

Table 1

Traditional management methods and SCRUM

Traditional management methods	Advantages		
	The unity of the will of leadership in achieving the goal Flexible work schedule A clear list of required tasks and operations Individual responsibility Ability to accurately calculate the final cost		
Disadvantages	Initiative, creative work is not approved Current changes in the competitive environment and user needs are not taken into account Project start date can be «blurred» Duplication in performing tasks and overloading team members Centralization in decision making		
	SCRUM method	Advantages	
		Flexibility and mobility Quick start of the project Clear deadlines Drawing up plans and analyzing the results Minimizing the budget by setting priorities The ability of the produced item to be used Constant monitoring of the process Ability to adjust plans during execution	
		Disadvantages	Fast and tight schedule The probability of performing unnecessary operations Reduction of team spirit due to the insufficient work of one of the specialists / performers Dependence on the level of qualification and experience of employees A lot of time devoted to discussion at the expense of real work It is impossible to accurately calculate the final cost due to possible changes

Thus, we can say that the implementation of flexible technologies is more productive and allows company to effectively achieve the results. The main advantage of SCRUM is that employees are free from constant pressure and have the opportunity to independently determine priorities and thus feel responsible. Employees develop such qualities as

[2]: independence, organization, communication and foresight.

Equally important is the ability to constantly monitor and control the work process, which allows to quickly identify errors and correct plans. On the other hand, the disadvantage of this method is the unusualness for employees who are accustomed to act according to the classical system of project management, as well as the need for rapid adaptation in the event of a change of environment.

Thus, the implementation of SCRUM methodology allows company to save money, produce a quality product, use time wisely and increase efficiency and productivity in general.

References

1. Baginskij D. Scrum metodologija: sovremennye zadachi i reshenija [Scrum methodology: modern problems and solutions] / D. Baginskij. [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.kom-dir.ru/article/1997-SCRUM-metodologiya>.
2. Chulanova O. L. Technology for project management and project teams based on Agile’s flexible project management methodology / O. L. Chulanova // The Eurasian Scientific Journal. – 2018. – №1. [Electronic resource]. – Access mode: <https://esj.today/PDF/65ECVN118.pdf>.
3. Kon M. Succeeding with Agile: Software Development Using Scrum [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.ozon.ru/context/detail/id/4844907>.
4. Pryimak V. Teambuilding: synergy of team work. XXI Century Management: Globalization Challenges: monogr. / V. Pryimak, I. Faichak. – Poltava: Simok, 2017. – 728 p.
5. Sutherland J. Scrum. Revolyutsionnyi metod upravleniya proektami [Scrum. Revolutionary Project Management Method] / J. Sutherland. – Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2016. – 288 p.

Authors

Pererva Ivanna Mykolajivna, associate professor of Management and Business Department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (imatsikanych@gmail.com).

Manuscript received February, 4, 2021.

Published as submitted by the author(s).

УДК 65.011.8

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВНУТРІШНІХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ АТ «КИЇВПАССЕРВІС»

Горбась Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

Лінник Марія Сергіївна, студентка, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

Анотація — Проаналізовано посадово-рольову структуру автоматизації бізнес-процесів підприємства. Розглянуто актуальні методи процесного моделювання. Розраховано термін окупності проекту з автоматизації внутрішнього бізнес-процесу на досліджуваному підприємстві.

Ключові слова — Автоматизація, бізнес-процес, моделювання, оптимізація, структура.

У наш час комплексна автоматизація бізнес-процесів (БП) є однією з найвагоміших передумов оптимізації діяльності підприємства. Вона передбачає створення єдиного інформаційного простору для відображення фінансово-господарської діяльності організації, оперативного оцінювання ефективності роботи окремих структурних одиниць та дозволяє наочно відображати результати функціонування економічного суб'єкта.

Автоматизація внутрішніх бізнес-процесів проводиться у розрізі наступних функціонально-діяльнісних напрямів [4, с. 73]:

- управління операційною діяльністю;
- управління матеріально-технічним постачанням;
- управління кадровою діяльністю;
- управління комунікаціями.

Основою та початковим етапом автоматизації бізнес-процесів (АБП) є їх системне моделювання за допомогою уніфікованої мови програмування UML (Unified Modeling Language) – комплексу графічних інструментів для візуалізації, специфікації, конструювання та документування систем. Основою

UML є об'єктно-орієнтований підхід, що забезпечує гнучкість архітектури, дозволяє відособлено вносити зміни в окремі частини системи та оптимізує внутрішню взаємодію підсистем організації [1, с. 5].

Як основний метод опису бізнес-процесів пропонуємо використовувати метод WorkFlow (потоків робіт), що являє собою особливий спосіб організації потоків робіт, організованих у відповідності до встановлених внутрішніх норм, вимог та обмежень. При цьому модель потоку робіт відображає окремих виконавців, усі діяльнісні та комунікаційні взаємодії між ними, використовуване обладнання і програмні засоби та формує уніфікований алгоритм реалізації конкретного бізнес-процесу [5, с. 23].

В рамках методу WorkFlow пропонується використання нотації EPC (Event-Driven Process Chain) – подієвого ланцюга процесів, ключовими елементами якого є події та функції (конкретні завдання), що реалізуються в рамках заданого потоку робіт. Використання даної нотації дозволяє дуже детально та точно описати виконання бізнес-процесу, а також наочно відобразити всіх виконавців та усі використовувані інструменти й засоби на відповідній діаграмі [2, с. 2].

Розглянемо організаційне забезпечення автоматизації бізнес-процесів на прикладі АТ «Київпассервіс» – підприємства недержавної форми власності, що здійснює пасажирські наземні перевезення приміського, міжміського та міждержавного сполучення. На вказаному підприємстві усі внутрішні бізнес-процеси з управління кадровою діяльністю, матеріально-технічним постачанням та комунікаціями автоматизовано з ви-

користанням модуля BPM на корпоративній платформі Vitrix24, при наявності налаштованої синхронізації з ERP-системою [3].

Організаційна структура управління бізнес-процесами включає наступні елементи (посадові ролі) (рис. 1):

1. керівник блоку інтегрального моніторингу системи (БІМС) – менеджер вищої ланки управління, що формує плани оптимізації існуючих та проектування нових бізнес-процесів, з огляду на динамічні інтереси власників бізнесу, а також здійснює комплексний контроль за параметрами функціонування організаційної системи, шляхом систематичного моніторингу контрольних точок;
2. системний аналітик – фахівець із вирішення складних організаційно-технічних проблем, що мають міждисциплінарну природу (визначає об'єктивну необхідність у проектуванні нового або оптимізації існую-

чого бізнес-процесу, прогнозує позитивний ефект від проведених змін);

3. архітектор бізнес-процесів – фахівець, що розробляє технічне завдання та техніко-економічного обґрунтування обраної концепції проектування або оптимізації бізнес-процесу (у т. ч. проводить експертне моделювання бізнес-процесу із використанням вище зазначених методів та практичного інструментарію);

4. керівники цільових департаментів – погоджують розроблений алгоритм реалізації бізнес-процесу та надають консультативну допомогу з питань виявлення «вузьких місць» у наявних процедурах внутрішньоорганізаційних взаємодій та взаємовпливу;

5. програміст BPM – спеціаліст з оцифрування бізнес-процесів, що займається написанням відповідних програмних кодів та скриптів.

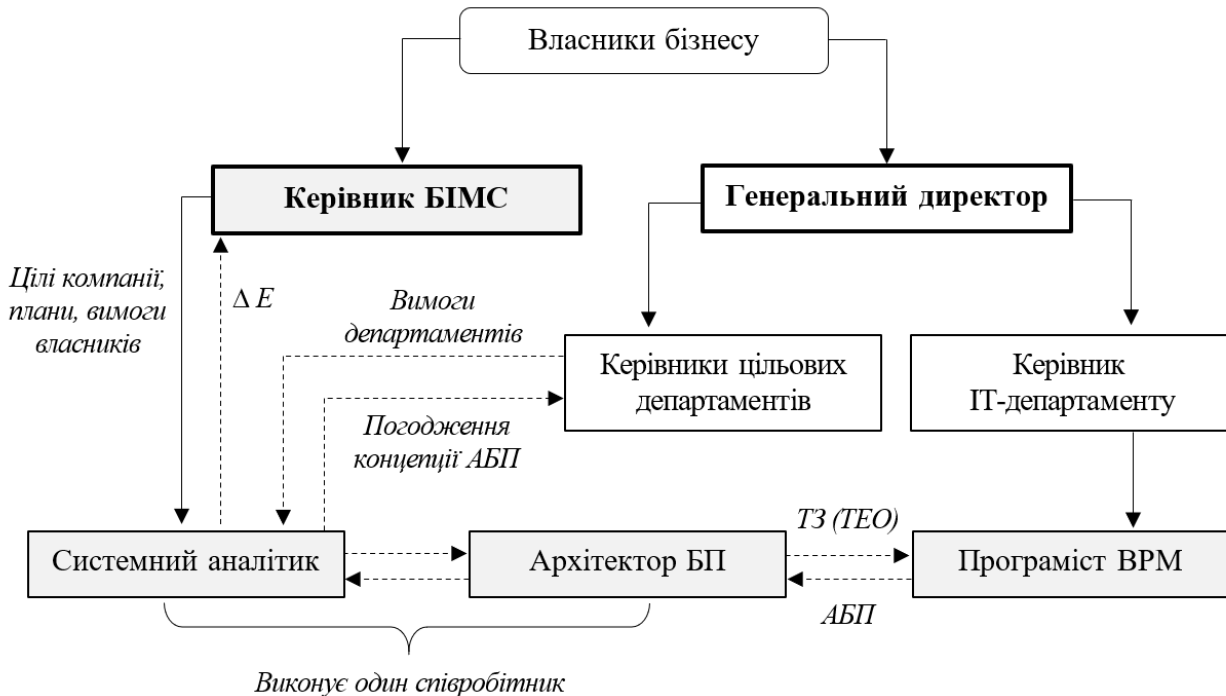


Рис. 1. Посадово-рольова структура автоматизації бізнес-процесів АТ «Київпассервіс»

Джерело: розроблено автором на основі [3].

Автоматизації підлягають лише ті бізнес-процеси, процедура реалізації яких чітко окреслена та періодично повторювана. Будь-який автоматизований бізнес-процес має бути підкріплений відповідним регламентом, який визначає порядок його реалізації та наявні внутрішні і зовнішні обмеження (у т. ч. часові).

У результаті отримуємо програмовану систему, яка автоматично розставляє SMART-задачі на відповідальних осіб у заданій варіативній послідовності за заданим сценарієм. Система автоматично контролює терміни виконання кожної задачі та формує аналітичний звіт за результатами реалізації процесу.

Автоматизація внутрішніх бізнес-процесів підприємства дає відчутний позитивний ефект для організаційного розвитку та фінансової стійкості. На прикладі компанії «Київпассервіс» було визначено, що початкові витрати на автоматизацію бізнес-процесу пошуку та найму персоналу становлять приблизно 27 тис. грн (враховуючи вартість годин робочого часу відповідальних фахівців з особового складу компанії). Сума грошових коштів, яку компанії вдається зекономити, внаслідок автоматизації бізнес-процесів, усереднено становить 18 грн на одну задачу. Оскільки вказаний бізнес-процес містить 22 задачі, то маємо наступний усереднений термін окупності АБП [3]:

$$T = \frac{I_0}{\Delta C \cdot n} = 51 \text{ (цикл)}, \quad (1)$$

де I_0 – усереднені початкові витрати на автоматизацію внутрішніх бізнес-процесів досліджуваного підприємства;

ΔC – економія від АБП (у розрахунку на одну задачу);

n – середньостатистична кількість задач у внутрішніх бізнес-процесах досліджуваного підприємства.

Отримані результати свідчать про те, що на розглянутому підприємстві автоматизація процесу пошуку та найму персоналу окупилася за 3,5 місяці роботи та дозволила комплексно оптимізувати кадрову діяльність ор-

ганізації з дотриманням принципів прозорості та робастності виконання робіт.

Таким чином, автоматизація бізнес-процесів – є невід’ємною складовою поступального еволюційного розвитку вітчизняних підприємств усіх напрямів діяльності. Визначальним фактором успішної автоматизації будь-якого процесу є попереднє застосування відповідного організаційно-методичного інструментарію проведення організаційних змін. Першим кроком українських підприємств до АБП має стати проектування специфічних посадово-рольових структур управління бізнес-процесами, а також специфікація скінченної множини організаційних бізнес-процесів, з метою визначення пріоритетних напрямків планованої оптимізації та максимізації позитивних ефектів.

Список використаної літератури

1. Гриценко В. Г., Луценко Г. В. UML-моделювання інформаційно-аналітичної системи. Інформаційні технології і засоби навчання. 2011. №2 (22). 14 с.
2. Демиденко В. В. Управління бізнес-процесами як складова процесного підходу до управління підприємством. Ефективна економіка. 2015. № 11. 4 с.
3. Корпоративний портал АТ «Київпассервіс». URL: <https://bx.kps.kiev.ua/> (дата звернення: 06.02.2021).
4. Юдицкий С. А. Моделирование операционных и предметных потоков при реформировании бизнес-систем. Приборы и системы. Управление, контроль, диагностика, 2001, №5, с. 71-76.
5. Van der Aalst W. The application of Petri nets to workflow management. Journal of Circuits Systems and Computers. 1998. p. 21-66.

Автори

Горбась Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності Київського національного університету імені Тараса Шевченка (gorbasi@ukr.net).

Ліннік Марія Сергіївна, студентка Київського національного університету імені Тараса Шевченка (linnik.mariia@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 18 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 65.011.14

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Грузіна Інна Анатоліївна, к.е.н, доцент, ХНЕУ імені С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — обґрунтовано значущість та особливості компетентісного підходу до стратегічного управління організацією, досліджено підходи до розуміння сутності компетентісного підходу, розкрито сутність базових понять компетентісного підходу: «компетенція» та «компетентність»

Ключові слова — компетентісний підхід, стратегічне управління, організація, компетентність, компетенція.

Застосування компетентісного підходу визнано фахівцями зі стратегічного управління дієвим засобом набуття та утримання стійких конкурентних переваг будь-якої організації та, відповідно, підвищення ефективності її функціонування в цілому за рахунок використання прихованих здібностей, що отримані у результаті накопичення та постійного розвитку працівниками необхідних знань та досвіду. Водночас, ключовим питанням наукових дискусій є проблема вироблення узгодженої позиції щодо розуміння як базових понять компетентісного підходу, найрозповсюдженішими серед яких є компетенція та компетентність, так і самого алгоритму його застосування у стратегічному управлінні.

Високий рівень компетентності співробітників є важливою конкурентною перевагою не лише окремих організацій, але й одних країн перед іншими, що пояснює його реалізацію на рівні національних освітніх стандартів. Щодо українських організацій, то до недавнього часу керівники звертали увагу на результати діяльності співробітників, незважаючи на особисті якості. Це негативно відбивалось і на ефективності використання персоналу, і на результативності функціонування організації в цілому, та змушувало керівництво шукати нові підходи до управлін-

ня. Через це в Україні поступово почав впроваджуватись компетентісний підхід, але, спочатку, як один з HR-інструментів. Безумовно, він має багато тактичних цілей, однак працює, переважно, на досягнення стратегічних, що актуальні для організації у певний момент часу. Саме завдяки появі компетентісного підходу та використанню його базових понять у стратегічному управлінні сучасних організацій з'являються новітні технології та поступово займають там провідні місця. Інтенсифікації даного процесу сприяли зміни у виробництві, як то підвищення його наукомісткості, вимог до якості продукції, перехід до гнучких виробничих комплексів, робототехніки, тобто прагнення до інноваційності, що суттєво підвищили значущість професіоналізму, аналітичних здібностей персоналу, інформаційної сприйнятливості, здібностей до навчання.

Популярність компетентісного підходу сприяла виникненню різноманітних теоретичних досліджень [1; 2], незважаючи на які, дуже складно у сучасній літературі знайти чітко визначені трактування сутності понять «компетенція» та «компетентність», їх принципів відмінностей, однозначно сформовані класифікації. Це актуалізує подальше дослідження даного питання, спрямованого на розкриття сутності базових понять компетентісного підходу, виявлення їх видів з урахуванням особливостей діяльності працівників, аналіз методик відбору та залучення персоналу до виконання завдань стратегічної спрямованості, розробку напрямів їх удосконалення.

Усвідомлення розмаїття визначень понять «компетенція» та «компетентність», підходів щодо їх використання у стратегічному управлінні можливе лише за умови розуміння джерела та умов їх виникнення. Ці поняття найчастіше використовуються у двох сферах – освіті та менеджменті, які, хоча і є взаємо-

пов'язаними, але пропонують зовсім різне розуміння компетентісного підходу. У межах дослідження увага концентруватиметься, передусім, на усвідомленні особливостей його використання у процесі стратегічного управління.

Відповідно до американської традиції, що вважала компетенцію, переважно, описом поведінки співробітника, вперше цей термін ввів у 1959 році R. White з метою опису індивідуальних особливостей людини, які допомагали їй виконувати доручену роботу на найвищому рівні [8]. Даний підхід був розвинутий Д. Макклелландом, який запропонував передбачати ефективність діяльності працівників на підставі оцінки не інтелекту, а саме компетентності [7].

Ще один представник даного підходу – Р. Бояцис, у своїх дослідженнях приділяв увагу дослідженню компетенцій керівників підприємств, визначивши характеристики, що дозволяють їм бути ефективними [3].

Незважаючи на домінування впродовж тривалого часу, поведінковий підхід поступово втрачав свої позиції, чому сприяла поява концепцій компетенцій, які додатково до установок, способів поведінки, трудових звичок, здібностей та особистісних характеристик містили у своєму складі знання і навички.

Результатом популяризації функціонального підходу стала декомпозиція професійних стандартів, що визначали ключові ролі співробітників, у множину компетенцій, які, у свою чергу, підрозділялись на субрівні з визначенням для кожного конкретних критеріїв роботи, що формували базу для оцінювання. Основний акцент робився на функціональні компетенції та здатність демонструвати роботу, що відповідає б стандартам її ефективного виконання. Даний підхід був зустрінутий критикою через неповну теоретичну обґрунтованість, надзбюрократизованість, недостатнє врахування потреб роботодавців і неспроможність враховувати результати неформального навчання [6].

Згодом британський підхід, який акцентував увагу на функціональних компетентностях, як здатності виконувати роботу відповідно до встановлених стандартів, почав до-

повнюватися поведінковими характеристиками. Спочатку стандарти було доповнено моделлю компетенцій MCI, що ставила на меті визначення поведінкових індикаторів, пізніше було створено комплексну цілісну модель, що включала п'ять категорій взаємопов'язаних компетенцій і компетентностей [4], як то: когнітивну; функціональну; особистісну; етичну; мета-компетенцію.

Американський підхід спрямований на виявлення поведінкових характеристик компетенції, тобто на особистісні риси людини, необхідні для успішного виконання певних дій. Англіїці концентруються на властивостях самої діяльності та намагаються виявити ті головні її елементи, виконання яких є обов'язковим для досягнення результату, що задовольнив би встановленим вимогам.

Кожний з підходів має свої специфічні риси, переваги та недоліки, завдяки чому у різні періоди часу отримував схвалення та потерпав від критики сучасників. Однак, незважаючи на певні недоліки кожного підходу, раціональне сполучення їх основних здобутків дозволить сучасним керівникам досягти максимального ефекту в процесі перебування загальної системи стратегічного управління організацією.

Застосування компетентісного підходу у більшості сучасних організацій пояснюється бажанням керівництва використовувати прогресивні управлінські технології. Але не усі до кінця розуміють сутність даного поняття та його базових категорій, а, відповідно, його призначення. Через це можна спостерігати або переписування існуючих методів та управлінських інструментів у термінах компетенцій, або копіювання зарубіжних підходів до компетентісного управління та формування моделей компетенцій без відповідної адаптації до конкретних умов функціонування конкретної організації, що не дозволяє повною мірою оцінити усі переваги застосування компетентісного підходу.

Ще одне питання, яке турбує дослідників, полягає у чіткому розмежуванні понять «компетенція» та «компетентність». Теоретичний аналіз підтвердив висновок про їх взаємопов'язаність і взаємоумовленість, однак, не повну їх тотожність. Компетенції,

найчастіше, розглядаються науковцями як: сукупність наявних знань, умінь, навичок особистості; комплекс необхідних індивідуальних характеристик та професійно-важливих якостей особистості; модель поведінки людини, що, у будь-якому разі, впливають на рівень виконання певної діяльності.

З огляду на це, доцільно компетенції розглядати як сукупність знань, вмінь, навичок, загальної й професійної ерудиції та інтуїції, поведінкових компонентів, що формують досвідченість особистості у певному колі питань та створюють потенційну можливість їх ефективного вирішення, що підвищує вірогідність отримання запланованих результатів діяльності. Тобто можна сказати, що наявність у працівника певних компетенцій створює його внутрішній потенціал та визначає так звану ступінь його готовності до ефектвної роботи у конкретній робочій ситуації.

Щодо компетентності, то це поняття є більш широким, інтегральним. Найчастіше його розглядають як: характеристику рівня професіоналізму особистості; спроможність кваліфіковано виконувати роботу; потенційну відповідність працівника вимогам. Тобто компетентним у певній сфері діяльності працівник стає не лише за наявності певного набору компетенцій, що визначають його потенційну відповідність вимогам, а лише у разі, коли рівень розвитку та прояву цих компетенцій досягає рівня, необхідного для професіонального виконання завдань. Тобто, компетентність можна визначити як високий рівень опанування та активного використання компетенцій у професійній діяльності, що забезпечує досконале знання працівником сутності виконуваних завдань, вміння застосовувати дієві способи та заходи досягнення намічених цілей, навички прийняття своєчасних раціональних рішень, керуючись власною інтуїцією, соціально-професійним досвідом. Тобто не компетенції працівника, а саме його компетентність у певній сфері професійної діяльності, є передумовою успішної роботи у межах конкретної посади або організації в цілому.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що використання компетентнісного

підходу до стратегічного управління передбачає не лише врахування наявних компетенцій персоналу і організації в цілому при розробці стратегії подальшої діяльності, що є загально визнаною необхідністю. Не менш важливим є забезпечення відповідних посад компетентними працівниками та залучення, зокрема, до процесу розробки й реалізації стратегічних рішень, співробітників, які, володіючи певними компетенціями, потенційно готові до виконання цього рівня завдань. Обов'язковим є також розвиток рівня використання компетенцій до набуття працівниками бажаної компетентності у зазначеному колі питань.

Список використаної літератури

1. Білорус Т. В. Сутність кадрової стратегії підприємства та методологічні засади її формування / Т. В. Білорус // Актуальні проблеми економіки, 2006. – №1(55). – С. 185-189.
2. Гриньова В. М. Формування мотиваційної стратегії управління персоналом підприємства. Наукове видання / В. М. Гриньова, І. А. Грузіна. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2012. – 328 с.
3. Boyatzis R. E. The competent manager: a model for effective performance / R. E. Boyatzis. – N.Y.: John Wiley & Sons, 1982. – 308 p.
4. Cheetham G. Towards a holistic model of professional competence / G. Cheetham, G. Chivers // Journal of European Industrial Training. – 1996. – №20(5). – P. 20-30.
5. Duening T. N. Essentials of business process outsourcing / T. N. Duening, R. L. Click. – New Jersey: John Wiley & Sons, 2005. – 230 p.
6. Jones L. Appropriating competence: the competency movement, the New Right and the «culture change» project / L. Jones, R. Moore // British Journal of Education and Work. – 1995. – №8(2). – P. 78-92.
7. McClelland D. Identifying competencies with behavioral-event interviews / D. McClelland // Psychological Science. – 1998. – №9(5). – P. 331-339.
8. White R. Motivation reconsidered: the concept of competence / R. White // Psychological Review. – 1959. – №66. – P. 279-333.

Автори

Грузіна Інна Анатоліївна, доцент, ХНЕУ імені С. Кузнеця (gruzinaia@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 13 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.5

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ОРГАНІЗАЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ» ПІДПРИЄМСТВ

Казьмін Ілля Олександрович, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Обґрунтовано необхідність управління організаційними трансформаціями підприємств. Проведений аналіз підходів до сутності поняття «трансформація». Проведено морфологічний аналіз поняття «організаційна трансформація» підприємств. Наведено авторське визначення поняття.

Ключові слова — зміна, морфологічний аналіз, організаційна трансформація, перетворення, трансформація.

Невизначеність умов функціонування, постійні перемини в зовнішньому оточенні та внутрішній структурі вимагають від підприємств здатності швидко пристосовуватись до розмаїття конвєрсій, задля підтримки та посилення конкурентоспроможності. Основним прагненням підприємств, які направлені на виживання та сталу діяльність є розвиток. Підтримка стабільності розвитку змушує підприємства трансформуватись. Цей процес повинен бути керованим, передбачуваним та мати заплановані результати, які можливо обчислити. Зважаючи на це необхідно мати управлінський інструментарій організаційних трансформацій.

Питання організаційної трансформації підприємств досліджується багатьма зарубіжними та вітчизняними науковцями: С. Робінс та Д. ДеЧенцо, О. М. Скібіцький, І. Л. Петрова, Холл Р.Х., Кімберлі і Куїнн, Бойетт Джозеф Г., Рот Д., Вінарик Л.С., А. Ван де Вен, У. Барнет та ін. Однак, на сьогоднішній момент не існує єдиного ставлення до визначення сутності поняття «організаційна трансформація», та недостатньо уваги приділено саме реалізації управління трансформаціями на підприємстві. Саме тому труднощі управління організаційними трансформаціями потребують подальшого дослідження.

Метою дослідження є визначення сутності поняття «організаційна трансформація» підприємств.

Перш ніж аналізувати термін «організаційна трансформація» потрібно зіставити поняття

«зміна», «перетворення» та «трансформація», оскільки в літературі використовуються всі вищезазначені дефініції.

Згідно великого тлумачного словника сучасної української мови зміна – це перехід, перетворення чого-небудь у щось якісно інше [1, том 3 с. 621]. Сучасний філософський словник під редакцією д. ф. н., професора В. Є. Кемерова визначає зміни, як сукупність понять, які відносяться до руху та розвитку, і розуміється як виникнення або знищення властивостей об'єкта ... його переміщення або перетворення, перехід в іншу форму [2]. Філософський енциклопедичний словник трактує зміни як перетворення в інше, перехід з одного якісно визначеного буття в якісно інше визначене буття [3]. Такого ж судження тримаються автори філософського словника під загальною редакцією В. А. Малініна [4]. У філософському словнику під ред. І. Т. Фролова зміни висвітлюються як найбільш загальна форма буття всіх об'єктів і явищ, представляє всякий рух і взаємодію. Разом з тим охоплює як кількісне збільшення або зменшення характеристик тіл, так і їх якісні трансформації [5, с. 202]. У застосуванні до діяльності підприємств С. Робінс та Д. ДеЧенцо розглядають зміни як зміни середовища, в якому працює організація, а також її внутрішні структури, технології або працівників [6]. У статті науковців С. Р. Дзяна та Р. Б. Дзяний поняття «зміни» обґрунтовують як перехід до будь-чого іншого у сферах внутрішнього та зовнішнього середовища організації, появу чогось нового [7]. У своїй книзі Холл Р. Х. організаційну зміну формулює як переробку і перетворення форми з тим, щоб вона краще виживала в навколишньому середовищі [8, с. 298-299].

Водночас, у літературі зустрічається також поняття «перетворення». Так, у великому тлумачному словнику української мови перетворення – це різка або несподівана зміна, що відбувається з ким-, чим-небудь [1, том 6, с. 294]. Холл Р.Х., цитуючи Кімберлі і Куїнн, характеризує перетворення як велику зміну

організаційної стратегії, структури або процесу [8, с. 310]. Науковці Бойетт Джозеф Г. та Бойетт Джимми Т. зазначають, що перетворення – це стрімкі, фундаментальні, довгострокові зміни, які трансформують систему в цілому [9, с. 57]. Згідно з А. Ван де Вен, організаційні перетворення – це емпіричне спостереження відмінності у формі, якості або стані будь-якого організаційного елемента протягом часу. Організаційним елементом може бути робота конкретного співробітника, робоча група, організаційна стратегія, програма, продукт або вся організація в цілому [10, с. 512]. У. Барнетт відзначає, що організаційне перетворення – це трансформація організації між двома моментами часу [11, с. 219].

У свою чергу термін «трансформація» також використовується в наукових дослідженнях. Рот Д. в книзі «Танок змін» розуміє трансформацію як дійсно великі зміни, які досягаються в процесі суто адміністративних програм [12, с. 17]. Вінарик Л.С. розглядав трансформацію як перетворення суспільної (соціальної) системи того чи іншого масштабу, глибини, спрямованості, викликані внутрішніми або зовнішніми факторами або їх комбінацією [13, с. 1].

Таким чином, можна дослідити тенденцію застосування поняття «перетворення» майже во всіх визначеннях терміну «зміна». Термін «зміна» споживається в опису як поняття «перетворення» так і «трансформація». Та «трансформація» вживається в розумінні дефініцій «зміна» та «перетворення». Тому автор тезисів вважає доцільно використовувати саме поняття «трансформація» як основоположне та найбільш змістовне, але яке передбачає використання категорій «зміна» та «перетворення» як синонімів.

Отже на думку автора, під організаційною трансформацією слід розуміти масштабні, спрямовані системні зміни організації задля швидкого та ефективного пристосування до мінливості як зовнішніх так і внутрішніх умов діяльності, в прагненні укріпити або підтримати конкурентоспроможність.

Список використаної літератури

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. — К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2002. — 1440 с.
2. Современный философский словарь [Текст] / Под общей ред. д. ф. н., проф. В. Е. Кемерова. — М. : Академический Проект, 2004. — 864 с.
3. Философский энциклопедический словарь [Текст] / Ред.-сост. Е. Ф. Губский. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 576 с.
4. Философский словарь [Текст] / Основан Г. Шмидтом ; под ред. Г. Шишкоффа ; пер. с нем. под общ. ред. В. А. Малинина. — М. : Республика, 2003. — 575 с.
5. Философский словарь [Текст] / Под ред. И. Т. Фролова. — М.: Политиздат, 1991. — 560 с.
6. Робінс С. Основи менеджменту [Текст] / С. Робінс, Д. ДеЧенцо ; [пер. з англ. А. Олійник та ін.]. — К. : Основи, 2002. — С. 296.
7. Дзяна С. Р. Теоретичні засади управління змінами в сучасних умовах / С. Р. Дзяна, Р. Б. Дзяний // Ефективність державного управління. - 2013. - Вип. 34. - С. 31-40. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_34_5.
8. Холл Р. Х. Организации: структуры, процессы, результаты / Пер. с англ. Е. Нектерова; [Поб. общ. ред. И. В. Андреевой. — СПб.: Питер, 2001. — 508 с.
9. Бойетт Джозеф Г., Бойетт Джимми Т. Путеводитель по царству мудрости: лучшие идеи мастеров управления / Пер. с англ. — 2-е изд., стер. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2002. — 416 с.
10. Van de Ven, A. H., Explaining development and change in organization [Electronic resource]. — Access mode: http://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Organizational_Learning_and_Change/Ven_de_Ven_Pool_Explaining_Development_and_Change_in_Orgs.pdf.
11. Barnett W. P. Modeling Internal Organizational Change [Electronic resource]. — Access mode: https://www.researchgate.net/publication/234838458_Modeling_Internal_Organization_Change.
12. Рот Д. Танец перемен. Новые проблемы самообучающихся организаций / Д. Рот — «Олимп-Бизнес», 1999.
13. Винарик Л.С. Онлайн-электронный бизнес: сущность и показатели функционирования, развития / Л.С. Винарик, А.Н. Щедрин // Экономика пром-сти. — 2005. — № 3. — С. 91-96.

Автор

Казьмін Ілля Олександрович, PhD студент кафедри менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (illya.kazmin@hneu.com).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 658.7:658.56

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ МАТЕРІАЛЬНОГО ПОТОКУ

Карпенко Юлія Валентинівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Пенова Анжеліка Ігорівна, аспірантка кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

У публікації проаналізовано та систематизовано погляди вітчизняних та зарубіжних дослідників щодо визначення сутності матеріального потоку. За результатами дослідження виявлено трактування сутності поняття матеріального потоку.

Ключові слова: *запаси, матеріали, матеріальний потік, товарно-матеріальні цінності*

Процес управління операціями підприємства потребує розробки раціонального підходу щодо його формування, метою якого є забезпечення безперебійного виробництва продукції або надання послуг, досягнення ритмічності виробничих процесів при мінімізації поточних витрат з обслуговування запасів та регулювання матеріальних потоків.

Матеріальний потік є ключовим елементом та об'єктом здійснення логістичної діяльності сучасних компаній [1, 2, 3]. Необхідною умовою дослідження особливостей формування матеріальних потоків є аналіз наявних підходів щодо визначення їх сутності.

Дослідження наукових літературних джерел з обраної тематики дозволяє виділити два наукові підходи щодо визначення сутності матеріального потоку.

Так, представниками першого наукового підходу є вчені Сухомлінов А.І., Крикавський Є.В. [2, 4], які у визначеннях матеріального потоку роблять акцент на пересуванні сировини у процесі здійснення логістичної діяльності. Науковці тлумачать матеріальний потік як переміщення сировини, яка проходить через всі операції організації, на-

правляючись до споживачів у вигляді готової продукції. Автори підкреслюють, що процес руху матеріального потоку можливо ефективно організувати завдяки науковим розробкам сучасної логістики.

У рамках другого наукового підходу такими дослідниками, як Царьова Т.А. та Гаджинський А.М. [1, 3], наголошено на тому, що сутність поняття матеріального потоку полягає у взаємозв'язку та русі сукупності усіх товарно-матеріальних цінностей, наявних на підприємстві, таких як запаси, сировина, матеріали, вантажі, продукти незавершеного виробництва, готова продукція, які розглядаються в процесі поетапного додавання до них різних логістичних операцій та відносяться до певного проміжку часу. Метою оптимізації функціонування матеріальних потоків автори вважають скорочення логістичних затрат, підвищення якості обслуговування клієнтів, оптимізація рівня запасів, а також підвищення прибутковості організації.

Не приховуючи значущості виділених наукових підходів щодо трактування поняття матеріального потоку, для розуміння його сутності та розкриття змісту, вважаємо за доцільне виявити основні характеристики матеріальних потоків.

На сьогодні в науковій літературі відсутня однаковість науковців щодо їх виділення. Як правило, автори пропонують власний перелік характеристик матеріальних потоків, які різняться за складом та кількістю.

Так, науковець [5] виокремлює п'ять ключових характеристик матеріальних потоків: відстань транспортування, характерис-

тики вантажу, партійність, умови переміщення продукції.

Окрім вищезазначених у літературі зустрічаються й такі характеристики, як характеристики тари та упаковки, номенклатура, габаритні характеристики, фінансові характеристики, умови страхування, умови договору купівлі-продажу [1].

Підсумовуючи, слід зазначити, що вищенаведені характеристики матеріальних потоків дають підставу не погодитись з представниками першого наукового підходу, які вважають, що зміст матеріального потоку полягає лише у переміщенні сировини.

На підставі виявлення основних характеристик матеріальних потоків, вважаємо за доцільне погодитись з представниками другого наукового підходу, та підкреслити, що матеріальний потік – це взаємозв'язок та рух сукупності всіх товарно-матеріальних цінностей підприємства, таких як запаси, сировина, матеріали, які відносяться до певного інтервалу часу та в результаті послідовного додавання до них логістичних операцій перетворюються у готову продукцію.

Список використаної літератури

1. Царёва Т. А. Материальные потоки в государственных образовательных учреждениях // Вестник Ул-

ГТУ. 2009. №3 (47). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/materialnye-potoki-v-gosudarstvennyh-obrazovatelnyh-uchrezhdeniyah>

2. Сухомлінов А. І. Моделювання матеріального потоку у виробничій логістиці / А.І. Сухомлінов // Системи обробки інформації. – 2013. – № 2(109). – С. 294-298.

3. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений.— 2-е изд.— М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1999. — 228 с.

4. Крикавський Є.В. Логістика. — Львів: Вид-во Держ. Ун-ту "Львівська політехніка", 2004. — 447 с.

5. Савенкова Т.И. Логистика: учеб. пособие / Т. И. Савенкова. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательство «Омега-Л», 2007.

Автори

Карпенко Юлія Валентинівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет (uliauliavk@gmail.com)

Пєнова Анжеліка Ігорівна, аспірантка кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет (a_penova2015@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 05 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 005.936.3 – 044.332

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА АДАПТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Кривобок Катерина Володимирівна, к.е.н., доцент кафедри Менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, місто Харків, Україна

Анотація — Розглянуто вплив факторів зовнішнього середовища на процес управління адаптацією підприємства. Обґрунтовано сучасні підходи, щодо адаптації підприємства до умов нестійкого зовнішнього середовища. Проаналізовано роль механізму адаптації у виживанні підприємств, що стабілізує їх діяльність, допомагає вирішити питання ринкової трансформації та проблеми промислового зростання.

Ключові слова — Адаптація, адаптивність, стратегічне управління, діагностика, зовнішнє середовище, фактори впливу.

В сучасних умовах господарювання діяльність будь-яких підприємств пов'язана з мировою пандемією, яка почалася у 2020 році і призвела до значних змін як в суспільстві в цілому, так і в діяльності кожного підприємства. Сильніше ніж будь-коли постала проблема швидкої адаптації до змін, що відбуваються в зовнішньому середовищі підприємства. Тільки ті підприємства, що зможуть швидко адаптуватися до нових умов господарювання, перейти на онлайн продажі, або швидко змінити вектор випуску продукції, зможуть, не тільки вижити в нових умовах існування, а ще й закріпити свої позиції на ринку.

Посилення впливу на соціально-економічну систему України процесів пов'язаних з глобалізацією, сприяло активізації наукових досліджень у сфері управління процесом адаптації вітчизняних підприємств в умовах мінливості зовнішнього середовища. У зв'язку з цим, досліджуючи процеси адаптації економічних систем та вивчаючи роботи вчених-економістів [1; 3; 4; 6; 7], були запропоновані основні концеп-

туальні положення щодо управління процесами адаптації промислових підприємств.

Перше концептуальне положення – адаптація промислових підприємств до змін зовнішнього середовища здійснюється на основі планування його стратегічного розвитку [7]. Одним із головних завдань керівників підприємств різних форм власності є планування ефективного стратегічного розвитку і забезпечення якісного контролю за виконанням стратегічного плану в довгостроковій перспективі. Але, мінливість зовнішнього середовища потребує застосування різних моделей адаптації підприємства, залежно від тенденцій [6], а саме: структурно-ситуаційної; інноваційної; селекційної; конфліктної або інш.

Для здійснення стратегічного управління підприємством визначаються довгострокові цілі, розробляється план їх досягнення та організовується робота по забезпеченню виконання стратегічних планів (активна або пасивна адаптація).

Згідно думки [2] підприємства застосовують дві моделі стратегічної поведінки: перша – це пасивна адаптація до коливань у зовнішньому середовищі або друга, активна, з метою створення найбільш привабливих умов для власного розвитку.

У процесі стратегічного управління підприємством передбачається реалізація заздалегідь розробленої скоординованої програми дій для всіх його підрозділів з урахуванням наявності власних ресурсів. Адаптацію підприємства або його біфуркацію пропонується проводити відповідно до змін зовнішнього середовища згідно розроблених раніше сценаріїв [1; 4].

На основі дослідження джерел [1; 4; 5; 7] визначено види організаційних структур, які частіш за все застосовуються на сучасних

підприємствах. Основні два види організаційних структур управління підприємством, які побудовано за бюрократичним принципом: лінійні організаційні структури управління та функціональні. Проте, сьогодні більш ефективно функціонують адаптивні організаційні структури управління підприємством – це дивізіонні та матричні. Вони (дивізіонні та матричні організаційні структури управління) здатні адекватно й оперативно реагувати на зміни, що відбуваються не тільки всередині підприємства, а й у зовнішньому середовищі. Крім того, сьогодні впроваджують багатовимірні організаційні структури управління, які також підвищують гнучкість організації та її чутливість до тенденцій змін.

Для забезпечення гнучкості сучасні фахівці пропонують на вищому і середньому рівнях управління до базових організаційних структур управління інтегрувати спеціальні блоки [5], які будуть виконувати функцію аналізу тенденцій зовнішнього середовища та адаптувати стратегію розвитку підприємства під тактичні зміни, що постійно відбуваються у зовнішньому середовищі. Такий підхід з одного боку ускладнює архітектуру взаємозв'язків між її елементами та потребує інших методичних підходів, але з іншого, є індивідуальною архітектурою та враховує особливості підприємства й пристосоване максимально ефективно виконувати основні функції управління (організація, планування, мотивація та контроль) в умовах функціонування динамічного середовища, випадкових несприятливих впливів внутрішніх або зовнішніх чинників.

Імітаційне моделювання бізнес-процесів на підприємстві здійснюється з використанням даних про його внутрішнє середовище отриманих в результаті діагностики. На основі аналізу отриманих попередніх результатів генеруються можливі варіанти організаційної структури управління з урахуванням існуючих, зокрема у конкурентів.

Таким чином, під адаптивною організаційною структурою підприємства, яка функціонує застосовуючи стратегічний підхід розуміється така організаційна структура управління, яка гнучко змінюється застосову-

ючи процеси адаптації відповідно до змін у зовнішньому середовищі, швидко переорієнтовується на досягнення оновлених цілей та завдань, виконання функцій, що забезпечує їй довгострокове успішне існування, що відповідає сучасним тенденціям, які відбуваються у світовому просторі.

Друге концептуальне положення – при управлінні процесом адаптації промислового підприємства до зовнішнього середовища базуємось на сполученні системного та процесного підходів. Підприємство та його зовнішнє середовище є складними соціально-економічними системами, що мають специфічні характеристики (складність, динамічність та невизначеність), які знаходяться у постійній взаємодії та взаємозалежності. Успішність адаптації та розвитку соціально-економічних систем залежить від наявності в них унікальних властивостей – швидкість (бистрота), глибина та міцність. В результаті дослідження сутності адаптації [1; 2] можна зазначити, що адаптація розглядається вченими та фахівцями як процес пристосування підприємства до змін зовнішнього середовища і вміщує: систему організаційно-економічних та соціальних регуляторів, передбачає зміни в організаційній структурі, управлінні та функціональних процесах підприємства.

Застосування системного та процесного підходів надає можливість максимально деталізувати управлінську організаційну структуру підприємства для забезпечення протікання процесів адаптації незалежно на кожному рівні управління та функціональною сферою діяльності. Процес адаптації має бути керованим та цілеспрямованим, що забезпечується застосуванням прикладного механізму – це стратегія адаптації [1; 4].

Третє концептуальне положення – при розробці стратегії адаптації базуємось на результатах аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. При виборі стратегії адаптації (сценарію) необхідно враховувати характеристики зовнішнього середовища та результати діагностики внутрішнього середовища підприємства щодо можливості пристосування до нових умов оточення. Рівень нестабільності середовища

є похідною функцією від трьох характеристик: складність, динамічність та невизначеність.

Четверте концептуальне положення містить оцінку поточного положення підприємства, яку доцільно проводити зі застосуванням інструментів стратегічного менеджменту. Позитивна адаптація підприємства на тенденції змін у конкурентному оточенні відбувається на основі отриманих результатів діагностики підприємства, що надає можливість визначити його реальне поточного положення.

П'яте концептуальне положення містить вибір сценарію адаптивності при управлінні, що проводиться на основі вибору інформаційного образу підприємства. Корисним інструментом для прийняття якісних управлінських рішень відповідно можливим сценаріям є DMM-аналіз.

Отже, можна зробити висновок, що для забезпечення високої конкурентоздатності підприємства, у нестабільному зовнішньому середовищі, його керівництву необхідно застосовувати сучасні методи управління, які мають бути системними та засновані на підходах, що забезпечать їм оперативну та позитивну адаптацію. Застосування основних концептуальних положень сприятиме збереженню конкурентних позицій підприємства завдяки співставленню можливостей зовнішнього середовища та внутрішнього потенціалу й ресурсів підприємства. Але, динамічні процеси глобалізації надають вітчизняним підприємствам не тільки нові можливості, але й створюють загрози, що потребує постійного удосконалення методів управління.

Список використаної літератури

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. — Перевод с английского. Общая редакция и предисловие доктора экономических наук В. И. Данилова-Данильяна. — М., 1985. [Електронний ресурс]. — Режим доступа: http://gtmarket.ru/files/book/Russell_Ackoff_Creating_the_Corporate_Future.pdf
2. Адаптивные модели в системах принятия решений: Монография / под. ред. Н. А. Кизима, Т. С. Клебановой. — Харьков : Издательский дом «ИНЖЕК», 2007. — 368 с.
3. Кузькін Є. Ю. Проблеми адаптації підприємств до умов зовнішнього середовища : монографія / Є. Ю. Кузькін. — К. : «Зовнішня торгівля», 2008. — 236 с.
4. Кудлаєнко С. В. Теоретичні основи поняття «адаптація підприємств» / С. В. Кудлаєнко // Вісник Хмельницького національного університету. — 2009. — № 5. — С. 172–174.
5. Мельник А. О. Економічна адаптація підприємств у механізмі підвищення їх конкурентоздатності / А. О. Мельник // Вісник Технологічного університету Поділля. — 2004. — № 6. — С. 206–210.
6. Мельник Л. Г. Экономика развития: Монография. — Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. — 662 с.
7. Ячменьова В. М. Сутність понять «адаптація» та «адаптивність» / В. М. Ячменьова, З. О. Османова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". — 2010. — № 684 : Проблеми економіки та управління. — С. 346–353.

Автор

Кривобок Катерина Володимирівна - к.е.н., доцент кафедри Менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, krivobokkv@gmail.com

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 338.5

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ МІНІМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА

Кузнецова Інна Олексіївна, д.е.н., професор, Одеський національний економічний університет, м.Одеса, Україна,

Горбатюк Валентина Вікторівна, аспірантка, Одеський національний економічний університет, м.Одеса, Україна

Анотація — У статті досліджено сучасні методи мінімізації витрат виробництва: бюджетування, система управління якості, система збалансованих показників, концепція бережливого виробництва, інформаційні системи на базі MRP та ERP. Виділено особливості зазначених підходів та проаналізовано актуальність їх використання на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова — бережливе виробництво, конкурентна перевага, мінімізація витрат, стратегія.

Враховуючи економічний спад, застаріле обладнання, технології на українських підприємства та складнощі в веденні бізнесу в Україні, виникає необхідність пошуку шляхів удосконалення виробництва та підвищення конкурентоздатності продукції. Одним зі шляхів вирішення зазначеної проблеми є зменшення витрат виробництва.

На основі аналізу наукових джерел, ми визначили, що до основних сучасних методів мінімізації витрат відносяться: бюджетування, система управління якості, система збалансованих показників, концепція бережливого виробництва, інформаційні системи на базі стандартів MRP та ERP.

бюджетування є системою контролю діяльності підприємства, що ґрунтується на створенні бюджетів, їх аналізу, для оптимізації роботи підприємств[4]. Бюджетування дає можливість менеджменту підприємства контролювати фінансові ресурси, оптимізувати фінансові витрати та прогнозувати фінансово-економічну ситуацію. Бюджетування може створити конкурентну перевагу на ринку, однак воно охоплює лише фінансову складову діяльності підприємств. Хоча, як зазначає Ю.В. Карпенко бюджетування є

планом діяльності та специфічною технологією управління, його метою є організація ефективного розподілу або зниження лише фінансових витрат, без удосконалення процесу виробництва та існуючих на підприємстві технологій.

Розроблена Д.Капланом і Д.Нортоном система збалансованих показників, є також концепцією мінімізації витрат, однак охоплює аналіз не лише фінансових показників, а ґрунтується на аналізі та синергійному розвитку «фінансової», «клієнтської», «внутрішньої» складових та складової «навчання та розвитку»[3].

Особливістю системи збалансованих показників є те, що вона дозволяє створити ефективну управлінську та виробничу систему, для досягнення стратегічних цілей, тобто допомагає подолати розрив, між стратегічними цілями підприємства та щоденною роботою підприємства. Важливим аспектом, при втіленні системи є досягнення оптимального співвідношення, між ціною та якістю продукції підприємства[6]. На нашу думку, недоліком системи збалансованих показників є те, що вона не враховує зміни в конкурентному середовищі та технологічні зміни в галузі.

Ще одним підходом, щодо зменшення витрат є система управління якістю, яка ґрунтується на введенні в діяльність підприємства стандартів ISO 9001. Система управління якістю є системою контролю за всіма аспектами діяльності підприємства, для зростання якості як кінцевої продукції так і кожного процесу на підприємстві [1]. Аналіз якості проводиться на всіх стадіях управлінського та виробничого процесу на основі відповідності встановленим індикаторам та показникам, що характеризують зазначені процеси[1]. Система може надати конкурентну

перевагу підприємству, що базується на досконалії якості, адже лейтмотивом підприємства, що використовує систему управління якістю є безперервне удосконалення якості. Однак, недоліком досліджуваної системи, ми вважаємо зростання витрат пов'язаних з підвищенням якості продукції та менеджменту якості.

Дещо іншим підходом, щодо мінімізації витрат є система «бережливе виробництво» розроблена Г. Оно, яка зосереджена на усуненні або зменшенні втрат виробництва, при покращенні якості та цінності товару для споживача, без вагомих капіталовкладень. Оптимізація виробництва відбувається на основі удосконалення організації виробництва, ціннісного орієнтування, горизонтальних та вертикальних зв'язків на підприємстві[2]. Система бережливого виробництва може надати конкурентну перевагу пов'язану зі зниженням витрат, за умови досконалого аналізу всіх бізнес-процесів підприємства.

Підхід введення інформаційних систем на базі стандартів MRP та ERP передбачає створення єдиного інформаційного середо-

вища, для автоматизації бізнес-процесів підприємства за єдиними правилами. За проаналізованим підходом, введення інформаційних систем дає можливість оптимізувати складське зберігання, підвищити продуктивність праці, скоротити тривалість виробничого циклу тощо. Тобто, при успішній реалізації, підхід дає можливість отримати конкурентну перевагу знижуючи витрати або підвищуючи якість. Автоматизація управлінських процесів, пропонується підходом, дає можливість найбільш ретельного аналізу та контролю за діяльністю підприємства, однак, на нашу думку, вона не враховує вагомості людського чинника. При реалізації процесів некомпетентне трактування управлінських рішень та ігнорування вагомих чинників, які не враховані, при побудові моделі підприємства[5].

Проаналізувавши сутність кожного з підходів до мінімізації витрат, ми провели порівняльний аналіз підходів за критеріями сутності, ефекту, обмежень реалізації та можливої конкурентної переваги. Результати критичного аналізу наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз концепцій мінімізації витрат

Підхід	Сутність	Аспект мінімізації	Обмеження	Конкурентна перевага
Бюджетування	Контроль фінансових ресурсів підприємства	Фінансові витрати	Відсутнє удосконалення операційної складової діяльності підприємства	Оптимальні витрати
Система збалансованих показників	Удосконалення фінансових та не фінансових показників, для досягнення стратегічної мети	Фінансова, клієнтська, внутрішня складова та персонал	Не враховує технологічні зміни в галузі	-
Система управління якістю	Підвищення якості виробничого процесу та продукції	Процес управління, технології виробництва, продукція	Збільшення витрат	Висока якість
Система «бережливе виробництво»	Зниження або видалення витрат виробництва, при підвищенні якості продукції	Всі бізнес-процеси підприємства	Складнощі, при наявності великої номенклатури матеріалів	Мінімальні витрати
Інформаційні системи на базі стандартів MRP та ERP	Автоматизація бізнес-процесів підприємства	Всі бізнес-процеси підприємства	Не враховує вплив людського чинника, складнощі, при аналізі складних інформаційних потоків, високі капіталовкладення	Оптимальні витрати / висока якість

Систематизовано автором за[1]; [2];[3];[4]; [5]; [6].

На основі аналізу зазначених підходів, ми вважаємо, що підходи бюджетування, системи збалансованих показників та системи управління якістю мають місце, при зменшенні витрат виробництва, однак не можуть слугувати основним інструментом, оскільки їх метою не є зниження витрат.

Підходи бережливого виробництва та введення інформаційних систем на базі стандартів MRP та ERP направлені на зниження витрат виробництва, тому їх можна використовувати, як методи мінімізації витрат. Однак, введення інформаційних систем на базі стандартів MRP та ERP потребує високих капіталовкладень, що в свою чергу збільшить сукупні витрати підприємства. Тому, ми вважаємо, що найбільш доцільним методом мінімізації витрат є підхід «бережливе виробництво».

Список використаної літератури

1. Асанов А.Н Принципы построения системы управления качеством продукции организации / А.Н.Асанов // Вестник Университета. – Москва, 2014 - №2.- С.13-19
2. Вумек Дж., Джонс Д. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Пер. с англ.; Научн. ред. Ю. Адлер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 473 с.
3. Каплан Роберт С., Нортон Дэйвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию/Р.С.Каплан, Д.П.Нортон - М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2003. - 214 с.
4. Карпенко Ю. В. Основні вимоги до показників бюджетів підрозділів підприємства / Ю. В. Карпенко, І. О. Кузнецова // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2006. – №4. – С. 35–38.
5. Лисак В.М.Впровадження ERP-систем в Україні:Проблеми та їх вирішення на промислових підприємствах / В.М. Лисак// Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницьк, 2010. - № 6. С.214-218
6. Мельник Ю.М. Проблеми застосування збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах / Ю. М. Мельник, О. С. Савченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. - № 1. - С. 192-203

Автори

Кузнецова Інна Олексіївна, завідувач кафедри, ОНЕУ (inna.stream27@gmail.com).

Горбатюк Валентина Вікторівна, аспірантка, ОНЕУ (valentinasidorenko01@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 10 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 005.7:331.101.3

МОТИВАЦІЙНИЙ ВПЛИВ В СИСТЕМІ ЕЛЕМЕНТІВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Лепейко Тетяна Іванівна, д.е.н., проф., зав. кафедри менеджменту та бізнесу,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Янієва Дар'я Дмитрівна, PhD студент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Більшість наукових праць вчених з менеджменту присвячена вивченню проблем мотивації праці та організаційної культури без урахування їх взаємозалежності. В роботі досліджено взаємозв'язок між організаційною культурою та мотивацією праці, проаналізовано базові елементи організаційної культури підприємства та складові компоненти кожного з них. Надано приклади реалізації мотиваційного впливу через компоненти базових елементів організаційної культури підприємства.

Ключові слова — елементи організаційної культури, мотивація праці, мотиваційний вплив, організаційна культура

Більшість наукових праць вчених з менеджменту присвячена вивченню проблем мотивації праці та організаційної культури без урахування їх взаємозалежності. Незважаючи на існуючий інтерес науковців до проблеми мотивації працівників та організаційної культури, існує недостатньо робіт, що містять комплексні рішення щодо дослідження механізмів мотиваційного впливу в системі організаційної культури. Актуальність цих проблем, їх недостатнє вивчення щодо сучасних умов існування підприємств зумовлюють практичне значення та визначають актуальність досліджень за даною темою.

На наш погляд, формування механізмів мотиваційного впливу в системі організаційної культури підприємства слід розглядати крізь призму компонентів організаційної культури.

В економічній літературі існує багато різноманітних підходів щодо зображення сег-

ментування організаційної культури на декілька основних компонентів.

Так, наприклад, Загородніков С. В. виділяє такі десять елементів організаційної культури як: індивідуальна автономність, структура взаємодії, напрямок, інтеграція, управлінське забезпечення, підтримка, стилювання, ідентифіковані, управління конфліктами, управління ризиками [1].

В своїх роботах Моргунов Є. Б. пропонує розрізняти інші компоненти організаційної культури такі як: світогляд, культурні цінності, характеристики поведінки, норми, психологічний клімат [2].

В роботі Черняєвої Г. В. надано більш ніж 110 елементів (феноменів, процесів, комплексних утворень) організаційної культури, багато з яких мають відношення не тільки до організаційної культури як підсистеми управління організацією, а вони також одночасно віднесені до інших підсистем: управління виробництвом; управління персоналом, управління комунікаціями, стратегічного управління [4].

Наразі не існує комплексного підходу щодо класифікації базових елементів організаційної культури. Це викликано зокрема багатоваріантністю економічного терміну “організаційна культура”, його складністю і різноманітністю застосувань. Окрім того, інтерпретація даного поняття змінюється під впливом часу та зовнішніх глобальних факторів на загальний розвиток світової економіки.

Слід зазначити, що класифікація елементів організаційної культури може бути складена як за структурним принципом, так і за функціональним призначенням. Крім того, структура може складатися всього з декількох груп елементів або включати в себе навіть найменші структурні компоненти.

На наш погляд, оптимальний структурно-функціональний розподіл організаційної культури на базові елементи надано в роботі [3] автора Мизрової К. А. Дану модель, що складається п'яти базових елементів, нами було обрано за основу для подальших досліджень.

Згідно Мизрової К. А. основні складові елементи організаційної культури та їх компоненти виглядають наступним чином [3]:

1. Цілі (філософія компанії, цілі та постановка цілей, ділове кредо)

2. Символи (девизи, гасла, логотипи, бренди, міфи, герої, ритуали, традиції, легенди)

3. Поведінка та спілкування (норми, стандарти, правила, кодекси, етика та етикет, організаційний клімат, імідж)

4. Цінності (орієнтації; знання та досвід працівників; набір стандартів та критеріїв; предмети, явища та процеси, спрямовані на задоволення потреб працівників)

5. Культура праці (умови праці, засоби праці, соціальне партнерство, соціальна відповідальність)

Слід зазначити, що взаємозв'язок між організаційною культурою та мотивацією праці визначається їхньою спільною метою моделювання трудової поведінки, що в підсумку призводить до більш ефективного функціонування організації в цілому та покращення фінансово-економічних показників ефективності діяльності підприємства. Наразі можемо стверджувати, що дослідження теми взаємозв'язку мотивації праці та організаційної культури досі не були узагальнені в єдиний інтегрований підхід, а механізми формування мотиваційного впливу в системі організаційної культури недостатньо вивчені.

Під час аналізу визначень ключових елементів організаційної культури було виявлено глибинний взаємозв'язок між мотивацією праці та організаційною культурою підприємства як єдиної системи моделювання трудової поведінки. Даний зв'язок можна спостерігати як в явних чи формальних, так і у більш неявних елементах організаційної культури компанії. Згідно аналізу характеру взаємозв'язку пропонуємо розглянути приклади реалізації мотиваційного впливу через

компоненти базових елементів організаційної культури підприємства.

Приклад реалізації мотиваційного впливу через компоненти елементу організаційної культури "Цілі":

– філософія компанії – філософія компанії, що транслює спрямованість на результат та постійне покращення якості продукції/послуг;

– цілі компанії – цілі компанії, що охоплюють інтереси не тільки вищої ланки керівництва, а і враховують інтереси співробітників та заохочують їх прагнення до саморозвитку;

– постановка цілей – формулювання досяжних цілей компанії з урахуванням комплексного розвитку працівників та, як наслідок, можливого підвищення продуктивності їхньої праці;

– ділове кредо – відображення організаційної культури в діловому кредо організації, що відбиває її спрямованість на підвищення якості продукції/послуг та дотримання трудових розпорядків усіма учасниками трудового колективу.

Приклад реалізації мотиваційного впливу через компоненти елементу організаційної культури "Символи":

– девизи/гасла – мотивуючі девизи/гасла, що містять моделі затвердженої, зразкової поведінки персоналу;

– логотипи – виконання логотипів в кольорах, що стимулюють активний емоційний настрій співробітників організації;

– бренди – створення чіткого формулювання бренд-айдентики, що відображає загальноприйняті норми поведінки та виробляє прагнення до визнання своїх досягнень і відповідності прийнятим негласним стандартам;

– герої – створення внутрішньо організаційних негласних ідеалів співробітників з урахуванням заохочень їх прагнень, внесків в розвиток компанії, розвиток власних компетентностей та дотримання ділового кредо.

Приклад реалізації мотиваційного впливу через компоненти елементу організаційної культури "Поведінка та спілкування":

– норми/правила – робота над прийнятими співробітниками норм та правил поведінки,

що сприяють зміцненню трудової дисципліни і, як наслідок, поліпшенню техніко-економічних показників організації;

– кодекси – формальне відображення стандартів якості продукції/послуг на ряду з затвердженими стандартами якості роботи співробітників;

– імідж – створення і підтримання іміджу роботодавця, який працює над зміцненням навичок співробітників і заохочує досягнення результатів як особистих, так і командних.

Приклад реалізації мотиваційного впливу через компоненти елементу організаційної культури “Цінності”:

– орієнтації – створення системи глобальних і тактичних оціночних сесій, які дозволять простежувати орієнтації організації та зробити їх зрозумілим і доступним для співробітників, і як результат, допоможуть оцінити положення компанії і своє особисте результативне положення в системі загальних орієнтацій;

– знання та досвід працівників – доповнення мотиваційної системи факторами, які базуються на показниках динаміки розвитку знань і досвіду кожного окремого співробітника і їх особистих результатів.

Приклад реалізації мотиваційного впливу через компоненти елементу організаційної культури “Культура праці”:

– умови праці – створення коректних умов праці, які забезпечать якісне розвиток персоналу на постійній основі;

– засоби праці – забезпечення співробітників достатньою кількістю і якістю засобів праці для можливості їх особистого розвитку та досягнення необхідних результатів роботи на постійній основі.

Таким чином, ми можемо стверджувати про наявність взаємозв’язку мотивації праці

та організаційної культури. Окрім того, можна спостерігати можливість реалізації глибокого мотиваційного впливу в системі організаційної культури підприємства через компоненти її базових елементів. Отримані методологічні результати можуть бути використані підприємствами та організаціями різних галузей економіки в системі заходів для розвитку ключових елементів організаційної культури. Підхід, заснований на встановленні зв’язку між мотиваційним впливом та системою ключових елементів організаційної культури, може стати основою для розробки та застосування комплексу мотиваційних впливів на персонал.

Список використаної літератури

1. Загородников С. В. Краткий курс по менеджменту. – М.: Окей-книга, 2007. – С. 154–155.
2. Моргунов Е. Б. Конспекты по психологии. Личность и организация. – М.: Тривола, 1996. – С. 71–72.
3. Мызрова К. А. Организационная культура : учебное пособие / К. А. Мызрова. – Ульяновск : УлГУ, 2011. – 194 с.
4. Черняева Г. В. Организационная культура. Часть 2. Основы теории организационной культуры: Учебное пособие. – М.: МИИТ, 2009. – 162 с.

Автори

Лепейко Тетяна Іванівна, д.е.н., проф., зав. кафедри менеджменту та бізнесу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (lepeyko.tetyana@gmail.com)

Янісва Дар’я Дмитрівна, PhD студент кафедри менеджменту та бізнесу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (dar-ya.yaniyeva@hneu.net)

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 331.101.3:658

РОЛЬ МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Мельник А. О., PhD студент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація – Розглянуто та проаналізовано сучасні підходи до матеріального методу мотивації працівників підприємства враховуючи кризові умови. Визначено головні методи монетарного стимулювання персоналу, враховуючи економічний стан країни.

Ключові слова – мотивація, матеріальні види мотивації, підприємство, антикризове управління, персонал.

Рівень вмотивованості персоналу є одною з найважливіших умов успішного функціонування. В сучасних умовах господарювання, велика кількість компаній звертає увагу на інструменти мотивації працівників. Проблема підвищення ефективності людської праці не нова, але все ж таки дуже актуальна і в сучасному світі. Вже не виникає суперечок, що саме вмотивованість працівників, буде впливати на побудову міцної та прийнятної для більшості працівників організаційної культури, та як в наслідок саме ці фактори будуть підвищувати ефективність людської праці

Вивченню теоретичних і практичних засад, формуванню мотиваційних чинників на підприємствах, та проблемам мотивації та факторів впливу на неї присвячені праці багатьох вітчизняних та закордонних вчених, зокрема таких як: С.Абрамов, М. Мескон, А. Колот, В. Васюта, І. Щєблина, О. Кіях, Д. Грінберг, С. Селдан, І. Орлов, В. Ніколаєв та інші. За своїм походженням мотиваційні чинники прийнято розділяти на монетарні та немонетарні.

В роботах В. Васюти [3], І. Щєбликіної [8], Р. Данілейчука [4], Н. Богацької [2], та В. Андрєєва [1], автори на перше місце мотивів, які б впливали на підняття мотивації працівників, допомагали би залучати кращих

кадрів, виносять саме заробітну платню та зазначають на важливості правильно побудованої системи надбавок та доплат.

В ієрархічній системі потреб людини, складеної американським психологом А. Маслоу [9] автор, та засновник гуманістичної психології на перше місце виносить також матеріальні потреби, та визначає їх роль, як основну.

В роботі А. Колота [5] автор дав чітке визначення поняттю матеріальна мотивація, зазначивши що під цим терміном слід розуміти прагнення достатку, добробуту, матеріального стандарту життя. Прагнення до поліпшення свого добробуту. Також автор дійшов висновку, що саме тому що Україна є країною з перехідною економікою, то саме для неї є найактуальнішою проблема матеріальної мотивації. Це пояснюється низьким рівнем доходів сучасного населення та необхідністю становлення нових за змістом форм і методів матеріального стимулювання. Найголовнішу роль в матеріальній мотивації автор відвів саме заробітній платі.

Аналізуючи соціальні опитування таких відомих українських інтернет ресурсів як Ліга закон [10] та Фінанси юа [11] можна зробити висновки, що при пошуку робочого місця сучасного українці, яке б задовольняло більшість українських робітників на перше місце все ж виходить матеріальний чинник, а саме конкурентоспроможний рівень заробітної платні, друге та третє місце поділяють між собою такі фактори, як стабільність підприємства та кар'єрний зріст працівника.

В роботі О. Продіуса та М. Олексіїва [7] автори також наголошують на важливості матеріальної мотивації, зазначивши, в середовищі де менеджера буде мотивувати лише заробітна платня та бонуси, є ризик, що уся увага буде переділена лише тактичним завданням в той час як стратегічні завдання

перейдуть далеко на другорядну роль. Автор зазначив, що в іноземних компаніях використовують таку мотиваційну систему для менеджменту, яка б передбачала такі джерела доходу як: заробітна платня, яка є самою меншою часткою доходу робітника, потім бонус за досягнені результати, якій може досягати досить значного розміру та довгострокова компенсація.

В роботі М. Мескона [6] автор зазначив, що в теорії та практиці підприємства не має ідеальних моделей стимулювання працівників, які давали змогу відповідати усім сучасним та різноманітним проблемам.

Отже, хоча кожна людина за своєю природою відрізняється від іншою, та має власні потреби та мотиви, які б спонукали її до дії, у більшості випадків на перше місце все ж виходять саме матеріальні мотиви. Враховуючи стан сучасної економіки, проблема матеріального мотивування стає ще гострішою, та іноді чи не єдиною головною для нашого суспільства, та такою, що дозволяє не звертати увагу на інші мотиваційні чинники, які будуть відсутні на підприємстві.

Список використаної літератури

1. Андреев В. Социальная инфраструктура предприятий как инструмент повышения эффективности хозяйствования / В. Андреев, А. Изотов / Современные проблемы менеджмента : сб. науч. работ. – СПб.: СПбГЧОФ, 2007. – С. 5 – 16.
2. Богацька Н.М., “Мотивація як основний чинник підвищення ефективності праці на підприємстві”, Глобальні та національні проблеми економіки, № 3, с. 210-214, 2015.
3. Васюта В.Б., “Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання”, Ефективна економіка, № 6, 2016. [Електронний ресурс]. Доступно : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5041>. Дата звернення: 10.03.2021.
4. Данилейчук Р.Б., “Шляхи вдосконалення системи мотивації підприємства”, Вісник Прикарпатського університету. Економіка, № 10, с. 247-253, 2014.
5. Колот А.М. Мотивація персоналу : підручник / А.М.Колот. – Київ : КНЕУ, 2002. – 337 с.
6. Мексон М., Альберт А., Хедуорі Ф. / ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ. Переклад з англійської. Москва: Видавництво “Справа”, 1997.-704 с.
7. Продіус О.І., Олексієв М.І., “Мотивація персоналу як головний фактор підвищення ефективності діяльності підприємства”, Науковий вісник Одеського національно-

го економічного університету, № 12. с. 188-200, 2015. [Електронний ресурс]. Доступно: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2015_12_17. Дата звернення 27.02.2021.

8. Щєбликіна І.О., “Проблеми мотивації та стимулювання працівників в організації”, Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), № 2 (5), с. 294-299, 2013. [Електронний ресурс]. Доступно: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_2%285%29_41. Дата звернення 19.02.2021.

9. Абрагам Маслоу : Вікіпедія – вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. Доступно : http://uk.wikipedia.org/wiki/Абрагам_Маслоу. Дата звернення 09.02.2021.

10. Правовий портал України «Ліга:Закон». [Електронний ресурс]. Доступно : https://biz.ligazakon.net/news/188566_na-kakie-kriterii-obrashchayut-vnimanie-ukraintsy-pri-poiske-raboty---opros. Дата звернення 07.03.2021.

11. Фінансовий портал «Файнэнс.юа». [Електронний ресурс]. Доступно : <https://news.finance.ua/ru/news/-/454580/na-kakie-kriterii-obrashhayut-vnimanie-ukraintsy-pri-poiske-raboty-opros-infografika>. Дата звернення 10.03.2021.

Автори

Мельник Антон Олегович, PhD студент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 351:330.322:340

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Нечипорук Оксана Василівна, ст. викладач кафедри менеджменту та бізнесу,
Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – розглянуто питання правового регулювання інвестиційної діяльності; проаналізовано нормативно-правову базу регулювання інвестицій в Україні, наведено основні напрями удосконалення законодавства в інвестиційній сфері.

Ключові слова – правове регулювання, законодавча база, інвестиційна діяльність.

Державне регулювання інвестиційної діяльності включає управління державними інвестиціями, а також регулювання умов інвестиційної діяльності та контроль за її здійсненням усіма інвесторами та учасниками інвестиційної діяльності [1].

Питаннями правового регулювання інвестиційної діяльності займалися такі вчені, як: Бланк І.О., Бойчук Р.П., Вінник О.М., Воронін А., Герзанич В.М., Зельдіна О., Жорнокуй Ю.М., Носова О.В., Стояненко І., Саніхметова Н.О., Федоров Г.О.

Створення правової основи державного регулювання інвестиційної діяльності є найважливішою функцією держави, до якої належать прийняття законів і правил, що регулюють економічну діяльність, а також контроль їх виконання. Законодавча база держави встановлює юридичні принципи функціонування економіки, виконувати які зобов'язані всі суб'єкти економічної діяльності [3].

Гуменна К. в своїх працях зазначає, що згідно з процесами, які відбуваються під час інвестиційної діяльності, доцільно виділити наступні структурні рівні правового регулювання інвестиційного законодавства: міжнародний (правові акти міжнародних інституцій, міжнародні угоди), національний (правові акти центральних органів державної влади), регіональний (правові акти, що регу-

люють інвестиційну діяльність на рівні регіонів), локальний, місцевий (правові акти місцевих органів державної виконавчої влади та акти органів місцевого самоврядування) [7].

До міжнародних нормативно-правових актів, що регулюють інвестиційну діяльність, належать: Угода про Міжнародний валютний фонд, Вашингтонська конвенція 1965 р. «Про порядок вирішення інвестиційних суперечок між державами й іноземними особами іншої держави» (ратифіковано Законом України від 16.03.2000 р.), Сеульська конвенція 1985 р. «Про організацію багатостороннього агентства по гарантіях інвестицій». За матеріалами конференції було прийнято низку законів України, серед яких «Про вступ України до Міжнародного валютного фонду, Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації, Міжнародної асоціації розвитку та Багатостороннього агентства по гарантіях інвестицій» від 03.06.1992 р., Договори до Європейської енергетичної Хартії, прийняті на Першій конференції ЮНКТАД в Женеві в 1964 р., Декларацію про встановлення нового міжнародного економічного порядку і Хартію економічних прав і обов'язків держав, прийняті у формі Резолюцій Генеральної Асамблеї ООН «Про заходи зміцнення довіри в міжнародних економічних відносинах» (1984 р.) і «Про міжнародну економічну безпеку» (1985 р.), Угода про співробітництво в галузі інвестиційної діяльності, Конвенція про захист прав інвестора від 28.03.1997 р. До цього переліку можна також додати нормативно-правові акти, що регулюють транскордонне співробітництво [5].

В Україні єдину державну стратегію у сфері інвестиційної діяльності визначає Верховна Рада України, яка створює законо-

давчу базу для сфери інвестиційної діяльності; затверджує пріоритетні напрями інвестиційної діяльності як окрему загальнодержавну програму у складі Програми діяльності Кабінету Міністрів України, загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального розвитку, охорони довкілля; в межах Державного бюджету України визначає обсяг асигнування для фінансової підтримки інвестиційної діяльності [4, с. 37].

Правове забезпечення інвестиційної діяльності, регламентація та створення сприятливого інституційно-правового механізму для суб'єктів інвестиційного процесу є одними з найдієвіших інструментів підтримки державної інвестиційної діяльності [3].

Ефективному здійсненню інвестиційної діяльності мають передувати розробка та реалізація ефективного законодавчого забезпечення. А метою законодавчого забезпечення інвестиційної політики є забезпечення реалізації соціальних, економічних та науково-технічних програм розвитку економіки держави, а також захист і підтримка інвестиційної діяльності.

Однак сьогодні на державному рівні не вдалося сформуванню ефективної господарсько-правової моделі здійснення інвестиційної діяльності [2].

На сьогоднішній день нормативно-правова база регулювання інвестицій в Україні нараховує понад 100 різних нормативних документів, окремі положення яких є неоднозначними і суперечливими, а зміни і доповнення до цієї бази нерідко погіршують умови діяльності іноземних інвесторів. Незважаючи на значну кількість нормативних актів, недосконалість законодавства сьогодні є однією з основних причин, які гальмують розвиток інвестиційної діяльності [2; 7].

Порядок здійснення капіталовкладень нерезидентами в Україні визначається нормами публічного права, що зафіксовані у двох основних блоках законодавства.

До першого блоку умовно можна віднести спеціальне інвестиційне законодавство, базовими нормативно-правовими актами якого є закони України «Про інвестиційну діяльність», «Про режим іноземного інвестуван-

ня», «Про захист іноземних інвестицій в Україні», «Про інститути спільного інвестування», «Про підготовку та реалізацію інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна», «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць», а також «Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні».

У цьому блоці нормативних документів визначаються базові поняття стосовно інвестицій (іноземних інвестицій), інвестиційної діяльності, інвестиційного проекту, об'єктів і суб'єктів інвестиційної діяльності та їх прав і обов'язків, гарантій захисту іноземних інвестицій, взаємодії інвесторів з органами державної влади, форм і методів спільного інвестування тощо [4].

Другий блок нормативно-правових актів, на думку Герзанич В. М., є набагато ширшим і включає у себе документи, що регулюють взаємовідносини у сфері зовнішньоекономічної, інноваційної, митної, податкової, валютної, бюджетної, кредитної, підприємницької та інших видів діяльності [4].

Істотна роль при регулюванні іноземного інвестування належить кодексам України.

Таким чином, в Україні склалися два підходи до формування правової бази: поруч з прийняттям єдиного акту, який регулює допуск іноземного капіталу в економіку країни, регулювання різних аспектів іноземного інвестування здійснюється також сукупністю інших правових актів (галузевих, міжгалузевих законів та підзаконних нормативних актів), що значно ускладнює їх сприйняття та подальшу реалізацію інвестиційних проектів та державної інвестиційної політики [9].

До такого законодавства слід віднести положення про інвестування Податкового, Господарського, Цивільного, Земельного кодексів та законів України "Про інноваційну діяльність", "Про фінансовий лізинг", "Про концесії", "Про угоди про розподіл продукції", "Про регулювання містобудівної діяльності", "Про комплексну реконструкцію кварталів (мікрорайонів) застарілого житлового фонду", "Про цінні папери та фондовий ринок", "Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні", "Про гос-

подарські товариства", "Про акціонерні товариства", "Про холдингові компанії в Україні", "Про стимулювання розвитку регіонів", "Про транскордонне співробітництво" тощо [8].

Аналіз стану правового регулювання в інвестиційній діяльності України свідчить про те, що інвестиційне законодавство потребує подальшого вдосконалення, адже, незважаючи на розгалужену систему правових актів, говорити про цілісну і взаємоузгоджену систему законодавства наразі передчасно.

Одна з головних проблем – відсутність збалансованого, системного й уніфікованого регулювання інвестиційних правовідносин, притому, що масив інвестиційного законодавства надто розгалужений і продовжує зростати [8].

Отже, національне законодавство у сфері регулювання інвестиційної діяльності нестабільне, нормативно-правова база зазнає постійних змін, оскільки в процесі її формування одні нормативно-правові акти приймаються, інші відміняються або їх положення знаходять своє відображення в інших нормативно-правових актах [2].

На думку деяких дослідників, держава має впливати на подальшу активізацію інвестиційних процесів, створюючи пільги та знімаючи обмеження щодо діяльності, зокрема, й іноземних інвесторів, удосконалюючи нормативно-правову базу, забезпечуючи належні умови для підприємств з іноземними інвестиціями, сприяючи процесу приватизації, дотримуючись курсу євроінтеграції, ефективно вивчаючи та впроваджуючи передовий досвід у сфері інвестування, налагоджуючи сприятливе середовище для прибуткового функціонування капіталів у державі, причому однаковою мірою як для вітчизняних, так і іноземних інвесторів [7].

Наразі правове регулювання інвестиційної діяльності в Україні здійснюється на основі норм Господарського кодексу України та Закону України «Про інвестиційну діяльність». На наш погляд, при удосконаленні законодавства в інвестиційній сфері задля поліпшення інвестиційного клімату в Україні окрему увагу слід приділити розробці Інвестиційного кодексу, який передбачатиме

створення чітко структурованої та прозорої системи законодавства у сфері інвестування, а також забезпечить контроль за поведінкою інвесторів.

Герзанич В.М. виділяє 3 основних напрями удосконалення законодавства в інвестиційній сфері з метою поліпшення залучення іноземних інвестицій.

1. Законодавство та регулюючі акти стосовно встановлення нового бізнесу для іноземних інвесторів, такі як торговельне право, акціонерне право, законодавство про партнерства, стандарти бухгалтерського обліку та інші законодавчі акти, регулюючі іноземну власність, мають бути наріжним каменем для удосконалення інвестиційного законодавства.

2. Захист іноземних інвестицій. Для України на сьогоднішній день важливо чітко прописати можливість використання міжнародного арбітражу у випадку виникнення суперечок та заборону на експропріацію без компенсації.

3. Податковий режим [43].

Косенко А.В., в свою чергу, вважає, що українське законодавство потребує удосконалення по декількох напрямках:

1) недостатньо врегульоване питання виділення та обігу землі.

2) потребує реформування дозвільної системи. Насамперед, необхідне полегшення процедур, пов'язаних із початком та закінченням підприємницької діяльності, спрощення механізму отримання дозволів та ліцензій та зменшення їх кількості до необхідного мінімуму.

3) система нарахування та стягнення податків і зборів в Україні є ускладненою і накладає помітне навантаження на підприємницьку діяльність [10].

З метою полегшення інвестиційної діяльності та покращання інвестиційного клімату в останні роки було ухвалено цілу низку нормативно-правових актів. Однак, незважаючи на зазначені позитивні тенденції, притоку необхідного обсягу коштів та приходу великої кількості стратегічних інвесторів поки що не відбулося. Незважаючи на активну роботу всіх гілок влади, українське законодавство, що регулює або впливає на інвести-

ційну діяльність, потребує вдосконалення [10].

Нормативно-правова база регулювання інвестування в Україні дуже складна та недосконала. Високий рівень корупції та бюрократизму створює ризики для інвесторів та ефективного розвитку інвестиційної діяльності. Податкове та митне законодавство мають ряд недоліків, що не забезпечує належний захист прав інвесторів.

Отже в Україні необхідно впроваджувати заходи з удосконалення та підвищення ефективності правового регулювання інвестиційної діяльності, що сприятиме зростанню добробуту країни, створить сприятливі умови для інвесторів та забезпечить державні гарантії. Для покращення інвестиційної привабливості України та її регіонів, необхідно створити такі умови, щоб іноземні інвестори не боялись інвестувати в економіку України.

Список використаної літератури

1. Бударна В. О. Правовий механізм формування інвестиційної політики держави / В. О. Бударна // Економічна теорія та право. - 2016. - № 2. - С. 160-170.
2. Бударна В. О. Інвестиційна політика України: досвід законодавчого забезпечення / В. О. Бударна // Економіка та право. - 2018. - № 2. - С. 41-49.
3. Вакалюк В. А. Правове забезпечення державного регулювання інноваційної діяльності в Україні / В. А. Вакалюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 66-69.
4. Герзанич В.М. Шляхи вдосконалення нормативно-правового регулювання іноземного інвестування в Україні / В. М. Герзанич // Державне управління:

удосконалення та розвиток №10, 2015. - Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua>

5. Гуменна К. Р. Систематизація інвестиційного законодавства України / К. Р. Гуменна. // Демократичне врядування. - 2013. - Вип. 12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2013

6. Косенко А. В. Нормативно правовий механізм державного регулювання інвестиційних потоків в Україні / А. В. Косенко // Економіка будівництва і міського господарства. - 2013. - т. 9, № 2. - С. 149-159.

7. Savitska O. P. State regulation of investment processes in Ukraine / O. P. Savitska, N. V. Savitska // Vestnik of the National University «Lviv Polytechnic»: Management and Entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and development problems. - 2011. - Vol. 714. - P. 391-398.

8. Світлична Ю.О. Нормативно-правове регулювання іноземного інвестування в Україні [Електронний ресурс] / Ю. О. Світлична // Вісник Чернівецького факультету Національного університету "Одеська юридична академія". - 2017. - Вип. 3. - С. 59-69.

9. Стефанишин Г.С. Правове регулювання інвестиційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Г.С. Стефанишин, О.І. Лиса // Науковий вісник НЛТУ України. - 2011. - Вип. 21.11. - С. 302-309.

10. Косенко А. В. Нормативно правовий механізм державного регулювання інвестиційних потоків в Україні / А. В. Косенко // Економіка будівництва і міського господарства. - 2013. - т. 9, № 2. - С. 149-159.

Автори

Нечипорук Оксана Василівна, ст. викладач кафедри менеджменту та бізнесу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Ksusha140678@gmail.com

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 331.108:658

ПРИНЦИПИ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ ФОРМУВАННЯ

Нікітіна Ірина Валеріївна, студентка, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Козлова Інна Миколаївна, старший викладач, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – розглянуто основні принципи окремих напрямів кадрової політики, а також проблеми кадрової політики на підприємстві у цілому.

Ключові слова – кадрова політика, напрями кадрової політики, принципи кадрової політики, проблеми управління персоналом.

Персонал (або кадри) – один з найважливіших ресурсів організації, необхідний для досягнення всіх її цілей, в тому числі і стратегічних. Співробітників організації треба правильно розвивати та навчати, і тоді, підприємство досягне успіху в конкурентній боротьбі. Усі можливості організації, особливо економічні, залежать саме від характеру персоналу, тому необхідний інтегрований підхід з точки зору всієї організації як системи.

Охарактеризуємо основні принципи кадрової політики, які виникають в окремих напрямках при її формуванні [4].

Перший напрям – управління персоналом організації, включає в себе принцип однакової необхідності досягнення цілей (індивідуальних та організаційних) Цей принцип встановлює потребу не віддавати одразу перевагу інтересами організації, а навпаки, шукати чесні компроміси між адміністрацією та працівниками.

Щодо підбору і розстановки персоналу, то цей напрям складається з принципу професійної компетенції – характеризує необхідність наявності рівня знань, відповідного вимогам посади персоналу, з принципу практичних досягнень – показує наявність певного рівня досвіду у той чи іншій сфері, а також з принципу індивідуальності – передбачає наявність всіляких індивідуальних якостей або

рис характеру працівника необхідних для виконання певної роботи.

Напрямок оцінки і атестації персоналу. включає два принципи: принцип відбору показників оцінки – характеризує потребу у складанні системи показників, що включають в себе мету оцінок, критерії та частоту оцінок, та принцип оцінки виконання завдань, який встановлює необхідність оцінки результатів діяльності за обраними критеріями.

Наступний напрям – мотивація та стимулювання персоналу, складається з принципу відповідності оплати праці, який означає наявність необхідної оплати праці співробітників, а також принципу мотивації. Він визначає необхідність вірного встановлення спонукальних чинників, які ефективно впливають на індивідуальне виконання поставлених завдань на підприємстві.

Формування і підготовка резерву для виходу на керівні посади об'єднує принцип конкурентності, який показує потребу у відбиранні кандидатів на основі конкурсу, та принцип індивідуальної підготовки – передбачає необхідність підготовки резерву на конкретну посаду за індивідуальною програмою.

Розвитку персоналу включає принцип підвищення кваліфікації, який визначає вимогу періодичного навчання персоналу у відповідність з індивідуальною стратегією розвитку співробітника. Принцип саморозвитку та самовираження передбачає потребу розвитку завдяки роботі на підприємстві, при наявності здатності зробити це.

Взагалі, процес роботи з персоналом повинен бути побудований так, щоб найкоротшим шляхом приходили до бажаного результату.

тату відносно будь-якого питання або проблеми в кадровій сфері.

Серед проблем, які виникають саме при формуванні кадрової політики на підприємстві, найбільш часто виокремлюють наступні [1-3]:

По-перше, відсутність кваліфікованих працівників. Ця проблема дуже актуальна в наш час та призводить до низької якості виконаних робіт. Для того, щоб її уникнути необхідно забезпечити професійно-орієнтованої підготовки майбутніх кадрів шляхом наближення професійного навчання до виробничого процесу; залучити майбутніх кваліфікованих працівників до засвоєння початкових норм і виконання ними необхідних простих виробничих завдань на підприємстві; за своїти елементарні норми поведінки у колективі та самостійної трудової діяльності [1].

По-друге, висока плинність кадрів. Слід зауважити, що основною причиною плинності є невдоволення працівників своїм становищем. Найчастіше це незадоволення заробітною платою, та умовами праці. Існує також багато інших причин, а саме: віддаленості роботи від дому; відсутності умов та необхідного часу для відпочинку; неповажне ставлення з боку керівництва, та взагалі усього колективу; неможливість підвищення по службі; ненормований графік роботи та відпустки. Таким чином можна стверджувати, що плинність кадрів пов'язана не тільки з соціальною та побутовою невлаштованістю, але і зі складнощами самореалізації або самоствердження.

По-третє, існує також проблема в організації відбору і найму персоналу. Сучасний ринок праці перенасичений робочою силою, тому підприємство повинне створювати всі умови для залучення таких працівників, навички та особисті характеристики яких найкраще відповідають його цілям [2].

Нестача працівників може призвести до зменшення продуктивності праці та збільшення конфліктних ситуацій у колективі. З іншого боку, надлишок робочої сили може спричинити збільшення грошових витрат на

фонд оплати праці, зменшення зацікавленості в якісній праці та відтік кваліфікованих працівників, тому відбір та найм працівників має здійснюватися виключно виходячи з оптимальної чисельності персоналу [3].

Сучасна кадрова політика підприємства впливає на успішність праці, а також на рівень задоволеності робітників своєю працею завдяки морально-психологічної атмосферою в колективі та інших причин. Для більш ефективної кадрової політики необхідна підготовка та перепідготовка керівників для збагачення знань у різних сферах та для формування навичок й умінь керування людьми.

Список використаної літератури

1. Головащенко І. І. Проблеми сучасної кадрової політики підприємств / І. І. Головащенко, Л. В. Бондарчук [Електронний ресурс] // Економічні науки /5 Управління трудовими ресурсами. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67559.doc.htm
2. Литяцька Д. В. Проблеми кадрового менеджменту на підприємствах АПК та шляхи їх вирішення в сучасних умовах господарювання / Д. В. Литяцька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nd.nubip.edu.ua/2006-1/06ldvotr.pdf>
3. Миша В. П. Кадрова політика на підприємстві: проблеми і перспективи / В. П. Миша // Актуальні проблеми економіки. – 2008 – № 6. – С. 165 – 168
4. Управління персоналом на підприємстві / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrainreferat.com/page,2,69860-Upravlenie-personalom-na-predpriyatii.html>

Автори

Нікітіна Ірина Валеріївна, студентка, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця (irinaanikitina777@gmail.com).

Козлова Інна Миколаївна, старший викладач, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця (inna.kozlova.@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.3

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ СТУПЕНЮ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ, ЯКІ РОЗРОБЛЯЮТЬ СТРАТЕГІЮ ПІДПРИЄМСТВА, ПРИ ФОРМУВАННІ ГРУПИ ЕКСПЕРТІВ

Полюхович Марина Володимирівна, аспірант кафедри менеджменту та бізнесу,
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація - В роботі розглянуті основні складові оцінки ступеню компетентності стратегів підприємств, різних за масштабами бізнесу, у випадку їх залучення в якості експертів для вирішення стратегічних питань. В результаті було запропоновано перелік базових питань щодо оцінки компетенції стратегів з урахуванням особливостей стратегічного мислення.

Ключові слова — стратегія підприємства, стратегічне мислення, стратег, експерт, оцінка компетентності.

Для вибору оптимальних шляхів свого розвитку будь-яке підприємство потребує певного кола осіб, які б формували основні риси стратегії розвитку та приймали вдалі управлінські рішення. Різні підприємства можуть визначати найкращого стратега відповідно до власної філософії розвитку, наявності ресурсів та інших факторів, проте основним критерієм, як правило, є певний баланс досвіду, відчуття перспективи, гнучкості, інтуїції з однієї сторони та набором цілей і задач підприємства з іншої. Водночас питання визначення ступеня кваліфікації стратега чи менеджера також може бути актуальним під час пошуку експертів для рішення певних задач у сфері стратегічного управління.

Серед загальних підходів до оцінки рівня компетентності фахівців, яких можна було б залучити в якості експертів для вирішення поставленого кола завдань є визначення певного набору вимог [2]. Серед них:

1) наявність у фахівців глибоких спеціальних знань у сфері питань, окреслених визначеним набором завдань;

2) наявність високого рівня загальної ерудиції;

3) здатність до адекватного відображення тенденцій розвитку об'єкта дослідження чи управління;

4) наявність психологічної установки на майбутнє;

5) наявність наукового інтересу до поставленого питання за відсутності практичної зацікавленості в цьому питанні;

6) наявність виробничого та (або) дослідницького досвіду в галузі, яка розглядається.

Окремо слід додати вміння знаходити найкращі варіанти вирішення складних науково-технічних та соціально-економічних задач в умовах відсутності достатньої або повної інформації щодо попереднього досвіду вирішення проблем [1].

Відповідно до роботи інших дослідників фахівці мають обиратись до кола експертів, базуючись на результатах практичної діяльності підприємства [4].

В результаті підбору дійсно компетентних та неупереджених фахівців має бути створено певний колективний розум, який порівняно до можливостей окремої людини володіє би більшими здібностями вирішення складних і малодосліджених питань.

Зважаючи, що саме топ менеджери є однією із найбільш впливових складових стратегії [5, с.8] у випадку формування групи експертів для вирішення питань, пов'язаних з розробкою стратегії підприємства, доцільним виглядає опитування осіб, які, по-перше, мають досвід управління та розробки стратегій і, по-друге, мають стратегічне мислення, і, по-третє, відносяться до категорії топ менеджменту, або не нижче категорії менеджерів, які відповідають за розвиток окремих напрямків бізнесу чи підрозділу.

Тобто в якості експертів доцільно обрати стратегів підприємств. Водночас, у випадку невеликих за розміром компаній розробка планів та стратегій зазвичай здійснюється власниками бізнесу [5, с.11], тому кола експертів також доцільно включити власників бізнесу.

Крім того, слід зазначити, що якщо у великих за розміром підприємствах стратеги, як правило, мають в розпорядженні значну кількість ресурсів, а також налагоджену корпоративну культуру, і вбачають розробку стратегії переважно в аналізі та пануванні, то в малих компаніях управлінці зазвичай мають тенденцію до ігнорування даних, зібраних для аналізу та планування, і покладаються на інтуїцію [5, с.21]. В даному випадку стратегів об'єднує, імовірно, наявність стратегічного мислення.

Стосовно стратегічного мислення багато характеристик цього поняття наведено в праці Кеничі Омае [3]. Так, стратегічне мислення поруч із наполегливістю та послідовністю є основними рисами, властивими стратегам. До характеристик стратегічного мислення відносяться можливість генерувати нові ідеї та ставити динамічні цілі, здатність творчо мислити тощо. Талановитий і успішний стратег повинен вміти знаходити баланс між системним підходом, який базується переважно на механічних діях і лінійному мисленні, та інтуїтивним підходом, який майже не базується на аналізі для прийняття рішень. Основою для розвитку стратегічного мислення є наявність у стратега допитливого розуму та звички піддавати сумніву те, що більшістю інших людей сприймається за аксіому.

Тобто в цілому стратег, якому властиве стратегічне мислення, має бути проникливим, об'єктивним та вміти ставити вірні питання. «В сучасному висококонкурентному світі розум стратега стає активом, ціна якого постійно зростає» [3, с. 169].

Підсумовуючи усі описані вимоги щодо характеристик експертів та особливості, які мають бути враховані при формуванні групи експертів з числа стратегів підприємств, різних за масштабами ведення бізнесу, можна окреслити коло основних питань, що можуть

бути використані в рамках методу самооцінки потенційних експертів.

Серед них зокрема: питання щодо наявності досвіду в питаннях розробки, реалізації та оцінки ефективності стратегії; питання щодо наявності наукового або дослідницького інтересу експертів щодо означеного кола питань стратегічного управління; питання щодо наявності теоретичних знань у сфері, наприклад, стратегічного маркетингу. Цей блок питань може містити запит щодо отримання експертом базової вищої освіти та/або проходження самопідготовки за цим напрямом тощо; питання, які б допомогли визначити бачення перспектив застосування знань та досвіду стратега. Наприклад, інформація щодо оцінки стратегом можливостей використання політичних змін у країні або глобалізації тощо.

Таким чином, проводячи оцінку ступеню компетентності стратегів слід врахувати як їх фахову компетентність, так і їх можливість виступати експертами в колі питань, окреслених задачами дослідження.

Список використаної літератури

1. Данелян Т. Я. Формальные методы экспертных оценок // Экономика, Статистика и Информатика. – 2015. – № 1. – С. 183-187.
2. Клебанова Т. С., Раевнева Е. В. Теория экономического риска : Учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины. – Х.: Издательский дом "ИНЖЭК", 2003. – 156 с.
3. Омае К. Мышление стратега : Искусство бизнеса по-японски / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 215 с.
4. Раевнева О. В., Гольяева Л.А., Мілевська Т. С. Методичний підхід до анкетування цільових груп – користувачів послуг ВНЗ // Бізнесінформ. – 2016. – № 9. – С. 81-87.
5. Dr Breda McCarthy. Strategy, Marketing Plans and Small Organizations / 1st edition. – Bookboon, 2016. – 119 p.

Автори

Полюхович Марина Володимирівна, PhD студент кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна (Maryna.Poliukhovych@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК: 336.22

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Семкова Л.В., к.е.н., доцент, Маріупольський державний університет, м. Маріуполь, Україна

Анотація – Стан та розвиток податкової системи є показником економічного та соціального розвитку країни. Враховуючи, значний вплив на економіку ефективності ведення малого бізнесу, важливим питанням постає адекватна система оподаткування таких підприємств. Для підтримки малого бізнесу в Україні розроблена спрощена систему їх оподаткування. Отже, виникає потреба у дослідженні механізму та особливостей спрощеного оподаткування.

Ключові слова – система оподаткування, облік, звітність, малий бізнес, підприємець, єдиний податок.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – це особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених Главою 1 Розділу XIV ПКУ із одночасним веденням спрощеного обліку та звітності. Юридична особа чи фізична особа-підприємець може самостійно обрати спрощену систему оподаткування, якщо така особа відповідає вимогам та реєструється платником єдиного податку [1].

Спрощена система оподаткування, обліку і звітності в Україні вперше була запроваджена у 1999 році на основі Указу Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 3 липня 1998 року № 727 [2]. Указ був єдиним нормативним документом, який забезпечував правову базу для застосування спрощеної системи оподаткування суб'єктами малого бізнесу та визначав умови перебування, методіку нарахування і сплати єдиного податку. Законодавче впровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності в Україні було спричинено необхідністю подолання кризових тенде-

нцій в економіці та стимулюванням виходу з «тіні» суб'єктів підприємницької діяльності [3].

Відповідно до Податкового кодексу України всі суб'єкти підприємницької діяльності, які користуються спрощеною системою оподаткування поділяються на чотири групи:

I група – фізособи – СПД (суб'єкти підприємницької діяльності), які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у т. ч. і побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства. Підприємці даної групи мають обмеження за обсягом доходу, який не повинен перевищувати 1 млн. грн. за календарний рік. Також існує обмеження у кількості працівників, а саме фізособа цієї групи не повинна мати найманих працівників.

II група – фізособи – СПД, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у т. ч. побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства. Обмеження по обсягу доходу складає 5 млн. грн. А також кількість працівників не повинно перевищувати 10 осіб.

III група – фізособи – СПД та юрособи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми. Обмеження по обсягу доходу складає 7 млн. грн. Обмеженості по кількості працівників не існує.

IV група - сільськогосподарські (с/г) товаровиробники. Відповідно обсягу доходу частка с/г товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 %. Обмеженості по кількості працівників не існує.

Умови для використання механізму спрощеного оподаткування мають наступні особливості:

– суб'єкти підприємницької діяльності повинні відповідати вимогам спрощеного оподаткування відповідно до I-IV груп;

– особа повинна бути зареєстровано як платник єдиного податку.

Що стосується єдиного податку, то він заміщає собою сплату і розрахунок певної кількості обов'язкових податків і зборів, які сплачуються в Україні, зокрема:

– податку на прибуток підприємств; – податку на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності платника єдиного податку I-IV групи (фізичної особи) та оподатковані згідно з ПКУ;

– податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України (крім платників 3 групи за ставкою 3 %, а також платників 4 групи;

– податку на майно (в частині земельного податку), крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються платниками єдиного податку I-III груп для провадження господарської діяльності та платниками єдиного податку IV групи для ведення сільськогосподарського товаровиробництва;

– рентної плати за спеціальне використання води платниками єдиного податку 4 групи [1].

Одним із недоліків даної системи оподаткування є те, що розмір податку для I та II категорій платників не залежить від результатів діяльності, на відміну від загальної системи оподаткування, де базою оподаткування є чистий дохід, тобто має місце застосування єдиних податкових ставок для всіх категорій платників, незалежно від обсягів виручки за звітний період. Внаслідок цього ставка податку не змінюється, навіть якщо діяльність є збитковою, що з урахуванням періодичних політичних та соціально-економічних криз в Україні сприяє погіршенню фінансового стану малих та середніх підприємств [4].

На сьогодні спрощена система оподаткування є актуальною у використанні, про що свідчить динаміка кількості фізичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності –

спрощенців. Так, за даними Державної податкової служби України станом на 01.01.2020 р. за єдиним податком оподатковувались доходи 1488,3 тис фізичних осіб-підприємців. Порівняно із аналогічним періодом минулого року кількість зареєстрованих платників єдиного податку збільшилась майже на 93,8 тис. осіб (на 01.01.2019 р. – кількість платників єдиного податку становила 1394,5 тис осіб). Всього на початок 2020 року кількість зареєстрованих фізичних осіб – підприємців в Україні становила 1885,9 тис. осіб, що на 19,8 тис. більше, ніж на початок 2019 року. Якщо взяти до уваги останні дані, то кількість фізичних осіб-підприємців, що використовують спрощену систему оподаткування становить 75-80% від сукупної чисельності фізичних-осіб-підприємців [3, 5].

Сьогодні єдиний податок залежить від мінімальної заробітної плати та розміру прожиткового мінімуму, зокрема, розмір ставки єдиного податку для фізичних осіб підприємництва (ФОП) I-II груп, а також річний обсяг доходу платників єдиного податку I-III груп.

Так, з 01.01.2021 року [5]:

1. Річний обсяг доходу платників єдиного доходу встановлено у наступних розмірах:

– для 1 групи – 167 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного року (у 2021 році – 1002000 грн. (167 x 6000 грн.));

– для 2 групи – 834 розміри мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня звітного року (у 2021 році – 5004000 грн.);

– для 3 групи – 1167 розмірів мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня звітного року (у 2021 році – 7002000 грн.);

2. Ставки єдиного податку:

– для 1 групи – до 10% розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого законом на 1 січня звітного року, тобто – до 227 грн/міс;

– для 2 групи – до 20% розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного, тобто – до 1200 грн/міс;

– для 3 групи ставка єдиного податку встановлена у відсотках від доходу: 3% – платники ПДВ, 5% – неплатники ПДВ;

– для 4 групи розмір ставки єдиного податку з 1 гектара сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування (у % до бази оподаткування).

Також, з 1 січня 2021 року для фізичних осіб – підприємців змінюється порядок ведення обліку доходів і витрат, зокрема [7]:

- фізичні особи-підприємці – платники єдиного податку першої і другої груп та платники єдиного податку третьої групи, які не є платниками ПДВ, матимуть право вести облік у довільній формі як у паперовому так і в електронному вигляді шляхом помісячного відображення отриманих доходів;

- фізичні особи-підприємці – платники єдиного податку третьої групи, які є платниками ПДВ, зможуть вести облік у довільній формі як у паперовому так і в електронному вигляді шляхом помісячного відображення доходів та витрат.

Як зазначено на офіційному сайті Державної податкової служби України, при веденні обліку у довільній формі платники єдиного податку вправі застосовувати будь-який спосіб обліку доходів: це можуть бути записи у будь-якому довільному реєстрі – паперовому зошиті, журналі, чи в електронній таблиці у файлі Excel. У тому числі платники зможуть продовжувати вести Книгу обліку доходів (для платників єдиного податку першої, другої та третьої груп, які не є платниками податку на додану вартість) та Книгу обліку доходів і витрат (для платників єдиного податку третьої групи, які є платниками податку на додану вартість) за діючими на сьогодні формами.

Таким чином, спрощена система оподаткування відіграє важливу роль у соціально-економічному житті країни, і є дієвим інструментом у розвитку малого підприємництва. Система спрощеного оподаткування залежить, як від політиці щодо мінімальної заробітної плати, так й щодо мінімального прожиткового мінімуму. Сьогодні дана система має як позитивний вплив, так й негативний вплив, тому є нагальна потреба у реформуванні та покращенні системи спрощеного оподаткування.

Список використаної літератури

1. Податковий кодекс України від 18.03.2020р. № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва: Указ Президента України від 03.07.1998 № 727/98 (Втратив чинність). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
3. Іваншина О.С. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності: сучасний стан та напрями його вдосконалення / О.С. Іваншина, Л.С. Діміденко // Електронне фахове видання «Ефективна економіка», 2020. - №5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7909>
4. Козинець І.Г. Спрощення система оподаткування в Україні: переваги та недоліки / І.Г. Козинець, О.В. Кравченко // Юридичний науковий електронний журнал. – 2020. - №3. – С. 242 – 245.
5. Офіційний веб-сайт Державної податкової служби України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tax.gov.ua/mediatsentr/novini/407585.html>
6. Єдиний податок – 2021: важливі цифри. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medoc.ua/blog/dinij-podatok-2021-vazhlivi-cifri>
7. Державна податкова служба України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://od.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/print-446973.html>

Автор

Семкова Лілія В'ячеславівна., к.е.н., доцент, Маріупольський державний університет, (semkova7@mail.ru).

Тези доповіді надійшли лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 327: 331

ТРАНСДИСЦИПЛІНАРНІСТЬ ЯК СУЧАСНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ

Сорокіна Анастасія Сергіївна, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Багато підходів та методів та прийомів використовуються менеджерами та керівниками у їх постійній та повсякденній діяльності. Не всі фахівці, науковці та менеджери усвідомлюють той факт, що вони використовують трансдисциплінарний підхід та положення теорії трансдисциплінарності при вирішенні своїх проблем.

Ключові слова — вища освіта, міждисциплінарність, міждисциплінарний підхід, трансдисциплінарність, управління, Mode 1 / Mode 2.

Дискусія щодо трансдисциплінарності, мультидисциплінарності та міждисциплінарності розпочалася давно, але насправді європейська університетська ідея трансдисциплінарності не була популярною, в інших випадках спостерігався гіперболічний ріст дисциплін з урахуванням простої кількості знань, а не освіченої людини.

Сьогодні, насамперед виходить ідея трансдисциплінарності в управлінні підприємствами, в роботі менеджера, яка вже давно вийшла за рамки своєї спеціальності та спеціалізації.

Слово трансдисциплінарність було введено в 1970 році на семінарі з питань міждисциплінарності в університетах, що відбувся в Університеті Ніцци та спільно фінансувалося Організацією економічного співробітництва та розвитку та Міністерством освіти Франції [1]. Видатному швейцарському психологу Жану Піаже слід дякувати за розвиток терміну [8, 15, 16].

У рекомендаціях, викладених у Всесвітній декларації про вищу освіту двадцять першого століття: бачення та дії та рамки першочергових дій щодо змін та розвитку у вищій

освіті [24], отримали підтримку організаторів вищої освіти у багатьох країнах світу.

У Росії ця декларація була включена до переліку документів експертного та аналітичного забезпечення правового забезпечення модернізації загальної та професійно-технічної освіти, управління якістю та доступності освітніх послуг у рамках Федеральної цільової програми розвитку освіти на 2011 рік -2015 [23].

У Китаї її рекомендації використовувались при підготовці та реалізації державних програм розвитку науки і техніки (Програма «973»). Метою програми є міждисциплінарні дослідження в різних галузях науки, теоретичне та наукове обґрунтування прийнятих державних рішень [24].

У США рекомендації декларації були реалізовані в 2013 році під час підготовки звіту «ARISE 2» (Посилення наукових досліджень та техніки). У доповіді йдеться про вибір «локомотива» передового розвитку американської науки і техніки.

Головними цілями звіту є «перехід від міждисциплінарності до трансдисциплінарності» та розвиток співпраці та посилення синергії між академією в широкому розумінні цього слова та приватним бізнесом [9].

Автори [13] стверджують, що розвиток науки у 20 столітті характеризувався появою міждисциплінарних, багатопрофільних та міждисциплінарних підходів. У результаті було відзначено, що міждисциплінарні дослідження протікали набагато ефективніше, якщо вони супроводжувались пошуком загальних зразків поведінки систем принципово різного характеру.

Автором [9] зазначено «...трансдисциплінарне дослідження характеризується спільною орієнтацією на перевищення дисциплінарних кордонів та спробою забезпечити наступність досліджень та знань. Іншими характеристиками є: увага до всебічності, кон-

тексту та системи відліку запитів та знань; взаємопроникнення меж між поняттями та дисциплінами; викриття дисциплінарних кордонів для полегшення розуміння неявних припущень, процесів розслідування та отриманих знань; гуманістична повага до життя та людської гідності; бажання активно застосовувати знання для покращення людини і суспільства».

Щодо визначення трансдисциплінарності, не в контексті дисципліни, є декілька думок. Автор [15] вказує на трансдисциплінарність, як перспективний спосіб отримання знань та прийняття рішень.

Автор [10] говорить, що це інша манера бачити світ (тобто) більш системний і цілісний.

Автором [5] визначено, що трансдисциплінарність це нова форма навчання та вирішення проблем, що передбачає співпрацю між різними частинами суспільства та науковими колами з метою вирішення складних викликів суспільства.

Також існує думка [12], що це принцип дослідження та науки, який виникає у випадках, що стосуються вирішення ненаукових проблем

Автор [14], наголошує, що перш за все це новий спосіб роздумів і залучення до досліджень.

Необхідно сказати, що в науці існує два типи «трансдисциплінарності»: Mode 1 і Mode 2.

Трансдисциплінарність Mode 1, яка є переважно теоретичною, мотивована загальним пошуком «єдності знань» і відповідає «внутрішньонауковій діяльності», тоді як трансдисциплінарність Mode 2, яка є переважно практичною, зазвичай характеризується шляхом включення зацікавлених сторін у підходи до вирішення проблем, які застосовуються до реальних реальних проблем [21].

Помітну думку висловлюють автори [7] «...центральним у суперечці є розрив між науковцями та практиками, який характеризується протиставленням «строгості» та «актуальності»». Суворість асоціюється з 1 виробництва знань, завдяки якому знання виробляються за академічною програмою. Знання, отримані в Mode 2, слугують пер-

шочерговим інтересам практиків, тобто актуальності.

Автори [7] пропонують вирішити цю проблему експериментально, за допомогою підходу, який був розроблений Джоном Дьюї.

Автор [4] також говорить про типології трансдисциплінарності, які представлені в науковому суспільстві та більше в соціології науки [19], «як правило, з теоретичною та практичною дихотомією (Mode 1 / Mode 2)», а також він запропонував ідею розглядати трансдисциплінарність як нову дисципліну та спосіб існування. «.. концепція трансдисциплінарності як дисципліни може бути пов'язана з недавнім розвитком ширшої дисципліни» науки про інтеграцію та впровадження» (i2S), до якої «практичний» режим Mode 2 трансдисциплінарності головним чином сприяє». Робота Едгара Моріна допомагає проілюструвати цю концепцію [17].

Існує методологія, заснована на трьох аксіомах, відображених у Mode 1 [16; 22]:

1. Рівні реальності.
2. Принцип прихованої третини.
3. Складність.

Автор [10] пропонує іншу типологію, виділяючи «слабку трансдисциплінарність», яку можна застосувати «за традиційними методами та логікою», та «сильну трансдисциплінарність», особливо натхненну роботою [15], яка характеризується специфічною квантовою логікою і розривається з припущенням єдиної реальності [18], як говорить автор [4]. З цієї точки зору, трансдисциплінарність – це більше, ніж нова дисципліна чи супердисципліна; це «інша манера бачити світ, більш системно і цілісно» [18].

Цікаво відзначити, що наука про Mode 2 [11] характеризувалася шістьма принципами, які лежать в основі трансдисциплінарності Mode 2 ідеального типу [21]:

- 1) знання Mode 2 виробляються в тому контексті, де вони будуть застосовуватися;
- 2) він має свої чіткі характеристики, окрім дисциплінарних знань;
- 3) Mode 2 неоднорідний з точки зору навичок, точок зору та досвіду учасників;
- 4) структури розглядаються як перехідні та розвиваються, а не жорстко ієрархічні;
- 5) отримані знання є соціально надійними та актуальними для залучених суб'єктів;

б) якість вироблених знань забезпечується відповідними критеріями та процедурами [22].

Сьогодні цікавим є думка та досвід викладання трансдисциплінарності автора [20], яка вивчає проблеми зближення природничих та гуманітарних наук та використовує ідеї трансдисциплінарності в курсі «Міждисциплінарний підхід до вивчення мови», який складається з багатьох елементів ідей та думок «батьків» трансдисциплінарності, також автор наголошує на тому, що в наш час бути вузьким спеціалістом неможливо, особливо менеджеру. Задля успіху управління повинно виходити за свої класичні рамки.

Отже, в наш час менеджери усвідомлюють необхідність зв'язку між теоретичними знаннями та практичним компонентом компетентності, як в теорії трансдисциплінарності. Тобто трансдисциплінарність на думку автора є новою технологією, що дозволить вирішити проблеми управління комплексно та ефективно. Подальші дослідження полягають у виробленні загальної, єдиної методології трансдисциплінарності, яка водночас буде постійною в підготовці і роботі менеджера та буде зрозумілою та легкою для «неспеціалістів» галузі.

Список використаної літератури

- Bernstein, J. H. Transdisciplinarity: A review of its origins, development, and current issues. *Journal of Research Practice* / J. H. Bernstein. [Electronic resource]. - Access mode :<http://jrp.icaap.org/index.php/jrp/article/view/510/412>
- Капустин Б. Междисциплинарность открывает путь к новому уровню знаний / Б. Капустин // *Коммерсантъ Наука*. 2017 – №. – P. 43
- Botta M A macrohistory perspective on neo-collectivism as a higher evolutionary stage of consciousness embedded in the Holarchic evolutionary model./ M. Botta // *Futures*. – 2019. 113:102419 Article Google Scholar
- Rigolot C. Transdisciplinarity as a discipline and a way of being: complementarities and creative tensions / C. Rigolot. // *Humanities and Social Sciences Communications* – 2020 – № 7, Article number: 100 (2020)
- Häberli R. Transdisciplinarity: joint problem-solving among science, technology and society. / R. Häberli, R. W. Scholz, A. Bill, M. Welti // *Workbook I: dialogue sessions and idea market*, № 1. Publisher: Birkhäuser
- John Dewey *Stanford Encyclopedia of Philosophy* [Electronic resource]. - Access mode:<https://plato.stanford.edu/entries/dewey>
- Vo Linh-Chi, Kelemen M. Moving Beyond Mode 1 and Mode 2 of Knowledge Production by John Dewey's Experimentalism / Linh-Chi Vo and M. Kelemen // *Academy of Management Annual Meeting Proceedings 2004*, №1.
- López-Huertas M. Reflexions on multidimensional knowledge: Its influence on the foundation of knowledge organization. / M. López-Huertas. // *Knowledge Organization*. – 2013 – №40(6) – P. 400-407.
- Mahan J. L., Jr. Toward transdisciplinary inquiry in the humane sciences. / J. L., Jr. Mahan/ *Doctoral dissertation, United States International University*. UMI No. 702145. (1970). Retrieved from ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Max-Neef M. A. Foundations of transdisciplinarity. / M. A. Max-Neef // *Ecol Econ* –2005 –53(1):5–16 Article Google Scholar
- McGregor S. L. The Nicolescuian and Zürich approaches to transdisciplinarity./ S. L. McGregor // *Integral Leader Rev/* 2015 –№ 15(2):6–16 Google Scholar
- Mittelstrass J. () On transdisciplinarity./ J. Mittelstrass // *Trames*. –2011 – 15(4) – P. 329–338
- Мокий В. С., Мокий М. С. Трансдисциплінарність в вищому освіті: експертні оцінки, проблеми і практичні рішення / В. С. Мокий, М. С. Мокий. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.researchgate.net/publication/332464968_transdisciplinarity_in_higher_education_expert_assessments_problems_and_practical_solutions
- Montuori A .Complex thought: an overview of Edgar Morin's intellectual journey/ A. Montuori. – *MetalIntegral Foundation, Resource Paper*, June 2013
- Nicolescu B. Methodology of transdisciplinarity: Levels of reality, logic of the included middle and complexity. / B. Nicolescu. – *Transdisciplinary Journal of Engineering & Science*, 2010 –№1 – P. 17-32.
- Padurean, A., & Cheveresan, C. T. (2010). *Transdisciplinarity in education*. / A. Padurean, C. T Cheveresan. // *Journal Plus Education*. – 2010 – № 6(1) – P. 127-133.
- Pereira G, Funtowicz SO Knowledge representation and mediation for transdisciplinary frameworks: tools to inform debates, dialogues & deliberations. / G. Pereira, S. O. Funtowicz // *Int J Transdiscipl Res*. – 2006 – № 1(1) – P. 34–50.
- Rigolot C. Quantum theory as a source of insights to close the gap between Mode 1 and Mode 2 transdisciplinarity: potentialities, pitfalls and a possible way forward. / C. Rigolot // *Sustain Sci*. – 2015 – 15(2) – P. 663–669 Article Google Scholar
- Scholz R. W., Steiner G. The real type and ideal type of transdisciplinary processes: part II—what constraints and obstacles do we meet in practice? /

R. W. Scholz, G. Steiner. // Sustain Sci. – 2015 – 10(4) – P. 653–671: Article Google Scholar

20. Татьяна Черниговская Санкт-Петербургский университет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artesliberales.spbu.ru/ru/education/course-catalog/mezhdisciplinarnyy-podhod-k-issledovaniyu-yazyka>

21. Thompson Klein J. Transdisciplinarity: Joint problem solving among science, technology, and society: An effective way for managing complexity / J. Thompson Klein, W. Grossenbacher-Mansuy, R. Häberli, A. Bill, R. W. Scholz, M. Welti, (Eds.). – Switzerland: «Birkhäuser», 2001 – 345 p.

22. Wilber K. Sex, ecology, spirituality: the spirit of evolution / K. Wilber. – Boulder, Colorado: Shambhala Publications, 1995 – p. 851.

23. World Declaration on Higher Education for the 21st Century: Approaches and Practices measures. Ministry of Education and Science of the Russian Federation. Institute legislation and comparative jurisprudence under the Government of the Russian Federation: [Electronic

resource]. - Access mode: http://obrzakon.ru/documents/open doc/id/1073/cat_id/78

24. World Declaration on Higher Education for the Twenty-first Century: Vision and Action and Framework for Priority Action for Change and Development in Higher Education [Electronic resource]. - Access mode :<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141952>

Автори

Сорокіна Анастасія Сергіївна, старший викладач кафедри менеджменту та бізнесу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (s-rokin.anastasiia@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 338.246.87

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОБОТИ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Таранюк Л.М., д.е.н., професор, Сумський державний університет, Суми, Україна,
Д'яконова І.І., д.е.н., професор, Сумський державний університет, Суми, Україна,
Замора О.М., к.е.н., доцент, Сумський державний університет, Суми, Україна.

Анотація — досліджено стратегічний аналіз роботи суб'єктів бізнесу України в умовах пандемії. Сформовано необхідність проведення даного аналізу на підставі літературного огляду. Визначено основні критеріальні показники елементів SWOT-аналізу діяльності компаній в умовах пандемії. Обрано стратегію роботи фірм в умовах пандемії.

Ключові слова — компанія, оцінка, розвиток, стратегія.

В умовах пандемії та зростаючих чинників системної кризи економіки країн світу, все більше постає завдання формування стратегії діяльності суб'єктів бізнесу в умовах пандемії та створення умов для забезпечення отримання прибутку від підприємницької діяльності. Тому актуальність даного дослідження є безперечною.

У світі все більше аналітичних та наукових досліджень [1, 2] присвячені впливу COVID-19 на господарську діяльність компаній, що обумовлено необхідністю вжиття протиепідемічних заходів в тому числі і для збереження прибутку компаній та зниження ризику фінансової нестабільності бізнесу.

Багато галузей економік країн в умовах пандемії зазнали фінансових проблем, серед основних секторів (готельно-ресторанний бізнес, туризм). Вчені Панзон Л., Ларком С.. Ші П [3] досліджували негативні ефекти від впливу COVID-19 на роботу компаній харчового та ресторанного сектору у Великобританії.

В роботі бізнесу в умовах пандемії також слід враховувати виникнення соціальних ефектів від трудової міграції. Адже в умовах

повного або часткового локдауну країни вивільняються багато робочих місць і попит робочої сили може переважати її пропозицію. Тому виникає необхідність до трудової міграції населення як в країні між областями, так і за її межами. Дані процеси у роботі компаній Китаю було досліджено вченими Танг С., Лі Х. [4].

Для утримання роботи бізнесу в зоні стійкого економічного розвитку важливим є формування дієвих стратегій розвитку компаній різних галузей економіки в умовах пандемічних викликів. Така стратегія може бути розроблена як на рівні підприємства, так і на рівні місцевих органів управління або урядів країн в цілому.

Для формування дієвих стратегій авторами наукового дослідження запропоновано провести SWOT-аналіз діяльності фірм в умовах пандемії, за допомогою якого можна обрати стратегію роботи компаній, яка спрямована на отримання запланованих прибутків від господарської діяльності в умовах пандемії. Також даний аналіз може бути корисним для прийняття управлінських рішень на державному та міждержавному рівні для формування дієвих стратегічних програм державної підтримки роботи суб'єктів малого та середнього бізнесу в умовах пандемії на національному рівні. У табл. 1 авторами, на підставі розгляду аналітичної інформації щодо впливу COVID-19 на господарську діяльність компаній [1,2], запропоновано критеріальні показники сильних, слабких сторін, можливостей та погроз роботи суб'єктів бізнесу України в умовах пандемії. Бальну оцінку та імовірності індикаторів SWOT-аналізу проведено експертним шляхом.

Таблиця 1

SWOT-аналіз роботи суб'єктів бізнесу в умовах пандемії (авторська розробка)

<i>Сильні сторони (S)</i>	<i>Бал</i>	<i>Імов.-ть</i>	<i>Зв.оцінка</i>
Підвищення попиту на товари і послуги компаній, пов'язані із запобіганням поширенню коронавірусу. Це по-першу чергу засоби особистого захисту і гігієни, дезінфікуючі засоби	9	0,7	6,3
Короткострокове підвищення попиту на товари і послуги першої необхідності	8	0,9	7,2
Підвищення попиту на послуги телекомунікацій	7	0,5	3,5
Розвиток онлайн технологій на підприємствах	9	0,6	5,4
Зміцнення міжродичевих комунікацій: швидкий обмін інформацією та зміцнення зв'язків між фірмами	6	0,7	4,2
Сума зважених оцінок сильних сторін	26,6		
<i>Слабкі сторони (W)</i>			
Зниження попиту на окремі види товарів і послуг компаній	7	0,4	2,8
Сировинна залежність економіки фірм. Зростання курсу по відношенню до долара	6	0,7	4,2
Нестабільний курс національної валюти	8	0,6	4,8
Нестабільна ситуація (закриті дитсадки і навчальні заклади, обмеження переміщень)	6	0,5	3
Безробітність на підприємствах	5	0,4	2
Сума зважених оцінок слабких сторін	16,8		
Різниця у зважених оцінках (S-W)	+9,8		
<i>Можливості (O)</i>			
Послаблення негативного впливу держав внаслідок пандемії та пов'язаних з нею соціальних та економічних наслідків в роботі підприємств	3	0,5	1,5
Можливість активізувати гуманітарний вимір конфлікту на Сході, зайняти більш активну національну позицію для вітчизняних виробників	4	0,3	1,2
Шанс на виникнення нових горизонтів міжнародної співпраці бізнесу	6	0,6	3,6
Збільшення місцевого виробництва товарів особистого захисту і дезінфекції. У зв'язку з ростом курсу і транспортними обмеженнями, локальні товари місцевого виробництва можуть заповнити нішу імпортованих товарів.	7	0,7	4,9
Онлайн-сервіси фірм. У зв'язку з обмеженням на відвідування розважальних та інших публічних закладів, проведення заходів, попит на різні онлайн-сервіси компаній зростатиме. По-першу чергу, це соціальні мережі, онлайн-ТБ і онлайн-кінотеатри.	9	0,8	7,2
Онлайн канали дистрибуції і просування. Торгові компанії будуть активно розвивати онлайн-канали дистрибуції усіма можливими способами. Онлайн-просування в складі цифрового маркетингу - ключові стратегії просування в сучасному світі.	8	0,8	6,4
Поліпшення екологічної ситуації в цілому. Вчені вже відзначають значне скорочення обсягів викиду шкідливих речовин в атмосферу в державах, де раніше були введені карантин, НС та інші обмеження.	8	0,6	4,8
Сума зважених оцінок можливостей	29,6		
<i>Загрози</i>			
Зниження імпорту і зростання цін в компаніях. У зв'язку із залежністю споживання від імпортованих товарів, придбаних за валюту, обсяги закупівель фірм можуть знизитися	7	0,6	4,2
Фінансова нестабільність галузей. Туризм, проживання, громадське харчування, розваги - перший галузі, які вже відчувають негативний ефект від COVID-19	6	0,8	4,8
Неможливо передбачити розвиток інновацій на підприємствах	7	0,5	3,5
Відставання від інших країн у боротьбі із наслідками пандемії у роботі компаній	5	0,4	2
Зникнення України з міжнародного порядку денного ключових партнерів	3	0,4	1,2
Остаточне перебування України поза зоною інфраструктурних інтересів інших країн	4	0,3	1,2
Сума зважених оцінок загроз	16,9		
Різниця у зважених оцінках (O-T)	+12,7		

Даний SWOT-аналіз був проведений із залученням співробітників та студентів (експерти) Сумського державного університету (Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту). В результаті розрахунків отримано зважені оцінки різниці між сильними і слабкими сторонами (+9,8) та можливостями і загрозами (+12,7). З більшості точок зору фірми України входить у пандемію із суттєвим набором вразливих місць та слабких сторін. Компанії залишаються вразливими, що означає брак ресурсів та стійкості для тривалої боротьби із наслідками поширення вірусу. Країни-сусіди, як на Заході, так і на Сході, мають кращі стартові позиції і, скоріше за все, вийдуть із кризи сильнішими за Україну. Економіка фірм країни сильно залежить від зовнішніх факторів, зокрема від ринків ключових імпортерів та темпів їхнього економічного зростання. Пандемія, скоріше за все, призведе до глибокої та тривалої рецесії в глобальному масштабі, а Україна буде серед тих країн, що втратять найбільше в формуванні системі потиковідних заходів.

Також маємо погані стартові умови для пристосування до нових умов на ринку праці, що ймовірно виникнуть після кризи. Низький рівень мобільності, технологічного розвитку та освіти не дозволить суттєво зменшити втрати та переорієнтувати економіку. Україна залишається державою із слабкими інституціями. Нездатність розв'язати цю проблему протягом останніх років дорого коштуватиме фірмам в умовах кризи. Зростає ймовірність соціальних протестів, дезінтеграції системи управління державою, руйнування інфраструктури. Отже, на підставі отриманих результатів SWOT-аналізу роботи суб'єктів бізнесу в умовах пандемії обираємо стратегію «зірок», враховуючи всі наші переваги. Це може бути просування онлайн-торгівлі на міжнародний ринок; онлайн-просування в складі цифрового маркетингу. Також за рахунок збільшення місце-

вого виробництва, можливо збільшити його потенціал.

Список використаної літератури

1. The impact of the coronavirus (COVID-19) crisis on development finance//OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-impact-of-the-coronavirus-covid-19-crisis-on-development-finance-9de00b3b/>
2. Strengthening the frontline: How primary health care helps health systems adapt during the COVID 19 pandemic // OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/strengthening-the-frontline-how-primary-health-care-helps-health-systems-adapt-during-the-covid-19-pandemic-9a5ae6da/>
3. Panzone L. Estimating the impact of the first COVID-19 lockdown on UK food retailers and the restaurant sector / L. Panzone, S. Larcom, P. She.// Global Food Security. - 2021 - № 28 - P. 100.
4. Tang S. Responding to the pandemic as a family unit: social impacts of COVID-19 on rural migrants in China and their coping strategies / S. Tang, X. Li // Humanities and Social Sciences Communications. - 2021 - № 8(1) - P. 8.

Підготовлено в рамках НДР «Механізм синергетичної взаємодії інструментів економічної політики як драйвер стабілізації секторів економіки в контексті зростаючих чинників вразливості внаслідок пандемії COVID-19» (№ дп 0120U104765)

Автори

Таранюк Леонід Миколайович, професор кафедри міжнародних економічних відносин, Сумський державний університет (l.taraniuk@uabs.sumdu.edu.ua).

Д'яконова Ірина Іванівна, професор кафедри міжнародних економічних відносин, Сумський державний університет (i.diakonova@uabs.sumdu.edu.ua).

Замора Оксана Михайлівна, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Сумський державний університет (o.zamora@uabs.sumdu.edu.ua).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 336.71

ФОРМУВАННЯ ДЕПОЗИТНОЇ СТРАТЕГІЇ БАНКУ З УРАХУВАННЯМ СТАДІЙ РОЗВИТКУ ДЕПОЗИТНИХ ПРОДУКТІВ

Тисячна Ю.С., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Для вибору депозитних стратегій банку запропоновано використання матричного методу. Визначено види депозитних стратегій банку залежно від його позиціонування у матриці на основі співвідношення стадій розвитку депозитних продуктів і рівнів ефективності формування депозитних ресурсів. Розробка депозитних стратегій банку на основі запропонованої процедури дозволяє зіставляти рівні ефективності формування депозитних ресурсів банку зі стадіями розвитку депозитних продуктів і формувати систему управлінських заходів, що відповідає обраній стратегії.

Ключові слова — Депозитна стратегія банку, матриця вибору депозитних стратегій, стадія розвитку, .

Для підтримки конкурентоспроможності на депозитному ринку банки мають створювати ефективну систему менеджменту, пропонувати своїм клієнтам новий спектр послуг, застосовувати різноманітні фінансові інструменти та вдосконалювати свою діяльність. Якісна система депозитного менеджменту передбачає наявність його стратегічної складової.

Розробка депозитної стратегії полягає у визначенні пріоритетних напрямків розвитку та удосконалення банківської діяльності в процесі залучення й акумулювання ресурсів, розвитку депозитних операцій та підвищення їх ефективності.

Якісно розроблена депозитна стратегія, що має максимально задовольняти різні цільові потреби клієнтів шляхом розробки і впровадження модифікацій окремих депозитів, передбачає встановлення детально обміркованих параметрів депозитних продуктів.

Це дасть змогу залучати більшу кількість клієнтів, завойовувати нові сегменти ринку і проводити успішну конкурентну боротьбу.

В умовах конкуренції банки для збереження своїх ринкових позицій повинні впроваджувати новітні банківські технології й удосконалювати методи роботи. Активний розвиток товарних та фінансових ринків, розвиток потреб клієнтів вимагають від банку зусиль не тільки з модернізації діяльності, але й безперервного вдосконалення й пошуку нових інструментів управління депозитною діяльністю для підтримки конкурентоспроможності на високому рівні та відповідності усім вимогам клієнтів.

При розробленні депозитної стратегії банку слід враховувати не лише спектр інноваційних депозитних продуктів, а й їх стадію розвитку для того, щоб своєчасно встановити період спаду інновації та переорієнтуватись на продукти, які мають більший попит клієнтів.

Виходячи з цього, у роботі пропонується здійснювати вибір депозитної стратегії банку з урахуванням рівня ефективності залучення депозитних ресурсів, який виміряно інтегральним показником та стадії розвитку депозитних продуктів на основі застосування матричного методу.

Для цілей даного дослідження за основу прийнято матрицю «життєвий цикл галузі (продукту) – конкурентна позиція» [1], яка разом із загальноконкурентними стратегіями передбачає формування уточненого набору стратегічних рішень щодо продуктового ряду організації або напряму її діяльності. При цьому для урахування специфіки депозитної стратегії доцільно модифікувати матрицю: вісь абсцис буде представлена рівнями ефективності формування депозитних ресурсів

банку, вісь ординат – стадією розвитку депозитних продуктів (рис. 1).



Рис. 1. Позичування ПАТ КБ «ПриватБанк» у матриці вибору депозитних стратегій (на прикладі депозитного продукту з елементами гейміфікації)

Будь-який депозитний продукт має власний життєвий цикл, який включає такі стадії: 1) вихід на ринок; 2) розвиток ринку; 3) стабілізація ринку; 4) зменшення ринку [2].

Наведена матриця поділена на 4 зони. Перша зона об'єднує банки з низьким та середнім рівнями ефективності формування депозитних ресурсів, при цьому їх основні депозитні продукти перебувають на стадіях виходу на ринок та розвитку ринку (квадранти 1, 2, 4, 5).

У квадранті 1 розміщені банки, рівень ефективності формування депозитних ресурсів яких є низьким, а депозитний продукт знаходиться на етапі виходу на ринок. Альтернативними стратегіями виступають формування попиту на депозитний продукт або вихід із ринку (якщо спостерігаються ознаки кризи).

Квадрант 2 відображає ситуацію, коли банк має середній рівень ефективності формування депозитних ресурсів (тобто має певний потенціал), а депозитний продукт перебуває на стадії виходу на ринок. Можливою є

стратегія розвитку конкурентних переваг депозитного продукту.

У квадранті 4 сконцентровані банки, рівень ефективності формування депозитних ресурсів яких є низьким, а депозитний продукт знаходиться на етапі розвитку ринку. Таким банкам може бути рекомендована стратегія посилення позицій на депозитному ринку за рахунок виходу на ще не освоєні географічні регіони.

Банки, які позиціонуються у квадранті 5, мають середній рівень ефективності формування депозитних ресурсів, а депозитний продукт перебуває на стадії розвитку ринку. Доцільною для них є стратегія захоплення ринкових ніш з перспективами зростання.

Друга зона характеризується низьким рівнем ефективності формування депозитних ресурсів, депозитні продукти яких перебувають на стадіях стабілізації та зменшення ринку, а також середнім рівнем ефективності формування депозитних ресурсів при знаходженні депозитного продукту на стадії скорочення ринку (квадранти 7, 10, 11).

Для банків, розміщених у квадранті 7,

прийнятною стратегією може стати вдосконалення депозитного продукту, що можна здійснити за рахунок його доповнення новими характеристиками.

Якщо банк неефективно формує депозитні ресурси та при цьому депозитний продукт втрачає ринок (квадрант 10), банку може бути рекомендована стратегія ліквідації неприбуткових продуктів. Це дозволить зменшити витрати та сконцентруватися на більш рентабельних напрямках.

До неуспішних позицій належить також квадрант 11, де розміщені банки, депозитний продукт яких втрачає попит, але рівень ефективності формування депозитних ресурсів є вищим, ніж у банків із квадранта 10. Тому замість виходу з ринку вони можуть спробувати застосувати стратегію реінжинірингу депозитного продукту, а також скоротити витрати, наприклад через аутсорсинг певних функцій.

У третій зоні сконцентровані банки з високим рівнем ефективності формування депозитних ресурсів, продукт яких знаходиться на стадіях виходу на ринок, розвитку ринку, або стабілізації та із середнім рівнем ефективності формування депозитних ресурсів (квадранти 3, 6, 8, 9).

Особливостями банків, які позиціонуються у квадранті 3, є високий рівень ефективності формування депозитних ресурсів та одночасне перебування депозитного продукту на початковій стадії життєвого циклу. Таким банкам може бути рекомендована стратегія збільшення частки депозитного ринку через застосування дієвих способів виведення продуктів на ринок.

Банками з високим рівнем ефективності формування депозитних ресурсів, депозитні продукти яких мають зростаючий ринок (квадрант 6), може бути застосована стратегія створення додаткового депозитного продукту за рахунок інвестування в інновації, які доповнюють депозитний продукт.

Якщо банк зберігає високий рівень ефективності формування депозитних ресурсів, а ринок для депозитного продукту стабілізується (квадрант 9), то доцільною є стратегія виходу на нові ринки, де зберігається потенціал зростання.

Для банків із середнім рівнем ефективності формування депозитних ресурсів (квадрант 8) прийнятною є стратегія комбінування депозитних продуктів. Оскільки вже накопичено ресурси та досвід у певній сфері, можна поєднати вже існуючі депозитні продукти та надати їм нових властивостей.

Четверта зона відображає найбільш суперечливу ситуацію, коли ефективність формування депозитних ресурсів є високою, але депозитний продукт перебуває на стадії спаду (квадрант 12). Таким банкам необхідно стримувати падіння обсягу продажів депозитного продукту, зокрема, через збільшення каналів розподілу, застосування цінових методів.

Позиціонування у запропонованій матриці здійснено на прикладі ПАТ КБ «ПриватБанк» при використанні ним депозитного продукту у вигляді рахунків з елементами гейміфікації (на рис. 1.).

ПАТ КБ «ПриватБанк» використовує такий депозитний продукт, як рахунки з елементами гейміфікації, які передбачають отримання певних бонусів або підвищених додаткових ставок при дотриманні клієнтами певних умов. При цьому, у 2016 р. банк мав середній рівень ефективності формування депозитних ресурсів, який складав 0,215. У 2017 р. депозитний продукт знаходився на етапі розвитку ринку, у той час як рівень ефективності формування депозитних ресурсів залишався середнім (0,234) та у 2018 р. перетворився на низький (0,135). У 2019 р. банк підвищив цей рівень до середнього (0,257), який зберігся до 2020 р. (0,489), при цьому ринок для цього депозитного продукту вже втратив активний розвиток та є насиченим, тому банку може бути рекомендована стратегія комбінування депозитних продуктів.

При розробленні стратегії банку на ринку депозитних послуг необхідно враховувати принципи максимізації прибутку; забезпечення стійкості ресурсної бази та рівня ліквідності; гнучкості асортиментної і цільової політики та пристосування окремих параметрів збуту до вимог клієнтів.

Різноманіття депозитних операцій є важливою складовою стратегії банку в управлінні

ні активами та пасивами, оскільки сприяє формуванню коштів для проведення активних операцій з метою отримання прибутку. Тому можна стверджувати, що банківський прибуток починає формуватися на етапі реалізації депозитної стратегії банку.

Список використаної літератури

1. ADL матрица для определения вектора развития компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http:// powerbranding.ru/biznes-analiz/adl-matrica/](http://powerbranding.ru/biznes-analiz/adl-matrica/)

2. Матюшенко О. В. Методичний підхід до визначення фінансово-господарського стану підприємства / О.В. Матюшенко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 11. – С. 383–390.

Автори

Тисячна Ю.С., доцент, ХНЕУ
ім. С. Кузнеця (yunna.tysiachna@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 330.341.1

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Черноіванова Ганна Степанівна, к.е.н, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна,

Василик Сергій Костянтинівич, к.е.н, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Розглянуто важливість інноваційної діяльності в кризових умовах, проаналізовано динаміку змін в структурі джерел фінансування інноваційної діяльності в Україні. Визначені джерела фінансування інновацій, а також можливості їх застосування кризових умовах.

Ключові слова — фінансування інноваційної діяльності, прикладні наукові дослідження, науково-технічні розробки.

Результати реалізації антикризових заходів у виробничо-технічній та організаційній сферах визначаються ефективністю роботи з фінансового забезпечення підприємства [1]. До одного з основних елементів системи антикризового менеджменту можна віднести інновації. Тому у процесі фінансового забезпечення антикризового управління необхідно провести аналіз фінансування інноваційної діяльності. Цей аналіз складається:

1) аналіз обсягу фінансування інноваційної діяльності на макrorівні;

2) дослідження джерел фінансування інноваційної діяльності на промислових підприємствах.

За період 2010-2018 рр. загальний обсяг фінансування наукових досліджень і розробок зросла у 2 рази, що є позитивною тенденцією. Держбюджетні кошти були і залишаються переважним джерелом фінансування наукових та науково-технічних робіт. Їхня частка у загальній сумі витрат склала: у 2010 р. – 44,4%, у 2015 р. – 35,6%, у 2016 р. – 32,1%, у 2017 р. – 35,4%, у 2018 р. – 37,1% [2]. Наступним за обсягами джерелом фінансування наукових розробок у 2018 році були організації підприємницького сектору (23,5%) та іноземні держави (21,7%). Загалом

можна відзначити, що крім організацій сектору вищої освіти та приватних некомерційних організацій по всіх джерелах фінансування склалася стійка тенденція до зростання. Найвищі темпи зростання коштів, які виділяються на наукові та науково-технічні роботи, притаманні організаціям державного сектору (у 4,3 рази), організаціям підприємницького сектору (у 3,2 рази), іншим джерелам фінансування (у 3,3 рази).

У 2016 р. 19,3% загального обсягу витрат були спрямовані на виконання фундаментальних наукових досліджень, які на 91,7% профінансовано за рахунок коштів бюджету. Частка витрат на виконання прикладних наукових досліджень становила 22,2%, які на 49,5% фінансувалися за рахунок коштів бюджету та 31,2% – за рахунок коштів організацій підприємницького сектору. На виконання науково-технічних (експериментальних) розробок спрямовано 58,5% загального обсягу витрат, які на 37,4% профінансовані організаціями підприємницького сектору, 34,0% – іноземними фірмами та 13,5% – за рахунок власних коштів.

У 2018 році, то 20% загального обсягу витрат були спрямовані на виконання фундаментальних наукових досліджень, які на 92,4% профінансовано за рахунок коштів бюджету. Частка витрат на виконання прикладних наукових досліджень становила 20%, які на 51,5% фінансувалися за рахунок коштів бюджету та 27,6% – за рахунок коштів організацій підприємницького сектору. На виконання науково-технічних (експериментальних) розробок спрямовано 60% загального обсягу витрат, які на 40,3% профінансовані іноземними фірмами, 28,7% – організаціями підприємницького сектору та 14,3% – за рахунок власних коштів.

Проведений аналіз фінансування наукових досліджень і розробок показав, що незважаючи на існуючі складності, Україна зберегла потужний науковий потенціал. У 2018 р. частка виконавців НДР (дослідників, техніків і допоміжного персоналу) у загальній кількості зайнятого населення становила 0,54%, у тому числі дослідників – 0,35%. Питома вага докторів наук та докторів філософії (кандидатів наук) серед виконавців НДР становила 29,3%, серед дослідників – 45,7%.

2. Аналізуючи джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств, можна зазначити, що в основному вона здійснюється за рахунок власних коштів підприємств

У цілому загальна сума витрат на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств має тенденцію до зростання, але ця тенденція носить флюктуаційний характер та сильно корелює з політичною нестабільністю й світовими кризовими явищами. Так, цей показник зростав до 2008 року (рік, коли світова криза 2007 р. вплинула на економіку України) та його значення становило 11994,2 млн грн. За період з 2009 р. по 2014 р. спостерігалася тенденція до зниження (політичні трансформації в країні), яка характеризувалася падінням значення показника майже на 36%, а починаючи з 2015 р. спостерігається суттєвий підйом.

Власні кошти були і залишаються переважним джерелом фінансування інноваційної промислових підприємств. Їхня частка у загальній сумі витрат склала у 2010 році – 59,35%, у 2011 – 52,92%, у 2012 – 63,9%, 2013 – 72,9%, 2014 – 85%, 2015 – 97,2%, 2016 – 94,86%, 2017 – 84,5%, 2018 – 88,2%. Зростання частки фінансування інноваційної діяльності власними коштами свідчить про сформовану стійку тенденцію поживлення інноваційної активності промислових підприємств України. Так, за період 2000–2016 рр. (2017, 2018 роки не залучені до аналізу на підставі зміни методології розрахунку показника) [1] значення цього показника зросло в 15 разів. Тобто керівники промислових підприємств розуміють, що тільки завдяки інноваційній активності, впровадженню технологічних, технічних, управлінських інновацій, стимулюванню інноваційної праці вони змо-

жуть бути конкурентоспроможними на національному та світовому ринку.

В умовах кризи, що викликана пандемією COVID-19, зменшується можливість використання венчурного фінансування для нових підприємств і стартапів, як зазначено у доповіді Всесвітньої організації інтелектуальної власності «Глобальний інноваційний індекс» 2020 року [3, 4]. Така тенденція може призвести до сповільнення економічного зростання в довгостроковій перспективі. Тому уряди країн мають розробити довгострокові стратегії в сфері інновацій.

Вибір відповідних джерел фінансування інноваційної діяльності дозволить забезпечити ефективне функціонування підприємства в кризових умовах та займати лідируючі позиції після їх подолання.

Список використаної літератури

1. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія. – К.: КНЕУ, 2008. – 272 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Джуэлл К. Глобальный инновационный индекс 2020 г.: кто будет финансировать инновации? / К. Джуэлл [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.wipo.int/wipo_magazine/ru/2020/03/article_002.html.
4. COVID-19 нанес удар по сектору инноваций // Новости ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.un.org>.

Автори

Черноіванова Ганна Степанівна, доцент кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (anna1213ch@ukr.net).

Василик Сергій Костянтинович, доцент кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (sergii.vasylyk@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК [005.57:4]:621(477.54) (043.5)

ОЦІНЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Щербак Аліна Михайлівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — обґрунтовано значущість інформаційних процесів управління сучасним підприємством та розглянуто особливості їх оцінювання з використанням кількісних та якісних показників діяльності підприємства.

Ключові слова — інформаційний процес управління, підприємство, оцінювання.

Трансформаційні процеси в світовій та українській економіці вимагають від сучасних підприємств постійного розвитку та адаптації до динамічного ринкового середовища. Інформаційне суспільство, яке в умовах світової кризи диктує свої умови, підвищує роль та значущість інформаційних процесів, які стають важливою складовою управління кожного підприємства [1]. Процеси глобалізації економіки та відповідне розширення матеріального виробництва потребують значних обсягів та ефективного обміну інформацією, що, передусім, залежить від ступеня досконалості та прогресивності процесів обробки даних. Це актуалізує питання якості інформаційних процесів управління підприємством, що все більшою мірою визначають якість і ефективність управлінських рішень, а, отже, безпосередньо впливають на результативність діяльності та ефективність функціонування підприємства в цілому [2].

Нестабільність політичної та економічної ситуації в країні та світі диктує сучасним підприємствам свої умови функціонування та якісного управління. Задля адекватного та своєчасного реагування на поточну ситуацію, оцінки впливу всіх внутрішніх та зовнішніх чинників вже недостатньо використовувати лише стратегічний підхід до управління. В таких умовах вкрай важливим є ви-

окремлення показників оцінювання інформаційних процесів управління промисловим підприємством задля можливості швидкого реагування на зміни та гучності в системі управління.

Однією з головних проблем при вирішенні цього завдання є відсутність універсальних кількісних методик оцінювання інформаційних процесів управління, й, відповідно, загально визнаної теоретиками та практиками системи показників оцінювання, що надало б змогу оцінити ефективність та доцільність використання інформаційних процесів управління у практичній діяльності підприємств. Результати теоретичного дослідження свідчать, що на підприємствах України відсутня сьогодні система оцінювання інформаційних процесів взагалі, немає практичного кількісного критерію, що ускладнює оцінювання ефективності використання інформаційних ресурсів і цінності інформаційних процесів в управлінні.

З огляду на вищевикладене, аналіз існуючих у практиці оцінювання інформаційних процесів підприємств показників є досить актуальним, однак потребує доопрацювання для формування системи показників, яка б найкращим чином допомогла керівникам оцінити саме інформаційні процеси управління, що надає можливість удосконалення системи управління підприємством в цілому.

За основу формування такої системи показників пропонується брати якісний та кількісний підходи узагальнення показників, які найчастіше використовуються для практичного оцінювання інформаційних процесів підприємств, та доповнення існуючої класифікації тими показниками, які найдоцільніше використовувати з метою оцінювання саме інформаційних процесів управління.

За результатами теоретичного дослідження [4], можна стверджувати, що інформаційний процес управління підприємством цілком доцільно розглядається науковцями як складна система взаємопов'язаних та взаємозалежних ресурсів виробництва й управління. Тому процес його оцінювання має включати оцінку цілого комплексу індикаторів (показників), що найповнішою мірою відображують стан підприємства (перспективний або поточний) та характеризують результативність його діяльності.

Задля якісного аналізу показники оцінювання інформаційного процесу пропонується розглядати за такими характеристиками: якісні, часові, матеріально-технічні, рівня взаємодії із внутрішнім середовищем, безпеки інформаційного процесу та результативності (що включають у себе показники виробничої, трудової та фінансової сфери).

Шляхом узагальнення теоретичного та практичного досвіду оцінювання інформаційних процесів на підприємстві розкрито її соціально-економічну сутність та визначено основні показники, які використовуються. Додано показники результативності діяльності підприємства, які дозволять оцінити саме інформаційні процеси управління промисловим підприємством що найповніше відображатиме стан підприємства перспективний чи поточний та сприятиме ефективному формуванню інформаційних процесів в управлінській діяльності промислового підприємства дослідження [3].

Ґрунтуючись на проведеному аналізі наукових джерел щодо цілей інформаційних процесів та інформаційних процесів управління, виділення їх характерних рис, запропоновано та виділено сукупність показників, які оцінюють інформаційні процеси.

Аналіз поточної діяльності підприємства є підставою для виявлення необхідності майбутніх змін, а, отже, розробки та обґрунтування нових управлінських рішень. Від того, наскільки якісною буде інформація,

вироблена у процесі реалізації інформаційного процесу управління, значною мірою залежить ефективність майбутнього управлінського рішення. Таким чином, доповнення сукупності показників оцінювання інформаційного процесу групою показників результативності інформаційного процесу є цілком необхідним, адже вони надають можливість перенести даний процес саме у площину управління.

Список використаної літератури

1. Лепейко Т. І Формування системи показників оцінювання ефективності інформаційного процесу управління промисловим підприємством / Т. І. Лепейко, А. М. Щербак // Бізнес Інформ. – 2018. – № 11. – С. 161–167. (*Index Copernicus*).
2. Лепейко Т. І Визначення факторів забезпечення ефективності формування інформаційного процесу управління промисловим підприємством / Т. І. Лепейко, А. М. Щербак // Управління розвитком. – 2018. – № 4 (4). – С. 88–97. (*Index Copernicus*).
3. Blanning R.W. A decision support framework for scenario management / R. W. Blanning // Proc. Intl. Symp. Decision Support Systems. – Hong Kong, 1995. – Vol. 2. – P. 657–660.
4. Shcherbak A. The investigation of indicators for evaluation the information process of management of industrial enterprise / A. Shcherbak // Journal of Education, Health and Sport. 2019. – Vol. 9, № 1. – P. 470–478. (eISSN 2391-8306. DOI <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3263816>).

Автори

Щербак Аліна Михайлівна, викладач,
ХНЕУ ім. С.Кузнеця
(al.shcherbak@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

СЕКЦІЯ 2

Стратегічний та інноваційний розвиток підприємств

УДК 338.984

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КРИТЕРІЇВ ДЛЯ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Єрфорт Ірина Юріївна, кандидат економічних наук, доцент, Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна,

Єрфорт Юрій Олександрович, доцент, Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна

Анотація — Порівняльний аналіз критеріїв для оцінки результатів діяльності підприємства, показує, що жоден з них не спирається на настільки повну інформацію, як вартість, і тому з їх допомогою важче приймати вірні рішення. Узагальнено основні положення концепції вартості як теоретичної основи для оцінки результатів діяльності підприємства. Узагальнено можливі підходи до збільшення вартості підприємства: через збільшення обсягу продажів і через підвищення продуктивності, які визначаються стратегічними завданнями підприємства.

Ключові слова — критерій оцінки результатів діяльності підприємства, прибуток, обсяг продажів, вартість підприємства, вартісна маркетингова стратегія, матриця стратегічних характеристик, стратегічні завдання, стратегічне орієнтування.

Підприємство, яке функціонує в умовах ринку, формулює конкретну мету, вибираючи певний критерій оцінки результатів діяльності. Вибір критерію є дуже відповідальним моментом. Неправильне визначення показника або набору показників для оцінки діяльності може спричинити непередбачене управлінським персоналом погіршення фінансово-економічного стану підприємства і, в кінцевому рахунку, його банкрутство.

Переважає більшість вітчизняних і зарубіжних економістів, приводячи досить велику деталізацію похідних показників, в якості основних критеріїв оцінки результатів діяльності підприємства розглядають прибуток і

обсяг продажів, виходячи з цілей їх максимізації.

На основі аналізу переваг і недоліків цілей підприємства, що визначають в якості критеріїв оцінки результатів діяльності прибуток і обсяг продажів (табл. 1), можна зробити висновки, що орієнтація на будь-яку з цих цілей не забезпечує успішне оперативне управління підприємством з урахуванням довгострокових перспектив. В першу чергу це пов'язано з тим, що підприємства, зосереджені на збільшенні чистого прибутку або збільшенні обсягу продажів, нехтують важливими діловими можливостями, такими як поліпшення використання оборотних коштів або підвищення ефективності капітальних витрат.

Альтернативною теоретичною основою для оцінки результатів діяльності підприємства є концепція вартості, основні положення якої, а також методи оцінки і управління досліджуються в роботах таких вчених як Дойль П. [1], Коупленд Т., Коллер Т., Муррін Дж., які є фахівцями консалтингової фірми McKinsey & Company [2], Скотт М. [3], Уолш К. [4].

Відповідно до цієї концепції, вартість компанії визначається її дисконтованими майбутніми грошовими потоками, і нова вартість створюється лише тоді, коли компанія отримує таку віддачу від інвестованого капіталу, яка перевищує витрати на залучення капіталу. Правильно налагоджене управління вартістю означає, що всі устремління компанії, аналітичні методи і прийоми менеджменту спрямовані до однієї спільної мети: допомогти компанії збільшити свою вартість.

Таблиця 1
Аналіз переваг і недоліків цілей підприємства [складено авторами]

Мета підприємства	Переваги	Недоліки
1. Збільшення прибутку	1. Забезпечення окупності витрат і фінансування соціальних та інноваційних програм підприємства.	1. Ризик неадекватного руху грошових коштів і ринків, що звужуються. 2. Доступність даних визначається періодичністю складання звітної бухгалтерської документації.
2. Збільшення обсягу продажів	1. Сприяє збереженню позиції підприємства на зростаючому ринку. 2. Можливість отримувати вигоду від масштабу виробництва і бути визнаним лідером ринку. 3. Більше доступність оперативної інформації для забезпечення поточної діяльності.	1. Ризик зниження прибутковості і навіть банкрутства підприємства за рахунок зростання продажів збиткової продукції. 2. Ризик протиставлення інтересів керуючих інтересам власників підприємства. 3. Домінування на ринку шляхом завоювання великої частки ринку може привести до прийняття антимонопольних заходів. 4. Ризик посилення конкурентного тиску.
3. Збільшення вартості підприємства	1. Забезпечення довгострокової ринкової конкурентоспроможності підприємства. 2. Сприяє залученню капіталу інвесторів.	1. Дисбаланс інтересів зацікавлених груп: працівників, менеджерів, споживачів, постачальників, суспільства, акціонерів, - на користь останніх.

Порівняльний аналіз критеріїв для оцінки результатів діяльності підприємства, показує, що жоден з них не спирається на настільки повну інформацію, як вартість, і тому з їх

допомогою важче приймати вірні рішення. Орієнтація управлінського персоналу підприємства на вирішення короткострокових завдань, таких як збільшення прибутку, призводить до недооцінки можливостей управління ресурсами, прихованими в балансі. У той час як, істотно поліпшивши управління обіговими коштами, підприємство в змозі негайно звільнити грошовий потік, хоча це і незначно вплине на величину бухгалтерського прибутку.

Індикатором зміни вартості компаній в розвинених країнах є фондова біржа, яка оцінює потенційну привабливість тієї чи іншої компанії для інвесторів.

Вітчизняні підприємства не мають можливості орієнтуватися на цей показник через нерозвиненість фондового ринку в Україні, його замкнутість, відокремленість циркулюючих на ньому капіталів від промислових емітентів.

Відповідно до сучасних концептуальних засад управління основним засобом ефективного пристосування підприємства до мінливих умов є створення вартісної маркетингової стратегії, яка визначається як ряд взаємопов'язаних, націлених на максимізацію акціонерної вартості, рішень про підхід підприємства до ринку [15, С.248].

Вартісний маркетинг виходить з двох принципів. По-перше, завдання керівництва підприємства полягає в створенні довгострокової вартості для акціонерів. По-друге, її виконання залежить від відносин з покупцями, заснованих на здатності підприємства задовольняти їхні потреби більш повно, ніж це вдається конкурентам. Ці два принципи зводяться воедино при створенні вартісної маркетингової стратегії, що припускає, зокрема, постановку стратегічних завдань і визначення маркетингового напрямку їх вирішення. Першочергова мета будь-якого підприємства – збільшення вартості, однак, вона нездійсненна при відсутності конкретних стратегічних завдань. Для інноваційних підприємств збільшення вартості означає концентрацію на високих темпах зростання продажів, ігнорування поточних збитків та негативних грошових потоків. Незважаючи на те, що такі підприємства можуть протягом декі-

льких років приносити поточні збитки, інвестори оцінюють вкладення в них як дуже вигідні. Високі оцінки ґрунтуються на великому потенціалі зростання і високого прибутку після покриття початкових витрат. Для зрілих підприємств, що працюють на ринках споживчих товарів, найкращим способом підвищення акціонерної вартості, як правило, є зменшення масштабів діяльності і збільшення короткострокових фінансових потоків.

Автор основоположного дослідження зі створення вартісної маркетингової стратегії Дойль П. запропонував матрицю стратегічних характеристик, побудовану на основі таких стратегічних детермінант зростання вартості, як привабливість ринку і конкурентна позиція підприємства [1].

За допомогою даної матриці розглядаються наступні можливі стратегічні завдання: дивестування, «збір врожаю», збереження позицій, зростання або проникнення. Дивестування, що припускає ліквідацію або виставлення на продаж, здійснюється щодо видів діяльності, які не надають підприємству достатніх інвестиційних можливостей. «Збір врожаю» припускає збереження з метою максимізації обсягу доходів напрямків діяльності, можливості розвитку яких обмежені. Завдання збереження позицій ставиться в тих випадках, коли підприємство працює на зрілих ринках, на яких їй належить чимала частка, але вже не може за рахунок її розширення отримувати позитивну чисту теперішню вартість. Для підприємства, що володіє конкурентними перевагами і працює на перспективному ринку, стратегічним завданням є забезпечення зростання. Можливості зростання створюються в результаті вирішення завдання проникнення, якому передують оцінка перспектив розвитку підприємства та ринку.

Визначення маркетингового напрямку вирішення поставлених завдань називається стратегічним орієнтуванням. Можливі два

підходи до збільшення вартості підприємства: через збільшення обсягу продажів і через підвищення продуктивності.

Збільшення обсягу продажів товару досягається за допомогою виконання відповідних етапу розвитку ринку наступних тактичних завдань: стимулювання первинного попиту, вхід на нові сегменти, підвищення інтенсивності споживання, завоювання покупців конкурентів.

Підвищення продуктивності досягається за допомогою виконання відповідних етапу розвитку ринку наступних тактичних завдань: зниження витрат, підвищення цін, поліпшення продажів-мікс.

Список використаної літератури

1. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: Пер. с англ. / Под ред. Ю.Н. Каптуревского / П. Дойль. – СПб.: Питер, 2001. – 480 с.
2. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление : пер. с англ. / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000. – 576 с.
3. Скотт М. Факторы стоимости: Руководство для менеджеров по выявлению рычагов создания стоимости : пер. с англ. / М. Скотт. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000. – 432 с.
4. Уолш К. Ключевые показатели менеджмента. Как анализировать, сравнивать и контролировать данные, определяющие стоимость компании : пер. с англ. / К. Уолш. – М. : ДЕЛО, 2000. – 360 с.

Автори

Єрфорт Ірина Юрїївна, доцент кафедри економіки підприємства, Донбаська державна машинобудівна академія (erfort.irin@gmail.com).

Єрфорт Юрїй Олександрович, доцент кафедри технічної механіки, Донбаська державна машинобудівна академія (yuriy.erfort@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 15 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

INTERNET TECHNOLOGIES IN THE MARKETING OF EDUCATIONAL SERVICES

Kosharna Valeriia
4th year student
Simon Kuznets KHNUE
Kharkiv, Ukraine

Abstract – the purpose of scientific work is to study the theoretical provisions, analysis and development of scientific and practical recommendations for the introduction of Internet technologies as an effective tool of marketing strategy for the promotion of free economic education in the modern market of educational services.

Key words – innovations, internet, marketing, university.

In modern business conditions, each company provides effective management of its marketing activities. In particular, he needs to know how to explore market opportunities, how to select target markets, how to develop an effective marketing mix and successfully manage the implementation of marketing efforts. Enterprises use strategic marketing to find solutions aimed at meeting the needs and gaining benefits from consumers compared to competitors. A sound marketing solution will help the company to operate in an unfavorable external environment. The subject core and the main category of strategic marketing planning is marketing strategy [2].

The choice of strategy depends on the situation in which the company is, so marketing programs, both short-term and long-term, require the development and application of a strategy that under the given conditions would be most consistent with state economic policy and at the same time ensure the structure of the company. material interest in the results of work, which justifies the relevance of the research topic.

Most Ukrainian and foreign free economic zones have not just websites, but information portals that provide support for the educational process. The Internet portal is a multifunctional site that presents the user with various interactive services and the opportunity to obtain complete and up-to-date information in certain areas [3].

In order for communication through Internet sites and Internet portals to be effective, it is necessary to adhere to the following conditions: to pay close attention to the management and structural units, to provide expanded information about the activities of the higher education institution, and constant monitoring. An important marketing task is the analysis of Internet portals of competitors, especially the most effective promotion tool - social media. Social media covers various services: social networks designed to ensure horizontal communication of interested subscribers, such as Facebook or Instagram [5]. It is in social media that the influential share of potential and existing consumers of educational services is found. Thus, social networks become a new effective channel of marketing communications.

The main goals of the promotion of free economic education in social networks include: strengthening the presence of the university brand on social platforms; increase of traffic of the university site; strengthening the positive image of the Free Economic Zone; formation of loyal attitude of consumers of educational services.

Freelance marketers can maintain direct contact with users and create a positive opinion about the higher education institution, because social networking sites are an ideal place to talk about a particular educational institution, its positive aspects, prospects for development [1]. This creates an opportunity for the interest of potential entrants.

In the table. 1.1 shows statistics from StatCounter including the number of views from all platforms: PCs, smartphones, tablets, consoles, in Ukraine as of September 2020 are popular 2 social networks - Facebook (53.11%) and Instagram (16.79%) [1].

Table 1.1

List of popular social networks in Ukraine

Rating	Network name	Heating
1	Facebook	53,11%
2	Instagram	16,79%
3	YouTube	9,10%
4	Pinterest	8,88%
5	Twitter	5,80%
6	Vkontakte	2,94%
7	Tumblr	1,43%
8	Other	1,95%

Another type of innovative marketing on the Internet in the market of educational services is the use of mobile technologies, the so-called mobile marketing [3]. Mobile marketing is a unique tool for brands that helps to be as close as possible to the customer. Mobile marketing technologies work effectively both as special marketing activities and as part of marketing campaigns [6].

Despite the relatively high level of development of mobile technologies in Ukraine today there are no cases of full use of their potential for the organization of the educational process. Until now, they tried to organize the learning process with the help of WEB 2.0 services: social networks, microblogs, online calendars and others [5]. Among all these services it is not possible to allocate a standard set for the organization of educational process. Additionally, you will need to have several accounts to be able to use them.

The only proven way to inform university students so far is to place announcements, class schedules and other information on information boards in the corridors of the university, which is ineffective. Communication with teachers and the dean's office requires personal presence in most cases. Some organizations and universities are trying to introduce mobile technologies in the organization of the educational process, but this is currently implemented at a fairly low level [4]. Many people lack more interactive features, such as communicating through the app with other students, faculty, or university administration, an open access e-journal, and the ability to submit applications for various services, such as submitting applications to the library.

References

1. Goncharenko SI Positioning of a general educational institution on the market of educational services. URL: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/stud_almanah/v_1/11.pdf (access date: 12.09.2018).
2. Gurevich RS Information and communication technologies in higher education / RS Gurevich, M. Yu. Kademiya, MM Kozyar; for order. Corresponding Member NAPS of Ukraine Gurevych RS - Lviv: "SPOLOM", 2012. - 506 p.
3. National report on the state and prospects of education in Ukraine / Nat. acad. ped. Sciences of Ukraine; [for general ed. VG Kremenyu]. - K.: Педагогічна думка, 2016. - 448 с.
4. National strategy for the development of education in Ukraine for 2012-2021 [Electronic resource]. - Access mode: http://meduniv.lviv.ua/files/info/nats_strategia.pdf.
5. Review of the economy of Ukraine 2018 [Electronic resource]. - Access mode: http://www.chamber.ua/Content/Documents/784646626_ACC_CountryProfile2018_UKR.pdf
6. Tkachenko OO The essence and features of positioning of higher educational institutions. Library science. Documentation. Informology. 2015. № 2. S. 78–84.

Authors

Kosharna V., 4th year student Simon Kuznets KHNUE Kharkiv (valeri0104@gmail.com)

Manuscript received March, 11, 2021.

Published as submitted by author.

УДК 316.774(477)

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬСТВА ЗНАНЬ

Строкович Ганна Віталіївна, доктор економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна,

Аміт Кумар, доктор фінансів магістр ділового адміністрування (фінанси), майстер комерції,
доцент, Інтегральний університет, Лакнау, Індія

Анотація — Розглянуто особливості становлення інформаційного суспільства. Проаналізовано підходи науковців щодо інформації та знань. Доведено, що ключову роль у цьому суспільстві буде відігравати саме обмін знаннями.

Ключові слова — знання, економіка, інформація, суспільство.

Поняття інформаційного суспільства та економіки знань, з другої половини 1990-х років стали предметом дослідження як теоретиків, так і практиків. Поряд з тим новаторська робота в цій галузі велася ще з початку 1960-х років.

В науковій літературі спостерігається три типи підходів до аналізу паралельно зростаючої ролі інформації та знань: - інформаційне суспільство як всеосяжний об'єкт досліджень, - визначення та вивчення лише економіки знань, - описання явища в економічній та соціальній системах одночасно, акцентуючи увагу на категоріях економіки знань та суспільства.

Маклуп Ф. і Менсфілд У. застосовують концепцію знання, відкидають диференціацію категорій знань та інформації. Автори стверджують, що інформація є або метафорою (у кібернетиці), або не має жодного значення, а справжня інформація може надходити лише від інформатора - особи, яка передає зміст [6].

“Знання - це те, що ми знаємо, і наш стан знання. Інформація, як та, що передається, стає тотожною знанню у значенні того, що відомо» [5, с. 15]. Автор виділив п'ять типів

знань - практичні, інтелектуальні, розмовні та розважальні, духовні та "небажані" [5, с. 22]. Хайск Ф. [4] використовував категорії "інформація" та "знання" взаємозамінно. Він стверджував, що соціальне знання [4] ніколи не існує в концентрованому чи інтегрованому вигляді, а лише розсіює шматочки неповних і часто суперечливих знань, якими володіють усі окремі особи. Для нього економічна проблема суспільства - це саме проблема використання знань.

Таким чином, володіння інформацією (знаннями) або її відсутність визначає граничні умови в процесі прийняття рішення. Друкер П. [2] зосереджується на знаннях, які він визначає як систематичну цілеспрямовану та організовану інформацію. Порат М. [9, с. 19] використовує переважно поняття інформації, що визначається як дані, які були організовані та передані. Вчений стверджує, що інформація не є однорідним товаром чи послугою. На основі двох підходів, представлених вище, Зелазни Р. [11] сформулював наступний висновок про необхідність розрізнення концептуальних знань та інформації в економіці. Інформація - це особливий вид економічного блага, використання якого полягає у зменшенні невизначеності та виконанні потенційної функції первинного ресурсу щодо знань [11, с. 81]. Тоді як знання є похідною від інформації, зіставленої з досвідом та контекстом. Не кожна інформація є або може стати знанням, але всі знання є (були) інформацією. Знання можуть бути вхідними та / або вихідними, вони є унікальними.

Відповідно у макроекономічному вимірі ці проблеми знайшли своє відображення в концепціях економіки знань, суспільства знань та інтелектуального капіталу країн. Мезоекономічний вимір стосується так званих секторів та галузей знань, а також регіонів знань. На мікроекономічному рівні ідентифіковані організації, що базуються на знаннях, навчаються організації або розумні організації, і так звані прошумери.

Термін інформаційне суспільство з'явився на початку 1960-х років у Японії. Роботи Ю. Масуди [7] вказували на важливість інформаційних галузей (ектодермічних, тобто інформаційних, комунікаційних, освітніх та культурних), обробки інформації та інформаційної цінності товарів для швидкості розвитку суспільства. Раніше, ще в 1959 році, американський соціолог Д. Белл [1] використовував термін постіндустріальне суспільство для позначення суспільства, яке перейшло від етапу виробництва товарів до суспільства обслуговування.

У такому суспільстві ключове місце в п'ятисекторній економічній структурі займають сектори, пов'язані з освітою, охороною здоров'я, зв'язком та розвагами, а також банківською діяльністю та страхуванням. Визначено центральне значення соціально накопичених теоретичних знань, а також дослідників та фахівців у професійній структурі.

Постіндустріальне суспільство характеризується: - економічним сектором: перехід від виробництва товарів до економіки послуг, - розподіл професій: перевага професійного та технічного класу, - осьовий принцип: центральність теоретичних знань як джерело інновацій та формулювання політики для суспільства, - орієнтація на майбутнє: контроль технологій та технологічна оцінка, - прийняття рішень: створення нової "інтелектуальної технології" [1, с. 14].

Згідно з Махлупом Ф., виробництво знань означатиме не лише відкриття, винахід, проєктування та планування, але також розповсюдження та передача (включаючи розповсюдження). Найбільший сектор економіки знань займається розподілом знань [3, с. 13].

У суспільстві знань громадяни, незалежно від виконуваних соціальних ролей та віку, перетворюють інформацію на знання для отримання нових знань. У суспільстві знань людина знає, як перетворити інформацію на знання. Постійні навчальні процеси та високий рівень інновацій є суттєвими рисами такого суспільства. У цьому випадку в кожній підсистемі відбулися величезні зміни, які дозволяють виробляти, набувати, розподіляти, обмінюватися та використовувати знання.

На думку Шарми Р., Нг Е., Дхармавірії М. та Лі С. [10, с. 15], «Суспільства протягом певного часу організовувались для того, щоб досягти здорового середовища розвитку знань, навчання та обміну ними. Суспільство знань має структури та культури, що сприяють безперешкодному розповсюдженню та обміну знаннями, і це стійке навчальне співтовариство з акцентом на інновації».

Суспільство знань є найдосконалішим етапом соціального та економічного розвитку. Це пов'язано з наявністю істотних якісних змін у всіх сферах соціального, економічного, політичного життя, науки і технічного прогресу та взаємодії з природою [8, с. 674]. Ключову роль у цьому суспільстві буде відігравати саме обмін знаннями. Інтенсивність цього процесу залежить не лише від людського капіталу та ІКТ. Це вимагає присутності додаткових факторів, які разом із людським капіталом складають інтелектуальний капітал.

Список використаної літератури

1. Bell D. (1973): *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Basic Books, New York.
2. Drucker P.F. (1993): *Post-Capitalist Society*. Harper Business, New York.
3. Godin B. (2008): *The Knowledge Economy: Fritz Machlup's Construction of a Synthetic Concept*. Project on the History and Sociology of S&T Statistics Working Paper, No. 37.
4. Hayek F.A. (1945): *The Use of Knowledge in Society*. "The American Economic Review", Vol. XXXV, No. 4.
5. Machlup F. (1962): *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton University Press, Princeton.

6. Machlup F., Mansfield U., eds. (1984): The Study of Information. Interdisciplinary Messages. Wiley-Interscience, New York.

7. Masuda Y. (1980): The Information Society as Post-Industrial Society. The World Future Society, Tokyo – IIS, Washington D.C. Hayek F.A. (1945): The Use of Knowledge in Society. “The American Economic Review”, Vol. XXXV, No. 4.

8. Melnikas B (2012): Intellectual Economics and Creation of a Knowledge Based Society and Knowledge Economy: New Challenges in the Context of Global Transformations. “Intellectual Economics”, Vol. 6, No. 1(13).

9. Porat M.U. (1977): The Information Economy. Definition and Measurement. U.S. Department of Commerce, Office of Telecommunications, Special Publication 77-12 (1), Vol. 1-9, Washington, D.C.

10. Sharma R.S., Ng E.W.J., Dharmawirya M., Lee Ch.K. (2008): Beyond the Digital Divide: A Conceptual Framework for Analyzing Knowledge Societies. “Journal of Knowledge Management”, Vol. 12, No. 5.

11. Żelazny R. (2011): Ekonomia wieku informacji i wiedzy – w kierunku teorii gospodarki wiedzy i nowej specjalizacji. In: Rozwój ekonomii jako dziedziny nauki ze szczególnym uwzględnieniem tendencji do specjalizacji. Ed. by G. Musiał. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice.

Автори

Строкович Ганна Віталіївна, доктор економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна, annastrokovych@gmail.com

Аміт Кумар, доктор фінансів магістр ділового адміністрування (фінанси), майстер комерції, доцент, Інтегральний університет, Лакнау, Індія, amitgoel53@gmail.com

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 330.341 (005.93)

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Велика Олена Юріївна, доцент, к.е.н., Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна,

Рибак Андрій Андрійович, студент, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Розглянуто підходи різних авторів до визначення сутності організаційних змін. Запропоновано власне визначення та класифікація організаційних змін у відповідності від впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Ключові слова — зміни, організаційні зміни, чинники, зовнішня середа, внутрішня середа

Основою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку, відтворення капіталу, досягнення високого рівня економічної ефективності. Для досягнення цих цілей воно змушено враховувати різноманітні аспекти своєї діяльності та запроваджувати різні зміни для того, щоб своєчасно реагувати на мінливі умови зовнішнього середовища. Саме організаційні зміни відіграють одну з провідних ролей на підприємствах, дають змогу покращувати ринкові позиції підприємств та оперативно реагувати на виникаючі проблеми.

Серед науковців, що присвятили свої праці різним аспектам теорії та практики управління організаційними змінами на підприємстві слід відзначити Андрееву Т., Бекхард Р., Беляєву Н., Бір М., Грейнер Л., Гордієнко Л., Коттер Дж., Лазар С., Левін К., Лепейко Т., Мазур І., Мельник Л., Пономаренко В., Раєвську О. та ін. Незважаючи на широкий спектр наукових праць згідно з зазначеною тематикою слід відзначити недостатній рівень дослідження питань сутності й змісту організаційних змін, їх класифікації та деяких аспектів процесу управління ними.

Метою дослідження є встановлення сутності та особливостей організаційних змін на підприємстві.

У «Новому тлумачному словнику української мови» [5] зазначено:

1) зміна – це змінювання; перехід, перетворення чогось у щось якісно інше;

2) зміна – це заміна когось, чогось чимось, чимось іншим.

Зміни на підприємстві, як правило, стосуються системи управління, структури цієї системи, зокрема структури інформаційних процесів і процесів регулювання, прийняття стратегічних і оперативних рішень, направлених на забезпечення ефективного функціонування або, принаймні, економічної стабільності підприємства.

Розгляд змін як переходу від одного стану до іншого простежується в роботах А.Г. Грязновой та А. Ф. Джинджолії [3], які під змінами організації (підприємства) розуміють перехід системи з одного стану до іншого, що характеризується змінами в будь-якій з підсистем і змінами в їх взаємодії.

Т. В. Бауліна [2] обґрунтовує зміни як заміщення одного стану організації, робочої групи, людини, ситуації або інших явищ новим станом, який відрізняється від попереднього в результаті впливу різних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Тобто зміни слід розглядати як процес руху від нинішнього стану організації до її бажаного стану.

Організаційні зміни є одним з видів змін на підприємстві та є наслідком процесів прийняття рішень і вирішення проблем різного характеру. Особливості організаційних змін є предметом досліджень багатьох зару-

біжних і вітчизняних вчених. При цьому не існує однозначності як в розумінні цього поняття, так і у визначенні особливостей й факторів організаційних змін. Кожний науковець вкладає свій сенс, своє бачення в визначення зазначеного поняття.

Так Бабенко Г.Є. [1] вважає, що організаційні зміни – це зміни в методах роботи, структурі підприємств, пов'язані зі зміною умов зовнішнього середовища або прагненням до підвищення їх ефективності.

Гусева О. [4] під організаційними змінами пропонує розуміти цілеспрямований, організований процес перетворень у будь-яких підсистемах підприємства з майбутнім впливом на функціональну, конкурентну або генеральну стратегії для забезпечення його адаптивного функціонування або розвитку.

Петрова І. [6] до організаційних змін відносить будь-які зміни в одному або кількох елементах підприємства на будь-якій стадії його життєвого циклу, що можуть проявлятися в перетворенні потенціалу підприємства та зміні розмірів, масштабів і цілей його діяльності.

Шермет М.А. [8] вважає, що організаційні зміни є заходами, що спрямовані на досягнення якісно нових зв'язків між об'єктами управління, що реалізуються з метою адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища.

Основними складовими, що характеризують категорію організаційних змін, є наступні: перехід з однієї форми, якості чи стану будь-якого організаційного елемента в іншу (бажану) протягом часу; процес радикальної чи часткової трансформації структури управління організацією; процеси адаптації до мінливих умов; розвиток організації.

Таким чином, організаційні зміни мають приводити не тільки до адаптації підприємства до мінливих умов ринкової економіки, але й забезпечувати підвищення ефективності його діяльності.

На основі результатів проведеного дослідження можна запропонувати таке визначення організаційних змін: організаційні зміни – це різні типи нововведень та перетворень на підприємстві, які дозволяють підвищувати ефективність його діяльності за

рахунок адаптації до змін як внутрішнього середовища, так й мінливих умов ринкової економіки.

Відповідно до того, що на діяльність підприємства впливають чинники як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, пропонується наступна класифікація організаційних змін:

1) організаційні зміни, що відбуваються під впливом чинників зовнішнього середовища, а саме: контрольовані та неконтрольовані організаційні зміни;

2) організаційні зміни, що відбуваються під впливом чинників внутрішнього середовища, такі як: зміни мети та стратегії організації, зміни організаційної структури, зміни завдань, зміни в завданнях і діяльності, зміни технологій, зміни в організаційній культурі, зміни персоналу, ресурсні зміни, зміни престижу підприємства в ділових колах.

Проведений нами аналіз особливостей діяльності підприємства, що надає послуги з технічних випробувань та досліджень, а також проводить електромонтажні роботи, дозволив встановити чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на необхідність проведення організаційних змін.

Найбільш впливовими факторами зовнішньої середовища для підприємства є економічні фактори, й, у першу чергу, рівень інфляції, якій впливає на рівень відпускних цін. Річний темп інфляції в Україні за підсумками 2020 року склав 5,0 % [7]. Рівень інфляції скоротився майже у п'ять разів у порівнянні з 2014 роком. У 2020 році офіційний рівень інфляції був дещо вищим ніж у попередньому році (4,1 %), а у 2021 році заплановано, що річний темп інфляції складе 7 %.

Наступним важливим чинником зовнішньої середовища для досліджуваного підприємства є рівень заробітної плати в країні та регіоні. Так середня заробітна плата в січні 2021 року склала 12 337 грн в цілому по Україні та 10 364 грн у Харківській області.

На діяльність досліджуваного підприємства також впливають політичні та законодавчі фактори. Нормативне регулювання здійснюється за допомогою низки законів, які є загальними для усіх підприємств (таких як

Податковий кодекс, Господарський кодекс), та таких, що пов'язані зі специфікою діяльності підприємства (правила влаштування електроустановок, СНиП, правила технічної експлуатації, правила безпечної експлуатації електроустановок тощо).

До факторів зовнішньої середовища прямої дії відносяться клієнти та конкуренти. Клієнтами досліджуваного підприємства є юридичні особи, з якими воно укладає договори та складає й затверджує кошториси витрат. Конкурентами у м. Харкові є ТОВ «Вікторія», ТОВ «ЕТНЦ», ТОВ «Академтест», ТОВ «Випробувач», ТОВ «КІС».

Аналіз внутрішньої середовища підприємства проводився за складовими: персонал, організаційна структура, маркетинг, фінанси й технології (бізнес-процеси). В результаті було встановлено, що на підприємстві працює 38 осіб, з яких п'ять жінок. Рівень заробітної плати знаходиться на рівні її середнього значення у Харківській області.

Організаційна структура підприємства є лінійно-функціональною, що повністю підходить до виду діяльності організації. На підприємстві відсутній відділ маркетингу, ці функції виконує комерційний директор.

У досліджуваному періоді виручка, чистий прибуток та рентабельність підприємства зростали незначними темпами. Серед бізнес-процесів підприємства є процеси управління, основні та допоміжні процеси. Відсутніми є процеси розвитку. Більшість процесів чітко не виписана.

Встановлені особливості чинників зовнішнього та внутрішнього оточення досліджуваного підприємства довели необхідність проведення організаційних змін, що буде предметом подальших досліджень.

Таким чином, організаційні зміни є одним із найважливіших об'єктів управління. Вони являють собою сукупність змін в організації, що зумовлюють здійснення нововведень та можуть відбуватись у різних напрямках. Ефективність реалізації організаційних змін залежить від багатьох чинників, зокрема кіль-

кості змін, їх масштабу, бажань та можливостей самої організації до трансформацій, гнучкості елементів організаційної системи та тривалості періоду реалізації перетворень, згуртованості колективу та взаєморозуміння персоналу з керівництвом.

Список використаної літератури

1. Бабенко Г.Є. Впровадження сценаріїв проведення змін на комунальних підприємствах / Г.Є. Бабенко // Ефективна економіка. – 2013. – №6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2110>.
2. Бауліна Т.В. Управління процесом організаційних змін підприємств в умовах перехідної економіки / Т.В. Бауліна. – Автореф. дис... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 “Економіка та управління підприємствами”. – Київ : 2004. – 20 с.
3. Грязнова А.Г. Основы менеджмента : учеб. пособие. / А.Г. Грязнова, А. Ф. Джинджолия. – Москва : ЗАО «Издательство “Экономика”, 2008. – 472 с.
4. Гусева О.Ю. Управління стратегічними змінами: теорія і прикладні аспекти: монографія / О.Ю. Гусева. – Донецьк: Вид-во “Ноулідж” (донецьке відділення), 2014. – 395 с.
5. Новий тлумачний словник української мови / В. Яременко, О. Сліпущко. – Київ : Аконті, 2000. – Т.2. – С. 192.
6. Петрова І. Управління змінами: навч. посібник / І. Петрова, В. Поліщук, В. Печенізький. – Львів : ЗУКЦ, 2008. – 66 с.
7. Сайт “Мінфін” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/>
8. Шермет М.А. Управление изменениями / М.А. Шермет. – Москва : “Дело” АНХ, 2010. – 128 с.

Автори

Велика Олена Юріївна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (velikaya@m.hneu.edu.ua).

Рибак Андрій Андрійович, студент факультету менеджменту і маркетингу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (bumerang_911@ukr.net).

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 331.5.07

РЕКРУТИНГ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ БІЗНЕС-ПРОЦЕС ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ ТА СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Герашенко Інна Миколаївна, к.е.н.,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна,
Александрова Дар'я Валеріївна, Харківський національний економічний університет ім.

С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Тези присвячено актуальній проблемі забезпечення вітчизняних підприємств персоналом необхідної кваліфікації, з відповідними знаннями та вміннями. Цьому процесу має сприяти ефективна система добору та підбору персоналу. Досліджено спосіб впровадження та розвитку рекрутингу за допомогою HR-брендингу. Дослідження показали, що цьому питанню повинна приділятися значна увага, оскільки саме грамотно організований процес підбору персоналу сприяє зменшенню витрат на управління персоналом та забезпечує досягнення конкурентних переваг у майбутньому.

Ключові слова — найм персоналу, підбір персоналу, пошук працівників, рекрутинг, стратегія, HR-бренд

Протягом століть створювалися методи, системи, механізми, які забезпечували формування кваліфікованого кадрового складу. Рішення проблем сучасних організацій багато в чому пов'язане з відбором персоналу як функцією кадрового менеджменту. Це база технологія, яка дозволяє: підібрати людей, здатних до плідної праці, розумно розпорядитися їх здібностями [1].

Підбір персоналу – це процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника з метою встановлення його відповідності вимогам робочого місця і підбору з наявних претендентів того, хто найбільше підходить на це робоче місце, з врахуванням

його кваліфікації, спеціальності, особистих якостей, здібностей, характеру та інтересів організації. Це є досить складний і дорогий процес [2].

Процес підбору кандидатів і вивчення їх відповідності функціональним обов'язкам передбачає:

аналіз заяв на конкретні робочі місця, професії та посади спеціалістів і керівників, які відповідають вимогам професії чи посади;

не відповідають вимогам у даний час, але їх можна навчити; не відповідають вимогам і їм слід відмовити;

вивчення документів та інформації з попереднього місця роботи, анкетного опитування, рекомендацій осіб, що знають кандидата;

співбесіду з кандидатом (досвід роботи на посаді чи за фахом, що вміє робити, що він хоче робити, чому звільнився з попереднього місця роботи, які умови праці та винагороди хоче мати на новому місці);

проведення за необхідності тестування й оцінювання якостей кандидата (чи відповідає вимогам робочого місця);

може працювати після додаткового професійного навчання; не відповідає вимогам робочого місця;

оформлення на робоче місце: складання характеристики на нового працівника, відкриття особової справи, ознайомлення з умовами та оплатою праці, укладання контракту, видання наказу щодо прийому на роботу [2].

Підприємствам на даний момент особливо важко – інтерес до отримання технічної спеціальності досить невеликий, а бажання випускників технічних вузів працювати за фахом практично відсутня. Зараз всі прагнуть бути продавцями, маркетологами та комерсантами. Тому так актуально сьогодні створювати образ привабливого роботодавця.

Через ефективне задоволення потреб співробітників, які взаємодіють як один з одним, так і зі споживачами, підприємство розширює свої можливості щодо ефективного задоволення, утримання і, тим самим, перетворення останніх на своїх постійних клієнтів, чим забезпечує стабільний розвиток на ринку [4].

Підприємство повинно мати можливість задовольнити потреби у висококваліфікованому і високо компетентному персоналі, спроможному досягти поставлених цілей, забезпечивши міцні позиції на ринку праці і сформувавши їх бажану поведінку для ефективного функціонування на ринку.

Працівники, у свою чергу, повинні мати можливість задовольнити власні професійні і особисті потреби щодо безпеки праці, гідної оплати праці та участі в прийнятті управлінських рішень, відчуті себе значимими і незамінними, тому є потрібність використання рекрутингу для досягнення цілей і стратегій підприємства [1, 2].

Рекрутинг являє собою процес взаємних заходів із наймання, відбору, добору, оцінки, розстановки та адаптації кадрів на вакантні посади задля максимальної реалізації бажань працівника й підприємства. Це процес, помилки й неточності в якому здатні відобразитися на кадровій безпеці підприємства і похитнути її [5].

Наумік К.Г. зазначає, що рекрутинг – комунікативна бізнес-діяльність, під час якої у процесі управління інформаційними ресурсами та потоками з використанням знань і вмінь комунікативних процесів досягаються цілі організації [6].

Пошук кандидатів відбувається за допомогою різних методів: серед працівників підприємства; шляхом опитування співробітників щодо наявності рекомендацій; розмі-

щення оголошень у ЗМІ й Інтернеті; надання інформації у кадрові агентства і центри зайнятості; пошук серед випускників вишів; прямий пошук [3; 4].

Пошук на зовнішньому ринку праці означає спрямування пропозицій щодо працевлаштування до всіх бажаючих; його перевагою є ймовірність появи в організації нових компетентних кандидатів, не пов'язаних жодними умовностями.

Пошук претендентів на внутрішньому ринку праці означає пропонування працівникам організації змінити місце роботи. Перевагою є поінформованість організації щодо потенціалу, кваліфікації, особистісних рис, реальних результатів своїх працівників. Окрім того, це дає шанси працівникам реалізувати в межах організації свої прагнення та потенціал. Часто самі підприємства надають перевагу внутрішньому набору, оскільки зменшуються витрати на адаптацію, поліпшується моральний клімат і посилюється відданість працівників підприємству. Можливим недоліком цього підходу є те, що він обмежує приплив нових людей із власними поглядами, навиками і досвідом роботи [2, с. 78].

Процес рекрутингу здійснюється у кілька етапів: отримання рекрутером замовлення; аналіз кадрового ринку; пошук потенційного працівника; набір, відсіювання й безпосередній відбір кандидата. Проведені дослідження дають підстави стверджувати, що серед науковців не сформувалося єдиного підходу до поняття «рекрутинг». Однак кожен із науковців розкриває та доповнює дану категорію невідомими досі гранями.

Використання рекрутингу передбачає підбір кадрів з урахуванням реальних особливостей робочого місця та ділових, особистісних якостей кандидата, що здійснюється за допомогою наявної бази кандидатів і за відгуками на оголошення в ЗМІ. Рекрутинг може проводитися самим підприємством або рекрутинговим агентством [6, 7].

Підприємствам на даний момент особливо важко – інтерес до отримання технічної спеціальності досить невеликий, а бажання випускників технічних вузів працювати за фахом практично відсутня. Зараз всі праг-

нуть бути продавцями, маркетологами та комерсантами. Тому так актуально сьогодні створювати образ привабливого роботодавця

Отже, рекрутинг як комунікативний бізнес-процес об'єднує в систему доцільних дій з пошуку, вивчення, відбору, оцінювання й створення резерву кандидатів з метою реалізації їхніх здібностей і можливостей для досягнення цілей підприємства.

Список використаної літератури

1. Геращенко І. М., Александрова Д. С. HR-брендинг як підгрунтя забезпечення конкурентоспроможності персоналу підприємств. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики*: матеріали XV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Харків, 13 листопада 2020 р.). Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2020. С. 94-98
2. Геращенко І. М. Людські ресурси як основний чинник конкурентоспроможності та стратегічного планування підприємства. *Бізнес інформ*. 2019. №11. С. 368–376.
3. Зленко А.М., Ісайкіна О.Д., Мірошніченко Д.А. Особливості національного рекрутингу. *Економічний вісник університету*. 2018. № 37/1. С. 75–84. URL : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
4. Кулакова С.Ю., Копейкіна В.В., Зотова О.М. Управління процесом рекрутингу на підприємствах в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2018. № 1.

URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/47.pdf

5. Місце рекрутингу персоналу в процесах виробничої діяльності підприємства. *Торгівля і ринок України*. 2011. Вип. 31. Т. 1. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/Zgilyaev.pdf/>.

6. Наумік К.Г. Уточнення змісту поняття «рекрутинг» як інструменту гармонізації комунікаційних процесів в організації. *Проблеми економіки*. 2010. № 2. С. 56–60.

7. Пул М. Управління людськими ресурсами / під ред. М. Пула, М Уорієра. Пітер, 2018. 1200 с.

Автори

Геращенко Інна Миколаївна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Inna.Herashchenko@m.hneu.edu.ua).

Александрова Дар'я Валеріївна, студентка кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (aleksandrovadasa833@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 11 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 331.5.07

АНАЛІЗ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Геращенко Інна Миколаївна, к.е.н.,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна,

Зінін Кирило Олександрович, Харківський національний економічний університет ім.
С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Проаналізовано поняття «мотивація» в процесі стратегічного управління життєдіяльністю підприємства. Найефективнішою вважається система мотивації персоналу, яка охоплює різні форми мотивації відповідно до потреб працівників і можливостей підприємства. Проаналізовано три групи методів мотивації персоналу, які, аналогічні методам управління: адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

Ключові слова — методи мотивації персоналу, мотивація, персонал, підприємство, стратегія, стратегічне управління.

В сучасних умовах особливого значення набуває стратегічне управління життєдіяльністю суб'єктів господарювання, складовими якого є інвестиційна політика та організаційні перетворення.

Важливою складовою організаційно-культурних відносин є мотивація персоналу до плідної роботи, сприйняття організаційних перетворень, які є супутником реалізації запроваджуваних загальноекономічних, конкурентних та функціональних стратегій. Серед проблем, пов'язаних з організаційним перетворенням, важливе місце займає формування мотиваційного механізму праці, що дозволяє з максимальною ефективністю реалізувати потенціал людських ресурсів підприємств [2].

В сучасній економічній літературі також відсутні єдині погляди на суть мотивації персоналу. Розглянемо дефініції поняття «моти-

вація» у працях вітчизняних та зарубіжних науковців.

Колот А. М. мотивацію розглядає як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які заохочують до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованість, орієнтованої на досягнення власних цілей і цілей організації. Іншими словами мотивація є сукупністю мотивів, що впливають на поведінку [4].

Як стверджує Ветлужских Е., мотивація – це процес свідомого вибору людиною певної поведінки під дією зовнішніх і внутрішніх факторів [2].

Богиня Д. П. зазначає, що мотивація є процесом заохочення людини здійснювати певні дії, для задоволення потреб і досягнення поставлених цілей [1].

Проаналізувавши різні тлумачення поняття «мотивація», можна зробити висновки, що усі вони зводяться до чотирьох значень:

процес впливу на працівників суб'єктом управління за допомогою комплексу засобів з метою формування необхідного типу поведінки для досягнення цілей підприємства;

процес усвідомленого вибору працівником певного типу поведінки під впливом зовнішніх і внутрішніх сил;

сукупність зовнішніх і внутрішніх сил, що впливають на працівника і визначають його поведінку, активізують до діяльності;

внутрішній стан працівника, що визначається його потребами та інтересами.

Найефективнішою вважається система мотивації персоналу, яка охоплює різні форми мотивації відповідно до потреб працівників і можливостей підприємства [3].

Виділяють три групи методів мотивації персоналу, які, аналогічні методам управління: адміністративні, економічні та соціально-психологічні [5, 6].

Адміністративні методи передбачають прямий вплив суб'єкта на об'єкт управління. В основі адміністративних методів лежать такі мотиви поведінки, як усвідомлення необхідності дотримання трудової дисципліни, почуття обов'язку, культура трудової діяльності. Використання адміністративних методів базується на теорії «Х» Д. Мак-Грегора, згідно якої люди ліниві, не хочуть працювати, і до них необхідно застосовувати накази, контроль, покарання.

До адміністративних методів належать: організаційно-стабілізуючі, що передбачають застосування системи нормативно-правових актів; методи організаційного впливу, що діють всередині організації (інструкції, нормування праці, організаційні схеми, правила внутрішнього трудового розпорядку, регламенти тощо); розпорядчі, які застосовують в процесі оперативного керівництва (накази, розпорядження); дисциплінарні, які передбачають реалізацію різних форм відповідальності.

До дисциплінарних методів належать методи негативної мотивації (позбавлення премії, штрафи, звільнення та ін.).

Економічні методи означають матеріальне стимулювання працівників і трудових колективів. До економічних методів мотивації С. А. Шапіро відносить: методи, що використовуються державними і місцевими органами влади (податкова система, фінансово-кредитний механізм); методи, що діють в організації (економічні нормативи діяльності підприємства, система матеріального стимулювання працівників, система відповідальності за якість та ефективність роботи, участь в прибутку підприємства).

Соціально-психологічні методи ґрунтуються на соціальних відносинах, моральному і психологічному впливові, використанні моральних стимулів до праці, здійсненні впливу на особистість через психологічні прийоми з метою формування внутрішнього прагнення у працівника виконати необхідну роботу без адміністративного впливу. Соціаль-

но-психологічні методи діють на цінності людини через норми поведінки, формування соціально-психологічного клімату, моральне мотивування, соціальну політику на підприємстві [4].

До соціально-психологічних методів належать: формування трудових колективів з врахуванням типів особистості та характеру робітників, формування позитивного психологічного клімату в колективі; власний приклад керівника підлеглим, що здійснює мотиваційний вплив на працівників в плані їх самовираження і належності до організації з успішним керівником; орієнтуючі умови, тобто цілі та місія підприємства, які повинні бути чіткими, зрозумілими; участь працівників в управлінні; задоволення культурних і духовних потреб, яке передбачає організацію корпоративних заходів, спільного відпочинку працівників; встановлення соціальних норм поведінки; визначення моральних санкцій і заохочень, тобто поєднання позитивних і негативних стимулів. Однак, на думку С. А. Шапіро, даний метод має мотиваційний вплив лише за умови багаторічної традиції його застосування [5, 6].

Як доводять результати власних досліджень автора і аналіз літературних джерел [4, 6, 7], структура, ієрархія, сила, спрямованість мотивів і відповідна їм поведінка конкретних осіб формується під впливом таких факторів, як досягнутий рівень життя; структура цінностей, яким людина віддає перевагу; норми трудової моралі; ідеологічні установки; деякі інші індивідуальні особливості людини, як наприклад, релігійні переконання, стать, вік.

У цілому процес мотивації праці знаходиться під впливом факторів економічного, психологічного, ціннісного впливу і регулювання трудової діяльності, що доцільно доповнити у необхідній мірі елементами примусу. Під останніми слід розуміти зобов'язання, страх можливого зниження життєвого рівня, невпевненість у майбутньому, можливість втратити роботу та інші.

При використанні декількох показників преміювання більша частина премії повинна припадати на показник, поліпшення якого вимагає більших трудових зусиль, або є більш важливим для реалізації стратегії. Для порівняння трудових зусиль при виконанні різних показників, за які нараховується премія, доцільно використовувати метод експертної оцінки. Таким чином, в умовах сього-

дення матеріальне стимулювання є найбільш дієвим інструментом мотивації, який задовольняє основні активні потреби працюючих; в процесі стратегічної діяльності підприємств, для кожного з них доцільно використовувати показники матеріального заохочення працівників, що відповідають загальній меті підприємства..

Отже, в науковій літературі вчені виділяють багато різноманітних методів мотивації персоналу. Проте на практиці не можна обмежуватись лише одним із них. Система мотивації буде ефективною лише у тому випадку, якщо вона буде охоплювати декілька різних методів мотивації із врахуванням особливостей діяльності підприємства, організації виробництва і праці, умов праці, структури та особливостей трудового колективу, потреб працівників, корпоративної культури, ситуації на ринку праці та економічної ситуації в країні.

В якості подальших розробок щодо удосконалення мотивації персоналу підприємства, доцільно визнати кар'єрне зростання працівників згідно з їх можливостями, очікуваннями та потребами підприємства

Список використаної літератури

1. Богиня Д. П. Методологічні засади формування мотиваційного механізму конкурентоспроможності робочої сили. *Мотиваційний механізм формування конкурентоспроможності робочої сили*: зб. наук. праць. Київ: Ін-т економіки НАН України, 2002. С. 10-27.
2. Веллужских Е. Мотивация и оплата труда. Инструменты, методики практика. Москва: Альпина Бизнес Бук, 2012. 320 с.

3. Капустянський П. З. Мотивація праці персоналу сучасних організацій (організаційно-управлінський аспект). Київ: Інститут підгот. кадрів держ. служби зайнятості України, 2017. 156 с.

4. Нижник В. М. Механізм мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств: монографія. Харків: ХНУ, 2016. 210 с.

5. Herashchenko I.M., Sigaieva T. Proposals for improving strategic planning in Ukraine. *Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця*: матеріали V науково-практичної конференції (м. Харків, 26-27 листопада 2020 р.). Одеса: Видавничий дім "Гельветика", 2020. С. 146-148.

6. Mal-yarets L. M., Iastremska O.M., Herashchenko I.M., Iastremska O. O., Babenko V. O. Optimization Of Indicators For Management Of Enterprise: Finance, Production, Marketing, Personnel. *The recent economic trends and their impact on marketing. Estudios de Economia Aplicada*. 2020. Vol 38, No 3 (1). DOI: [http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20\(1\).4028](http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20(1).4028)

Автори

Герашченко Інна Миколаївна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Inna.Herashchenko@m.hneu.edu.ua).

Зінін Кирило Олександрович, студент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (zininko@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 11 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 339.138

РОЛЬ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ЕТАПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Герашенко Інна Миколаївна, к.е.н.,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна,

Макаров Андрій Дмитрович, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Обґрунтовано необхідність складання маркетингового плану, визначено роль управління маркетингом на підприємстві та етапи стратегічного планування маркетингової діяльності.

Ключові слова — маркетингова діяльність, план маркетингу, управління, стратегія, стратегічне планування.

Маркетинг, як і будь-яка система, включає ряд аспектів, котрі розкривають його, по-перше, це – комплекс функцій підприємства щодо організації збуту продукції; по-друге, він виражає взаємовідносини з покупцями, поведінку підприємства на ринку, систему заходів для активного впливу на ринок; по-третє, він виступає формою конкурентної боротьби; по-четверте, маркетинг дає можливість виявити запити споживачів на ринку, організувати виробництво необхідної продукції, забезпечити безперервний рух товарів до споживачів; по-п'яте, він має забезпечити стійке зростання прибутку підприємством [3, 5].

Маркетингові менеджери в компаніях відповідають за розробку планів і стратегій маркетингу. План маркетингу – це документ, розроблений маркетинговими менеджерами, в якому:

- виявлені маркетингові можливості;
- визначений цільовий ринок, який представляє ці можливості;
- сформульований комплекс стратегій маркетингу, спрямованих на цей цільовий

містяться критерії оцінки і контролю маркетингової діяльності.

Загальним завданням управління маркетингом на фірмі є розробка планів і стратегій маркетингу як для нових, так і для існуючих товарів. Щоб скористатись наявними можливостями, потрібно мати сукупність взаємопов'язаних стратегій маркетингу (комплексу маркетингу).

У зв'язку з цим деякі автори розглядають поняття стратегічного маркетингу. Зокрема, Фатхутдінов Р.А. вважає, що стратегічний маркетинг – це тонкий і одночасно дорогий інструмент прогнозування майбутніх параметрів функціонування і розвитку складних систем [5]. Автор наголошує, що результатом прогнозування повинні бути нормативи конкурентоспроможності: майбутніх товарів та нововведень, які буде випускати організація; технологій; методів організації виробництва та менеджменту. Ми погоджуємося з даним підходом і вважаємо, що для розробки планів і стратегій маркетингу менеджери зобов'язані виявити можливості, які складаються на ринку. Це робиться шляхом аналізу потреб споживачів та інших зовнішніх умов.

Розробка стратегій маркетингу повинна бути певним чином організованою. Основою для розробки стратегій є план маркетингу. Існують два види планів маркетингу: план маркетингу товару і стратегічний план маркетингу.

План маркетингу товару визначає стратегію маркетингу одного товару або послуги, як правило, протягом одного року. Стра-

тегічний план маркетингу визначає орієнтири довготривалого росту компанії і весь набір товарів, який вона буде пропонувати (номенклатуру товарів компанії), - звичайно на п'ять років. План маркетингу товару і стратегічний план маркетингу повинні визначити [1, 2]:

чого саме компанія намагається досягти. Це повинно виражатися у конкретних цілях, заснованих на оцінці керівництвом маркетингових можливостей;

як фірма планує досягти цих цілей, що визначається обраними керівництвом стратегіями;

які ресурси керівництво вважає необхідними для реалізації плану;

яким чином керівництво повинно застосовувати певні стратегії.

Конкурентна перевага промислового підприємства не формується спонтанно. Створення стратегічних відмінностей є достатньо складним процесом. Стратегічне планування – це послідовність етапів, в ході яких розробляється стратегічний план і визначається цільовий ринок, форми торгівлі і способи побудови стійких конкурентних переваг [2].

Процес стратегічного планування маркетингової діяльності складається з декількох етапів. Коротко розглянемо кожний етап цього процесу.

Етап 1. Оцінка ситуації. Аналіз бізнесу і зовнішнього середовища, що здійснюється компанією на даному етапі. Він покликаний визначити можливості торгівлі, потреби споживачів на різних ринках і оцінити ділові можливості фірми, необхідні для їх задоволення. Цей аналіз, котрий часто називають оцінкою ситуації, складається з трьох елементів:

оцінка привабливості роздрібних ринків, на яких фірма конкурує чи може конкурувати,

оцінка цілей і ділових можливостей конкурентів,

оцінка сильних і слабких сторін фірми щодо конкурентів (самоаналіз).

Етап 2. Визначення стратегічних можливостей. Другий етап стратегічного планування передбачає визначення потенційних можливостей фірми. На цьому етапі фірма здійс-

нює сегментацію ринку, обирає потенційні сегменти ринку, оцінює їх за певними параметрами та концентрується на цільових ринках. Крім того, обирається стратегія сегментації – диференційований, недиференційований або концентрований маркетинг. Докладніше вищезазначене ми розглянемо у наступному розділі.

Етап 3. Оцінка варіантів стратегії. На даному етапі стратегічного планування здійснюється оцінка можливостей, визначених у ході попереднього етапу.

Підприємство аналізує потенціал створення стійкої конкурентної переваги і отримання прибутку в довгостроковій перспективі для кожного з розглянутих варіантів. Виходячи із конкурентної ситуації, яка складається на обраному цільовому сегменті, розробляють специфічно ринкову стратегію – адаптацію, захист позиції, наступально стратегію або стратегію росту, стратегію диверсифікації [1].

Торгова фірма повинна сконцентрувати увагу на тих можливостях, реалізація яких передбачає найбільш повне використання її сильних сторін – конкурентних переваг.

Етап 4. Визначення конкретних завдань і розподіл ресурсів. Після оцінки стратегічних варіантів розвитку для кожного з них визначаються завдання компанії. Загальна мета фірми викладається в проголошенні місії фірми. Конкретні завдання – це показники, що дозволяють простежити рух фірми у напрямку до поставленої мети. Вони мають три основних складових. Перша – бажані показники діяльності, включаючи кількісні; друга – період часу, що відводиться на вирішення завдань; третя необхідний обсяг інвестицій. Як правило, діяльність фірми оцінюється за фінансовими критеріями, такими як норма повернення інвестицій, обсяг продажів, прибуток. У наш час набуває популярності постановка завдання завоювання певної частки ринку.

Етап 5. Розробка торгівлі-мікс для впровадження стратегії. Саме на цьому етапі стратегічного планування для кожного з варіантів розробляється набір елементів торгівлі-мікс (комплексу маркетингу), тобто визначається асортиментна, цінова та диско-

тна, збутова політика та політика просування товарів (послуг) на конкретний цільовий ринок.

Етап 6. Оцінка діяльності та коригування стратегії. На кінцевому етапі стратегічного планування здійснюється оцінка результатів реалізації стратегії компанії. Якщо компанія виконала поставлені завдання, то необхідність внесення в неї будь-яких змін відсутня. Але як показує дійсність, корегування стратегії в роздрібному бізнесі здійснюється постійно. Це викликано тим, що саме ця сфера відрізняється швидкою динамічністю, наявністю гострої конкуренції. Ось чому роздрібним фірмам слід постійно пристосовуватись до ринкових умов і досить часто переглядати свої дії. Саме через постійне коригування і пристосування власної стратегії роздрібна фірма може розраховувати на міцне положення на ринку і залишатись на цьому ринку досить довгий час [1, 2, 3].

Представлений процес планування передбачає послідовне прийняття стратегічних рішень. Компанія оцінює ситуацію, визначає стратегічні альтернативи, оцінює їх, формулює завдання, розподіляє ресурси, планує реалізацію стратегії і, нарешті, необхідні корективи. Однак в реальних умовах всі розглянуті нами етапи проходять паралельно [6].

У довгостроковій перспективі результати діяльності роздрібного торговця значною мірою визначаються його стратегією. Стратегія компанії покликана координувати зусилля всіх співробітників фірми, вказуючи шлях, яким потрібно слідувати, цільові ринки компанії і форми обслуговування покупців, способи досягнення стійких конкурентних переваг [2].

Управляти маркетингом – це значить так побудувати системи збору інформації, ринку збуту, організації реклами, збутових операцій та обслуговування, щоб забезпечити максимальну ефективність за мінімальних витрат на маркетинг. Маркетингові стратегії слід втілювати в життя за допомогою комплексних програм, які включають заходи щодо поліпшення якості товару, цінової політики, формування попиту, стимулюван-

ня збуту й реклами, організації технічного сервісу та розширення асортименту пропонуванних послуг.

Список використаної літератури

1. Геращенко І. М. Ефективність планування виробництва та стратегічного управління підприємством. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2017. №10 (240). С. 30–33.
2. Геращенко І. М. Особливості використання зарубіжного досвіду стратегічного управління та планування діяльності на українських підприємствах. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2017. № 26 (15). С. 5–8.
3. Геращенко І. М., Крамаренко С. М. Маркетинг як інструмент підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика: матеріали міжнародної науко-практичної конференції, м. Харків - м. Торунь, 3-4 березня 2020 року. ФОП Панов А. М., 2020. С. 102–103.
4. Малиновський Ю.В. Малиновський І.П., Цьвок Д.Р. Стратегічне планування маркетингової діяльності на підприємстві. Науковий вісник НЛТУ України. 2012. Вип. 22.11. С. 271-277.
5. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник. Москва: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. 640 с.
6. Malyarets L. M., Iastremaska O.M., Herashchenko I.M., Iastremaska O. O., Babenko V. O. Optimization Of Indicators For Management Of Enterprise: Finance, Production, Marketing, Personnel. The recent economic trends and their impact on marketing. Estudios de Economia Aplicada. 2020. Vol 38, No 3 (1). DOI: [http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20\(1\).4028](http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20(1).4028)

Автори

Геращенко Інна Миколаївна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Inna.Herashchenko@m.hneu.edu.ua).

Макаров Андрій Дмитрович, студент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (mmc.ipad53@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 11 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 330.131.7

ПРОГРАМА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Демченко Ганна Володимирівна, к.е.н., ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — наведено тлумачення поняття «програма управління ризиками»; проаналізовано склад і структуру, визначено мету і задачі програми управління ризиками на підприємстві, виділено основні етапи розроблення програми управління ризиками.

Ключові слова — підприємство, програма управління ризиками, ризик, ризик-менеджмент,

Ефективне управління підприємством є необхідною складовою його успішної діяльності. Для зниження можливих втрат, пов'язаних з економічним ризиком, підприємство повинне оцінити можливі збитки, вирішити, які види ризиків і в якому обсязі брати на себе, а відповідальність за які передавати іншим суб'єктам (контрагентам, партнерам тощо).

Питання розробки методів та методик управління ризиками достатньо широко розглянуті в сучасній літературі. Наукові праці Головач Т. В., Посохова І. М., Рішук Л. І., Семенової К. Д., Стрельбицької Н. Є. спрямовані на структурування ризиків, проведення оцінки та аналізу ризиків, розробку заходів реагування на проектні ризики. Проте за сучасних умов господарювання з метою ефективного управління прийнятими ризиками підприємство має розробити програму, основною метою якої є зниження можливих втрат підприємства.

Програма управління ризиком підприємства (ПУР) – це прийнята на рівні підприємства система планування, забезпечення і організації ресурсів і дій, необхідних для зниження несприятливого впливу збитків, викликаних випадковими подіями.

Вона являє собою цілісний опис заходів, які необхідно вжити, їх інформаційне і ресурсне забезпечення, критерії ефективності їх

виконання, систему розподілу відповідальності за прийняті рішення та ряд інших відомостей, без яких неможливо організувати управління ризиком.

Розробка програми управління ризиками на рівні підприємства повинна забезпечувати таке управління ризиками, при якому основним складовим структури і діяльності фірми гарантується висока стійкість і захищеність від внутрішніх і зовнішніх економічних ризиків.

«Керівництво по розробці, контролю і перегляданню програми управління ризиками» повинне містити розділи, присвячені відповідним особливостям.

В першу чергу такі розділи включатимуть: інформацію про вплив стратегії розвитку підприємства на варіанти управління ризиком;

загальну характеристику господарської діяльності;

аналіз зовнішніх і внутрішніх обмежень системи управління ризиком;

перерахування основних вимог до організаційної структури, у рамках якої реалізуватимуться відповідні заходи по управлінню ризиком;

виклад основних правил і принципів розробки і переглядання програми управління ризиками [3].

Склад і структура програми управління ризиком можуть бути різними в різних фірмах в залежності від особливостей документообігу. Така програма є основою для всієї роботи в сфері ризик-менеджменту. З одного боку, програма відображає уявлення вищого керівництва підприємства про єдину систему заходів з управління ризиком, що розробляється в рамках інтегрованого підходу. З іншого боку, це робочий документ, який фіксує, що повинно бути зроблено, ким і в які

терміни. Поєднання стратегічних і тактичних аспектів робить програму особливо цінним інструментом прийняття та реалізації управлінських рішень.

Розроблення такої програми відбувається у дві стадії.

Попередня стадія розроблення програми управління ризиками – це ознайомлення з довідковою та поточною інформацією, що безпосередньо стосується проблеми. Це дає змогу прийняти необхідні рішення перед основною стадією та приступити до безпосередньої розробки [5].

Процедура попередньої стадії розроблення та коригування програми управління ризиками, крім ознайомлення з необхідною довідковою та поточною інформацією, повинна передбачати такі етапи:

формування та коригування цілей і задач ПУР;

відбір та формування принципів управління ризиками, які будуть враховуватись при розробленні (або коригуванні) ПУР;

ознайомлення з довідковою інформацією щодо втрат та її уточнення;

виявлення та оцінювання ризиків на рівні підприємства;

виявлення та уточнення можливих втрат;

аналіз довідкової інформації щодо процедур управління ризиками;

аналізування довідкової інформації щодо конкретних можливих методів управління ризиками [1].

Основна стадія розроблення ПУР охоплює ознайомлення з інформацією про ризики, від яких підприємство відмовилось на етапі попереднього відбору, складання плану проведення превентивних заходів і перелік усіх ризиків та методів управління ними. ПУР повинна містити інформацію про основні характеристики ризиків та максимально можливі, найімовірніші та очікувані збитки, вказані з урахуванням ПУР.

Розроблення ПУР передбачає виконання таких етапів:

уточнення стратегії підприємства по управлінню ризиками і вибір процедур управління;

попередній відбір ризиків;

визначення превентивних заходів та формування плану превентивних заходів;

аналіз ризиків після розроблення плану превентивних заходів;

остаточне формування ПУР;

контролювання і уточнення ПУР;

оцінювання ефективності ПУР [5].

Успішного функціонування підприємства в умовах ризику можна досягти, забезпечивши виявлення можливих економічних ризиків і зниження фінансових втрат, пов'язаних з ними.

Головну мету та задачі ПУР необхідно конкретизувати на рівні окремих підрозділів, напрямів діяльності і підприємства в цілому. Наприклад, знизити фінансові втрати, спричинені економічним ризиком, можна у такі способи:

усунути наявні ризики;

попередити можливі ризики;

безпосередньо попередити можливі втрати;

опосередковано попередити можливі втрати (через управління факторами ризику);

компенсувати наявні втрати [4].

Програма управління ризиком як інструмент менеджменту повинна регулярно переглядатись залежно від мінливих умов. Саме таке ставлення до програми буде відповідати всім вимогам динамічності та гнучкості, що пред'являються до прийняття бізнес-рішень.

Причинами зміни програми управління ризиком можуть бути такі обставини:

аналіз зміни кількості та якості доступної інформації;

поява нових інструментів аналізу даних (статистичних методів і математичних моделей);

більш точне врахування впливу зовнішніх чинників на виникнення та розмір збитків;

результати застосування тих чи інших методів управління ризиком;

особливості (свого і чужого) досвіду подолання кризи;

розподіл витрат, пов'язаних з управлінням ризиком, за основними підрозділами фірми і напрямками бізнесу [2].

Робота над вдосконаленням програми управління ризиком повинна здійснюватися постійно – це відображення безперервного, динамічного характеру самого ризик-менеджменту.

Список використаної літератури

1. Головач Т. В. Ризик-менеджмент: зміст і організація на підприємстві / Т. В. Головач, А. Б. Грушевицька // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009 – № 3 – С. 157–163.
2. Посохов І. М. Сучасний стан методичного забезпечення управління ризиками корпорації / І. М. Посохов // Бізнес-Інформ. – 2012. – № 10. – С. 266 – 271.
3. Ріщук Л. І. Вдосконалення процесу управління ризиками та врахування фактора ризику при прийнятті управлінських рішень / Л. І. Ріщук // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного

університету. Економічні науки. – Черкаси : ЧДТУ, 2009. – № 22. – С. 187–192.

4. Семенова К. Д. Організація системи управління ризиками на підприємстві / К. Д. Семенова; К. І. Тарасова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2015. – Вип. 3. – № 58. – С. 221–227.

5. Стрельбицька Н. Є. Конспект лекцій до вивчення дисципліни «Управління ризиками в ЗЕД» для студентів галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» денної форми навчання, освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» Н.Є. Стрельбицька. – Тернопіль: ТНЕУ, 2010. – 81 с.

Автори

Демченко Ганна Володимирівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (електронна адреса).

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК: 338.5:[339.13:791.64

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ РИНКУ КІНОПРОКАТУ НА ПРИКЛАДІ МЕРЕЖ КІНОТЕАТРІВ

Штанова Альона Леонідівна, аспірант кафедри маркетингу, Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, Україна,

Мельниченко Світлана Володимирівна, доктор економічних наук, професор, Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, Україна.

Анотація — розглянуто цінову політику шести всеукраїнських мереж кінотеатрів, актуальну на березень 2021 року. Визначено особливості підходу до ціноутворення вартості квитка. У ході дослідження виявлено ключові фактори впливу на кінцеву вартість квитка для споживача.

Ключові слова — мережі кінотеатрів, ринок кінопрокату, ціна, цінова стратегія.

Проблематика формування понятійно-категоріального апарату цінової стратегії є актуальною для робіт вітчизняних та зарубіжних учених, а саме: Л. Балабанової, [2] П. Дойля [3]. О. Зозульова [4], Ф. Котлера, [1] Ж.-Ж. Ламбена [5] та ін. У роботах цих дослідників розкриті проблеми визначення сутності та змісту цінової стратегії. Однак з огляду на новизну формування кінопрокатного ринку, тема дослідження формування ціни на квитки в мережах кінотеатрів є актуальною.

У формуванні цінової політики кінотеатру спираються на три ключових фактори:

1) собівартість - окупність роботи проєктора, колонок та іншого обладнання, заробітної плати працівників;

2) договір з дистриб'ютором – домовленість з власником прав на фільм щодо мінімальної ціни.

3) розмір «роялті» - з кожного проданого квитка кінотеатр віддає домовлений відсоток, приблизно 50%-60% дистриб'ютору. Умовами договорів прокату також прописано поняття прем'єри фільму, яка може варіюватися від семи до десяти днів. Прем'єрними днями у кінотеатрах вважається період з четверга по неділю. Аналізуючи цінову політику мереж

кінотеатрів було виявлено наступні аспекти у її формуванні. В основному усі мережі кінотеатрів розділяють прем'єрний і непрем'єрні періоди, тобто ціни на прокатному тижні у період понеділок-середа нижчі за ціни у четвер та п'ятницю, а найвищі ціни встановлюються на вихідних. Такий поділ притаманний для усіх мереж кінотеатрів, які проаналізовано у даному дослідженні: Wizzoria [6], Multiplex [8], Планета кіно [7], Міромат [9], Cinema city [11] та Oscar [10].

Також вартість залежить від часу доби сеансу. А саме, ділиться на ранкові сеанси (до 11:00), денні (до 17:00), вечірні (до 23:00) та нічні (після 23:00). У таблиці 1 подано цінову політику одного з кінотеатрів мережі Multiplex.

Таблиця 1

Цінова політика Multiplex (Перспект)

	пн-ср		чт-нд	
	2D/3D	Super Lux	2D/3D	Super Lux
Ранок	60	120	65	115
День	90	160	100	190
Вечір	95	185	125	215
Ніч	55	160	65	160

Таблиця 2

Цінова політика Cinema city (Ocean Plaza)

	пн-ср		чт-нд		
	Місяця ближче до екрану	Місяця далі від екрану	Місяця ближче до екрану	Місяця далі від екрану	
Ранок	70	70	Ранок	70	70
День	80	90	День	80	90
Вечір	120	130	Вечір	120	130
Ніч	70	70	Ніч	70	70

Таблиця 3

Цінова політика Miromax (ТРЦ Аладдін)

пн-вт			чт		
	2D/3D	Опух		2D/3D	Опух
Ранок	60	150	Ранок	60	150
День	80	150	День	90	150
День пізніше	90	150	День пізніше	100	150
Вечір	100	190	Вечір	110	190
пт			сб-нд		
	2D/3D	Опух		2D/3D	Опух
Ранок	60		Ранок	70	150
День	100	150	День	100	150
День пізніше	110	150	День пізніше	110	150
Вечір	120	190	Вечір	120	190

Окрім цього, такі мережі кінотеатрів як Планета кіно, Oscar та Cinema city встановлюють ціни на квитки на прем'єрні фільми вище, аніж на квитки фільмів з другого тижня прокату. Також у кінотеатрів Wizoria, Планета кіно та Multiplex є цінова різниця квитків на спеціальні шкіряні розкладні крісла підвищеного комфорту, а у

Oscar, Планета кіно, Cinema city та Multiplex є цілі віп-зали, де обмежена кількість спеціально обладнаних місць з покращеними сидіннями та можливістю замовлення ресторанної їжі до залу. А мережа кінотеатрів Cinema city з огляду на величину залів поділяє за ціною місця ближче та далі від екрану.

Мережі кінотеатрів Cinema city, Multiplex, Планета кіно та Miromax встановлюють вищі ціни на сеанси, з унікальними технологіями, такими як IMAX, 4DX та Опух. А ось на сеанси у технологіях 2D та 3D ціна квитка однакова, у той час коли ще у 2016 році ціна на 3D була дещо вищою. Така зміна продиктована тенденцією окремого продажу 3D окулярів.

Отже, цінова політика кінотеатрів дуже різноманітна і спирається на договірні умови з дистриб'ютором, собівартість та показу. До договірних умов з дистриб'ютором відноситься ранжування прем'єрного періоду, а також поділ на ранкові, денні, вечірні та нічні

сеанси, а також виготовлення додаткових фільмокопій відповідно до технології показу. До чинників ціноутворення, пов'язаних собівартістю показу відносяться заробітні плати працівників, витрати на утримання обладнання. Чинники пов'язані з часткою роялті для дистриб'юторів також впливають на ціну.

Список використаної літератури

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс. – 5-е вид. – М.: Вільямс, 2013. – 712 с. 8
2. Дойль П. Менеджмент: Стратегія і тактика. – Х.: Фоліо, 2014. – 560 с.
3. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2012. - 240 с.
4. Зозульов О., Нестеров Ю. Моделі брендингу // Маркетинг в Україні. – № 5, 2015.
5. Ламберн Ж., Чумпитас Р.К., Шулінг І. Менеджмент, орієнтований на ринок. – 2-е изд. – К.: АртЕкономі, 2012. – 720 с.
6. Офіційний сайт мережі кінотеатрів Wizoria. [Режим доступу]: <https://wizoria.ua>
7. Офіційний сайт мережі кінотеатрів Планета кіно. [Режим доступу]: <https://planetakino.ua>
8. Офіційний сайт мережі кінотеатрів Multiplex. [Режим доступу]: <https://multiplex.ua>.
9. Офіційний сайт мережі кінотеатрів Miromax [Режим доступу]: <https://miromax.film/>
10. Офіційний сайт мережі кінотеатрів Oscar. [Режим доступу]: <https://oskar.kyiv.ua/>
11. Офіційний сайт мережі кінотеатрів Cinema city. [Режим доступу]: <https://cinemacity.ua/>

Автори

Штанова Альона Леонідівна, аспірант кафедри маркетингу, Київський національний торговельно-економічний університет, Aliona.Shtanova@gmail.com.

Мельниченко Світлана Володимирівна, доктор економічних наук, професор, Київський національний торговельно-економічний університет, melnichenko@knu.edu.ua.

Тези доповіді надійшли 07 березня 2021 року..

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 629.48

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вікторія Вікторівна Самойленко, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Без забезпечення стабільної якості, що відповідає державним стандартам та вимогам споживачів, неможливо раціонально інтегрувати національну економіку в світове господарство і зайняти в ній гідне місце. Актуальність цієї теми обумовлена тим, що вдосконалення якості продукції – найважливіший напрям інтенсивного розвитку економіки, джерело економічного зростання, ефективності виробництва. У цих умовах зростає значення комплексного управління якістю продукції та ефективністю виробництва.

Ключові слова — якість, продукція, ефективність виробництва, розвиток економіки.

Поняття якості пройшло еволюційний шлях розвитку від античних часів до теперішнього часу і має багатоаспектні трактування. Основна властивість, з якою пов'язана якість продукції, – її здатність бути споживною вартістю, бути корисною і задовольняти певні потреби краще за інших об'єктів, тобто володіти конкурентоспроможністю.

Протягом історії розвитку науки не припинялися спроби знайти всеосяжне визначення поняттю "якість", але всі вони зводилися до розуміння якості як спільності, визначеності, цілісності всіх існуючих ознак предмета, що відрізняють його від інших предметів, а так як властивостей будь-яких предметів безліч, то всі вони є різноякісними.

Однією з причин досить серйозного розбіжності в думках з приводу якості є те, що

саме це поняття в залежності від сфери застосування повинно наповнюватися різним змістом. Коли ми говоримо про якість як про сукупність характеристик, то це об'єктивно існуюча, незалежно від ставлення до неї людей, комплексна характеристика будь-якої споживної вартості [2]. Коли ж ми говоримо про якість як про економічну категорію, то це вже відношення людей до тієї чи іншої сукупності властивостей споживчої вартості. В цьому випадку якість - це споживча оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреби в конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, якій з урахуванням цих умов наділили її виробники.

Система менеджменту якості (далі СМЯ) – інтегрований механізм управління, направлений як на реалізацію цілей щодо якості, так і на мінімізацію всіх втрат на узгоджене функціонування всіх елементів [4].

Наявність сертифікованої СМЯ – важливий доказ високого рівня характеристик продукції при складанні декларації постачальника про відповідність товарам встановленим вимогам. Економічні переваги підприємств, які мають сертифіковану СМЯ, перед підприємствами, що її не мають, підтверджуються спеціальними дослідженнями. Так, за оцінками спеціалістів, провідні західні фірми з надзвичайно високим вихідним рівнем організації виробництва підвищили прибуток на 10 - 20% у результаті розбудови та сертифікації системи якості [1].

На сьогодні елементами механізму забезпечення якості є:

24 міжнародних стандарти управління та забезпечення якості (враховуючи стандарт з екологічного менеджменту);

міжнародна сертифікація СМЯ;

міжнародний реєстр сертифікованих аудиторів системи якості (IRCA); те саме на регіональних та національних рівнях.

Порівнявши дві схеми проведення проекту ми можемо побачити значну різницю, що перш за все пов'язана із відсутністю розробки карти бізнес- процесів, не зважаючи на те, що процесний підхід є основою стандартів.

Аби зрозуміти переваги розробленої нами послідовності проведемо порівняльний аналіз етапів. Преш за все розглянемо особливості робіт на кожному з цих етапів.

1. Створення організаційної структури і виділення інших необхідних ресурсів. Як уже відзначалося вище, розробка СМЯ є складною, трудомісткою і тривалою роботою, яку неможливо виконати «на суспільних засадах», без створення всередині підприємства відповідної організаційної структури, що забезпечувала б:

виділення необхідних людських ресурсів для розробки СМЯ;

можливість залучення до роботи всього персоналу підприємства, у першу чергу керівництва;

можливість оперативного розв'язання питань, що виникають у ході розробки;

погоджену діяльність різних підрозділів і служб у процесі розробки. Насамперед, повинен бути призначений представник керівництва з якості, який очолює проект по розробці СМЯ. Цього безпосередньо вимагає МС ISO. До обов'язків представника керівництва входить:

забезпечення розробки, впровадження і підтримки в робочому стані процесів, необхідних СМЯ;

складання звітів вищому керівництву про функціонування СМЯ і необхідність її поліпшення;

сприяння поширенню розуміння вимог споживачів по всій організації; підтримка зв'язку з зовнішніми сторонами з питань СМЯ.

Стандарт припускає, що представник керівництва виконує ці функції одночасно з іншими своїми обов'язками. Представником керівництва з якості на підприємстві може бути і головний інженер, і технічний директор, і комерційний директор, і інші керівники.

Багато в чому вибір представника керівництва залежить від особистих якостей претендента. Він повинен бути досить авторитетним на підприємстві,

мати повноваження приймати важливі рішення, володіти гарними організаторськими здібностями, досвідом керування проектами, знанням підприємства, його продукції і процесів, знанням основних споживачів і постачальників. Бувають випадки, коли директор, що розуміє ключовий характер цієї функції, не знаходить для неї гідного кандидата серед своїх заступників і сам бере на себе її виконання.

Мета управління – підвищення рівня і стану якості продукції з урахуванням економічних інтересів виробника та споживача, а також вимог безпеки та екологічності продукції.

Список використаної літератури

1. Віткін Л.М. Ризики з системах управління / Л.М. Віткін, О.Р. Ролько // Системи обробки інформації. – 2016. – Вип. 3 (140) – С. 203-208.
2. Джордж С. Всеобщее управление качеством: стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях / С. Джордж, А. Ваймерских. – СПб. : Виктория плюс, 2009. – 256 с.
3. «Етичне маркування»: надійшов час і Україні // Народна правда, 2012 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://narodna.pravda.com.ua/life/4f157bdde54bf/>
4. Закупанець К.О. Оцінка ризиків щодо діяльності даних за методом FMEA / К.О. Закупанець, К.Л. Рагушна, В.Є. Добрава // Клінічна фармація – 2015. – Т.19 № 3. – С. 6-10.
5. Строкович Г. В. Підхід до трактування розвитку підприємства з позицій якості / Г. В. Строкович // Бізнес Інформ. – 2013. – № 9. – С. 242-246.

Автор

Самойленко Вікторія Вікторівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та економіки (svita4448@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 10 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 656.02+658.78

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ АНАЛІЗУ ВАНТАЖОПОТОКІВ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Колодізєва Тетяна Олександрівна, к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна,

Озерова Ліна Станіславівна, студентка, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Обґрунтовано застосування методів логістичного аналізу, заснованих на класифікації елементів матеріальних потоків для удосконалення управління вантажними потоками транспортних підприємств. Запропоновано впровадження програмного забезпечення з використанням інструментарію аналізу вантажопотоків для підвищення конкурентоспроможності транспортних послуг.

Ключові слова — інструменти аналізу, логістика, матеріальні потоки, вантажопотоки, методи аналізу, транспортні підприємства.

На сучасному етапі розвитку економіки, що характеризується широким використанням логістичного аутсорсингу, істотно змінюються форми взаємодії між виробниками і споживачами промислової продукції. Конкуренція, що посилюється, веде до підвищеного попиту на якісне логістичне обслуговування. В цьому контексті особливої актуальності набуває проблема підвищення ефективності діяльності транспортних підприємств, які в своїй сукупності формують потужну транспортну систему національної економіки.

Одним із дієвих методів підвищення ефективності транспортування є оптимізація вантажопотоків, інструменти аналізу яких досліджували вітчизняні та закордонні вчені. Сучасні методи аналізу матеріальних потоків досліджувались закордонними вченими у працях [1-5].

Треба зазначити, що перспективи використання методів аналізу матеріальних потоків в

транспортній галузі ще не висвітлені в науковій літературі в повній мірі.

Метою дослідження є узагальнення методик аналізу матеріалопотоків та розробка пропозицій щодо їх використання для оптимізації вантажопотоків транспортних підприємств.

Для того, щоб вижити на ринку і успішно вести бізнес, транспортна організація зобов'язана визначити найбільш ефективні методи надання транспортних послуг, які повинні надаватись з врахуванням параметрів конкретних вантажопотоків.

Одним з рішень цієї проблеми для транспортних компаній є стрімкий розвиток інформаційних технологій, які, в свою чергу, дозволяють реалізувати бізнес-стратегію за допомогою удосконалення логістичних процесів [6]. Поряд і інформаційною підтримкою транспортних процесів, вагому роль грає методичне забезпечення управління вантажопотоками транспортних організацій.

Використовувані в логістиці методи аналізу матеріальних потоків, як правило, спрямовані на виявлення обмежень, вузьких місць в логістичних системах. Це методи, пов'язані з поділом об'єктів на групи і класи, так як таким чином їх зручніше обробляти, ніж кожен окремий елемент. Це, в свою чергу, спрощує оцінку логістичних об'єктів.

Класифікація елементів матеріальних потоків позитивно впливає на планування і контроль логістичних процесів, спрощує застосування елементів і збільшує зрозумілість кінцевих результатів. Узагальнення основних ме-

тодів логістичного аналізу, які працюють на основі класифікацій наведено в табл 1.

Таблиця 1

Методи логістичного аналізу матеріальних потоків

Метод	Короткий опис, джерело
ABC аналіз	ABC аналіз (Always Better Control) дає змогу визначити пріоритети в управлінні матеріальними потоками. Одиниці матеріального потоку (ОМП) розділяються за категоріями на три групи: А – ОМП високої вартості з великим об’ємом споживання; В - ОМП середньої вартості з середнім об’ємом споживання; С – ОМП низької вартості з низьким об’ємом споживання [3].
XYZ аналіз	За цим аналізом ОМП розділяються на три групи: Х – ОМП мають фіксований розмір попиту / потреби та характеризуються невеликими періодичними коливаннями, що забезпечує високу точність прогнозування; Y – ОМП мають помірні коливання попиту / потреби, що забезпечує середню точність прогнозування; Z – ОМП мають нерегулярний попит / потребу, що дозволяє мати низьку точність прогнозування [5].
HML аналіз	HML аналіз використовується за критерієм вартості за одиницю. ОМП розділяються на три групи: Н – висока вартість одиниці; М – середня вартість одиниці; L – низька вартість одиниці [1].
FSN аналіз	FSN аналіз класифікує ОМП на основі частоти споживання. Виходячи з цього, є три групи: F (Fast moving) – елементи, що швидко рухаються; S (Slow moving) – елементи, що рухаються повільно; N (Non-moving) – нерухливі елементи [4].
SDE аналіз	SDE аналіз проводиться з метою вирішення різних проблем закупівель, які зазвичай надходять щодня. Виходячи з цього є три групи: S (Scare) – дефіцитний (зазвичай імпортується); D (Difficult) – ті, що важко отримати; E (Easy) – ті, що легко отримати [2].
SOS аналіз	SOS аналіз базується на сезонності ОМП. Виходячи з сезонності предметів є дві групи: S – сезонні предмети; OS – поза сезонні предмети [2].
VED аналіз	Виходячи з критичності ОМП та їх впливу на виробництво, якщо вони недоступні є: V (Vital) – життєво важливі предмети; E (Essential) – основні предмети; D (Desirable) – бажані елементи [2].

Представлені аналітичні інструменти для вдосконалення логістичних процесів є відправною точкою процедури класифікації матеріа-

льних потоків, яка позитивно впливає на планування та управління логістичними процесами. В цьому аспекті доцільним є використання наведених інструментів для аналізу вантажопотоків транспортних підприємств.

Для поліпшення аналізу вантажопотоків транспортних підприємств пропонується впровадження відповідного програмного забезпечення, що дозволить застосовувати перераховані вище інструменти аналізу. Це буде сприяти вирішенню ряду проблем транспортних підприємств, серед яких: недотримання термінів доставки продукції, неефективне завантаження вантажівок, погана взаємодія всередині компанії, високі витрати управління транспортуванням вантажів.

Конкретизація використання окремих інструментів для аналізу вантажопотоків транспортних підприємств може розглядатись як напрямок подальших наукових досліджень.

Список використаної літератури

1. Bhadiyadra A. «ABC and HML Analysis for Material Management – Case Study of Commercial Building Project.»/ A. Bhadiyadra // International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology, Volume 6 Issue III, March 2018, pp. 2387-2390.
2. Brindha G. «Inventory Management» / G.Brindha // International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, Vol. 3, Issue 1, January 2014, pp. 8163-8176.
3. Ravinder H. «ABC Analysis For Inventory Management: Bridging The Gap Between Research And Classroom» / H. Ravinder, R. B. Misra // American Journal Of Business Education – Third Quarter 2014, Volume 7, Number 3, pp. 25-264.
4. Mr. Rohan Nadkarni “An Inventory Control using ABC Analysis and FSN Analysis” / Mr. Rohan Nadkarni, Dr. Asita // International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA), 2016, pp. 24-28.
5. Nowotyńska I. An application of xyz analysis in company stock management / I. Nowotyńska // MMR, vol. XVIII, 20 (1/2013), pp. 77-86.
6. Wood D. Contemporary Transportation / D. Wood , J. Johson. – Prentice Hall, Upper Saddle River, 1996.– 603 p.

Автори

Колодізева Тетяна Олександрівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, (kolodizeva@ukr.net).

Озерова Ліна Станіславівна, студентка 4-го курсу факультету менеджменту і маркетингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, (lina.23.oz.07@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 4 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 338.1

ЧАТ-БОТИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Небилиця Олена Анатоліївна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім.С.Кузнеця, Харків, Україна

Анотація – робота присвячена обґрунтуванню сутності ефективного стратегічного та інноваційного напрямку розвитку бізнесу - чат-ботам. Приведено аналіз останніх досліджень оцінки впливу мобільних пристроїв на світову економіку. Виділено основні переваги та недоліки використання чат-ботів у діяльності сучасних підприємств.

Ключові слова: інновація, маркетинговий інструмент, мобільний трафік, стратегія, чат-бот.

Посилення конкуренції між виробниками, підвищення вимог споживачів до товарів і послуг – основні фактори, що мотивують підприємства до впровадження нововведень у маркетинговій діяльності для постійного вдосконалення просування продуктів та послуг, що будуть користуватися попитом у потенційних споживачів. Інноваційний маркетинг – один із напрямів стратегічного управління, реалізується на вищому рівні керівництвом компаній. Основною метою інноваційного маркетингу є розроблення й впровадження нових продуктів, модернізація та вдосконалення вироблених продуктів або послуг, а також застосування сучасних інноваційних маркетингових інструментів щодо просування продукції і послуг споживачу.

Оскільки для бізнесу життєво важливо перебувати там, де знаходиться цільова аудиторія, розробка чат-ботів стала ефективною відповіддю на новий тренд користувачьких переваг і відкрила маркетинговий канал залучення нових зав'язків і комунікації з потенційними клієнтами. Чат-боти досить швидко зайняли міцне місце серед бізнес-інструментів.

Окремі аспекти стратегічного маркетингового управління представлені в наукових працях таких авторів, як: Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Д. Робертсон, М. Портер, Ф. Брассінгтон, С. Петтітт, В. Шкардун, О.Ястремська. Ключові питання інноваційного розвитку підприємств, у тому числі й маркетингової діяльності, розглядалися в роботах таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як: Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук, В. Аньшин, С. Ілляшенко, О. Волков, М. Денисенко, А. Гречан, Ю. Каракай, Я. Матковська та ін. Однак обґрунтування сутності чат-ботів як ефективного стратегічного та інноваційного напрямку розвитку бізнесу є на сьогодні актуальним та потребує уточнення.

Останнім часом все чіткіше простежується тренд відходу з соціальних мереж користувачів, які втомилися від великої кількості неправдивої інформації. Месенджери стали відповіддю на потребу людей у більш персоналізованому каналі спілкування. Великі компанії в різних галузях перемикають увагу з брендів мобільних додатків і розробляють власні чат-боти для популярних месенджерів, які ефективно вирішують ряд маркетингових задач і допомагають підприємствам ефективно функціонувати.

Треба зазначити, що 2019 рік побив мобільні рекорди. Так, компанія App Annie щорічно у своєму звіті надає оцінку впливу мобільних пристроїв на всі галузі та світову економіку. У 2020 році у своєму звіті State of Mobile компанія відзначає, що частка мобільного трафіку в період з 2018 по 2019 роки зросла 53,3% (рис.1) [1]. При цьому, приріст даного показника склав 8,6% при зниженні усіх інших (частка використання ноутбуків

та комп'ютерів скоротилася на 6,8%; планшетів- на 27%; інших пристроїв – на 30%).

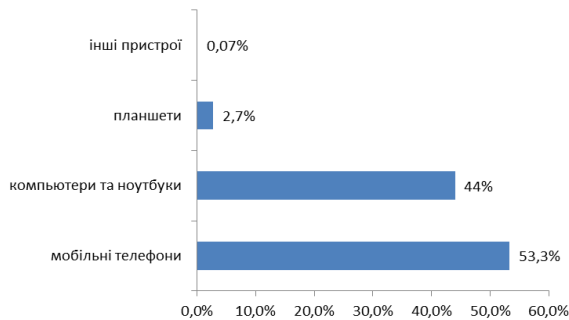


Рис.1. Світова частка мобільного трафіку у 2019 році

Мобільний телефон повністю змінив спосіб замовлення їжі, покупки продуктів, книжок, поїздок, ігор та багато іншого - полегшуючи життя громадян щодня та перетворюючи майже кожен галузь у процесі. Мобільні пристрої стали життєво важливим каналом для взаємодії бізнесу зі споживачами.

Для України ці показники також збільшуються та набирають обертів. Слід зазначити, що найбільш сучасний приклад цього на рівні країни – це експериментальний проєкт концепції у сфері надання електронних адміністративних послуг, який був анонсований 6-м президентом України - Володимиром Зеленським - «Держава у смартфоні». Цей проєкт базується на створенні системи онлайн-взаємодії центральних органів виконавчої влади України та інших державних інформаційних систем між собою та з фізичними та юридичними особами, заснована на автоматизації і оптимізації усіх державних функцій [2]. Щодо ефективних інноваційних маркетингових інструментів розвитку бізнесу, то лідируючі позиції займають саме чат-боти.

Чат-бот - це віртуальний менеджер, який з'ясовує потреби клієнта і допомагає їх задовольнити. Інформація надається в текстовому, інтерактивному або мультимедійному форматі. Чат-боти дозволяють автоматизувати комунікації, що серйозно підвищує якість роботи клієнтського сервісу, оскільки всі рутинні операції і типові завдання вирішує бот, а менеджери відповідають на скла-

дні і нестандартні питання. Внаслідок цього відбувається значне покращання клієнтського досвіду, підвищення залученості та поліпшення лояльності цільової аудиторії.

Звісно чати-боти мають як свої переваги, так й недоліки. До найбільш ґрунтовних переваг чат-ботів, як ефективного інноваційного маркетингового інструменту розвитку бізнесу, слід віднести:

1. Привабливість. Чат-боти викликають інтерес і привертають увагу. Це досить новий інструмент, який не викликає негативну реакцію у користувачів.

2. Якісна взаємодія. Програма дозволяє персоналізувати контент для кожного користувача. Вони отримують тільки ту інформацію, на яку у них був запит.

3. Економія бюджету. Чат-бот - це одноразова інвестиція, яка не передбачає подальших витрат на персонал.

4. Вимірність даних. У програмі легко відстежити доставку контенту, залученість користувачів. Також бот дозволяє сегментувати аудиторію і зібрати зворотний зв'язок від клієнтів для покращення послуг.

5. Високий відсоток відкриття і читання. Користувач схильний краще реагувати на повідомлення, що приходять у месенджерах, оскільки вони використовуються для особистого спілкування.

6. Генерація і «прогрів» лідів. Боти можуть працювати з аудиторією на всіх етапах продажу. Навіть вночі, коли реальні менеджери сплять. Крім того, вони допомагають відсікати «важких», що віднімають час, клієнтів.

7. Доступ до молоді аудиторії (найбільш активні користувачі мережі). Вони швидше позитивно реагують на нові тренди та йдуть на експерименти, випробовуючи нові цікаві сервіси і технології. У разі позитивного досвіду і виправдання очікувань від взаємодії з чат-ботом фірма буде забезпечена достатком активної і лояльної цільової аудиторії.

8. Додаткові можливості. Поступово розширюючи функціонал компанія може залучати нову аудиторію. Наприклад, додаткова мова інтерфейсу відкриває доступ до міжнародних ринків.

Щодо недоліків використання у бізнесі чат-ботів, то можна відзначити такі моменти:

1. Деякі користувачі ще поки не готові взаємодіяти з ботами і сприймають будь-які технологічні новинки з обережністю. Особливо це стосується людей старшого віку.

2. Чат-бот може бути незрозумілим деяким користувачам, якщо є недоробки з логікою або розпізнаванням.

Отже, використання у маркетинговій стратегії підприємства чат-ботів відзначається все ж таки більшістю переваг, ніж недоліків. Це говорить про те, що чат-боти - це майбутнє. Варто прийняти цей факт і впроваджувати нові технології у бізнес вже зараз, щоб встигнути адаптуватися.

Чат-боти стають дедалі впливовішими у повсякденному житті. Ці програми були розроблені для допомоги в різних галузях промисловості, від простих банківських операцій до запитів у галузі охорони здоров'я. Компанія Jniper, яка займається дослідженнями, прогнозуванням та консультуванням для ринків цифрових технологій, прогнозує, що чат-боти будуть відповідальні за економію витрат на понад 8 млрд доларів на рік до 2022 року порівняно з 20 млн доларів цього року.

Таким чином, на сьогодні, використання чат-ботів у бізнесі – безумовна необхідність задля стратегічного розвитку підприємства. Залученість – це головна риса чат-ботів. Ця технологія транслює логіку та використовує діалоги з віртуальним співрозмовником. По суті чат-бот - це гілка дій, в яку закладено алгоритм. Згідно з останнім оглядом технологій «Технологія зриву», 96% організацій погоджуються, що створення безперебійних багатоканальних програм є пріоритетним напрямом [3]. Таким чином, бізнесу важливо вчасно адаптуватися до нових технологій, щоб не відставати від конкурентів, розвивати клієнтський сервіс і скорочувати витрати. Для компаній зараз саме час перевірити мо-

жливості чат-ботів і найкращим чином інтегрувати цю технологію у свою стратегію роботи з клієнтами.

Інформаційні та технологічні зміни у світі відкривають для підприємств різні можливості використання великого арсеналу маркетингових інноваційних інструментів. Почесне місце займають чат-боти, які допомагають автоматизувати та впорядкувати діяльність, вдосконалити продуктивність праці на підприємстві та стимулювати співробітників та залучення клієнтів.

Список використаної літератури

1. Коцофана О. Все о чат-ботах: типи, приклади, якому бізнесу підійде, список конструкторів для створення / О. Коцофана. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web-promo.ua/blog/vse-o-chat-botah-tipy-i-primery-kakomu-biznesu-podojdet-spisok-konstruktorov-dlya-sozdaniya>

2. Президент, Прем'єр-міністр, Мінцифри презентували мобільний застосунок «Дія» // Урядовий портал. Новини від 6 вересня 2019р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.kmu.gov.ua/news/prezident-premyer-ministr-mincifra-prezentovali-mobilnij-zastosunok-diya>

3. Customer Contact Week Digital: Disrupting the Live Chat Experience 23.04.2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.comml00.com/blog/ccw-disrupting-the-chat-experience.html>

Автор

Небилиця Олена Анатоліївна, к.е.н., доц, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім.С.Кузнеця (elena.nebulitsa@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.8

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Пасько Марина Іванівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця,
Харків, Україна

Анотація – розглянуто теоретичні підходи до формування структури маркетингового потенціалу промислового підприємства, яка має містити вичерпний перелік складових, що розкривають розуміння та сутнісне наповнення маркетингового потенціалу. Запропоновано системний підхід, згідно якого структуру маркетингового потенціалу складають внутрішні та зовнішні ресурси, можливості та спроможності, що спрямовуються на забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова – конкурентоспроможність підприємства, маркетинговий потенціал підприємства, структура маркетингового потенціалу підприємства

Зростання економіки країни забезпечується високим рівнем суспільного виробництва і, в першу чергу, ефективною діяльністю промислових підприємств, які становлять базис економіки України, визначаючи рівень її економічного розвитку, спеціалізацію економіки та масштаби участі в територіальному поділі праці.

Конкурентоспроможність промислових підприємств створює можливість і здатність адаптації таких підприємств до мінливих умов ринкового середовища. В свою чергу, забезпеченню конкурентоспроможності сприяє формування ефективної маркетингової діяльності та зміцнення маркетингового потенціалу як однієї зі складових загального потенціалу промислового підприємства для забезпечення розробки і реалізації плану його сталого розвитку.

Маркетинговий потенціал є стрижнем потенціалу підприємства в цілому. Визначаючи маркетинговий потенціал слід розглядати його як сукупність внутрішніх та зовнішніх маркетингових ресурсів, можливостей та спроможностей щодо розв'язання окреслених завдань задля досягнення корпоративних цілей підприємства в умовах невизначеності.

При цьому маркетинговий потенціал повинен найбільш детально враховувати фінансові можливості підприємства, оцінювати елементи макро- та мікросередовища, кваліфікацію персоналу, динаміку та стан розвитку ринку, ефективність використання маркетингової інструментарію підприємством тощо [1].

Сутність маркетингового потенціалу розкривається системою його основних складових у їх взаємозв'язку та взаємозалежності.

Аналіз підходів різних авторів до структури маркетингового потенціалу виявив відсутність єдності поглядів з цього питання.

У роботі [4] до маркетингового потенціалу підприємства пропонується відносити:

інформаційний потенціал – сукупність інформаційних систем та зв'язків, а також засобів збирання, передання та аналізу інформації, здатних забезпечити керівників повною, своєчасною та достовірною інформацією, потрібною для прийняття ефективних інвестиційних рішень;

комунікаційний потенціал – наявність розвиненої системи надійних зв'язків з партнерами, постачальниками ресурсів, каналами розподілу і збуту продукції;

імідж підприємства на ринку – складова ринкового успіху підприємства, яку можна використовувати для підвищення ефективно-

сті виведення нового товару чи послуги на ринок.

На наш погляд такий підхід до складових маркетингового потенціалу представляється доволі узагальненим, у якому не виокремлюються ресурси та можливості, що суттєво звужує можливість його застосування у практичній діяльності підприємств.

Розглядаючи маркетинговий потенціал підприємства автори [2] наводять фактори, які формують його структуру та представляють його як сукупність людських (цінні знання та навички, які мають працівники, а також їхні здібності та готовність до спільної діяльності з іншими членами організації), матеріальних (активи, які відображаються в балансі компанії: основні і оборотні засоби, інвестиції) та нематеріальних ресурсів.

Найбільш відповідним сутнісному наповненню маркетингового потенціалу є наведений у роботі [3] підхід, згідно якого структуру маркетингового потенціалу складають маркетингові ресурси й маркетингові зусилля.

На основі результатів аналізу наведених й інших точок зору щодо сутності та структури маркетингового потенціалу підприємства, пропонуємо визначати ключовими його складовими усі наявні у розпорядженні підприємства ресурси, можливості, які створюються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі, та спроможності підприємства у забезпеченні ефективної організації та управління залученням ресурсів та максимальному використанню можливостей (рис. 1). Важливою умовою формування структури маркетингового потенціалу є системний підхід, що забезпечує встановлення взаємозв'язків та взаємозалежностей між складовими. Кожна складова є комплексною і включати максимально повний перелік елементів. Наведений перелік елементів не є вичерпним і остаточним, оскільки, визначаючи які конкретно елементи мають міститися у кожній складовій, необхідно враховувати сферу діяльності та специфіку підприємства. Формування адекватної структури маркетингового потенціалу сприятиме підвищенню конкурентоспроможності промислових підприємств і зміцнення їх позицій на ринку.

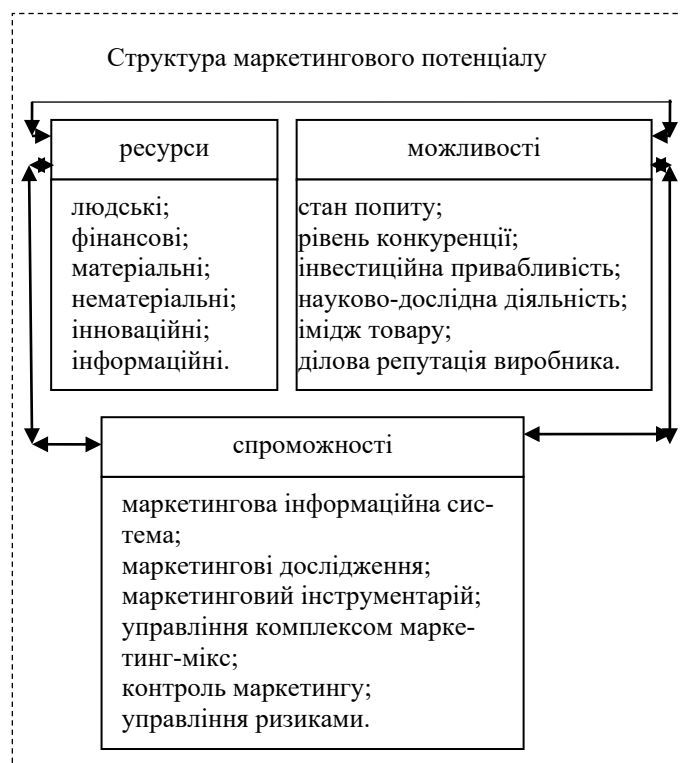


Рис. 1. Структура маркетингового потенціалу підприємства

Список використаної літератури

1. Іваненко В.О. Оцінка маркетингового потенціалу підприємства: компаративний аналіз наукових підходів / В.О. Іваненко, О.Р. Ковальчук // ВІСНИК ЖДТУ. – 2019. – № 1 (87). – С. 72-82 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/123456789/7498>
2. Мороз Л.А. Стратегічний аналіз маркетингового потенціалу підприємства / Л.А. Мороз, Т.В. Лебідь. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – С. 45–50.
3. Тягунова Н.М. Маркетинговий потенціал роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації України / Н.М. Тягунова, З.О. Тягунова // Наук. вісн. Полтавського ун-ту споживчої кооперації України. – 2010. – № 4. – С. 172–178.
4. Хаустова К.М. Сучасний стан та проблеми інноваційного розвитку промислових підприємств України/ К.М. Хаустова // Науковий вісник Мукачівського технологічного інституту. – 2006. – № 2. – С. 167–172.

Автор

Пасько Марина Іванівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
 pasko.maryna77@gmail.com

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 339.1:658.8

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КЛІЄНТСЬКИЙ ДОСВІД»

Трушкіна Н. В., к.е.н., Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна,

Шкригун Ю. О., Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна

Анотація — Проаналізовано й узагальнено наукові підходи до визначення поняття «клієнтський досвід». Запропоновано цифрову стратегію трансформації клієнтського досвіду, реалізація якої сприятиме одержанню синергетичного ефекту.

Ключові слова — клієнтський досвід, логістичний сервіс, обслуговування споживачів, трансформація, цифрова економіка.

На даний час до першочергових завдань стратегічного управління підприємств віднесено клієнтський досвід і підвищення його якості. Особливо це актуально в умовах цифровізації економіки. Як показує опитування 13 тис. клієнтів, яке проведено компанією Accenture Digital, 2 із 3 споживачів змінюють постачальника послуг через низький рівень якості обслуговування. За оцінками Gartner, 9 із 10 компаній сьогодні конкурують у першу чергу за показником «якість логістичного обслуговування клієнтів». Опитування 528 керівників і фахівців з проблем стратегічного управління цифровими трансформаціями, яке здійснено консультаційною компанією Altimeter-Prophet, показало, що основні зусилля спрямовано на вдосконалення системи контактів зі споживачами (54% експертів). Компанією PwC спільно з експертами британського економічного дослідницького інституту Oxford Economics доведено, що інвестування в цифрову трансформацію сприяє насамперед поліпшенню якості обслуговування клієнтів (40% респондентів). Головними цілями цифрової трансформації, на думку 100 ІТ-керівників великих компаній з фінансової, телекомунікаційної, нафтогазової та інших сфер економіки, названо, насамперед, підви-

щення задоволеності клієнтів (58% респондентів).

Отже, в останнє десятиріччя відбувається кардинальна трансформація концепції маркетингу в напрямі індивідуального підходу до клієнта, суть якого полягає в реалізації заходів не масового, а індивідуального маркетингу, що концентрується насамперед на потребах споживачів. Йдеться про переорієнтацію з «економіки поодиноких трансакцій» у напрямі до «економіки взаємовідносин» [1]. З огляду на це, проблеми управління взаємовідносинами зі споживачами та трансформації клієнтського досвіду в контексті цифрового простору залишаються актуальними і вимагають подальших досліджень. І у першу чергу, це стосується уточнення термінологічного апарату з обраної тематики дослідження.

Узагальнення трактувань понять «обслуговування споживачів», «логістичне обслуговування», «логістичний сервіс», «управління взаємовідносинами зі споживачами» дозволило зробити висновок, що на даний час в економічній літературі не існує єдиної точки зору стосовно формулювання даних термінів. Це обумовлено тим, що науковці є представниками різних наукових шкіл зі своїми підходами й особливостями.

Трактування обслуговування споживачів як філософії управління відображає роль маркетингу, орієнтованого на задоволення потреб і попиту, тобто клієнтоорієнтованості. М. Крістофер і Х. Пек [2] відзначають, що обслуговування клієнтів охоплює всі випадки контакту постачальника та покупця. Найчастіше під терміном «обслуговування клієнта» розуміється міра відносної оцінки виконання замовлень; філософія діяльності, яка у

стратегічному сенсі формує потенціал стійких конкурентних переваг [3, с. 296].

Існує наукова думка стосовно доцільності використання в науковому обігу терміна «логістичне обслуговування споживачів», під яким розглядається важлива складова процесу обслуговування, що дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб споживачів за умови підтримки ефективного рівня витрат у ланцюзі постачань [4, с. 26].

У монографії [1] запропоновано визначення логістичного обслуговування клієнта в електроенергетиці як сукупності функцій і видів діяльності всіх підсистем підприємства, що забезпечуватиме зв'язок «підприємство – споживач» за кожним матеріальним та інформаційним потоком за показниками номенклатури, якості, кількості, ціни, місця і часу надання продукції відповідно до потреб ринку. Логістичне обслуговування споживачів може розглядатися як сервіс для клієнта. Під ним у зарубіжних джерелах [5, с. 34], розуміється баланс між пріоритетом високоякісного обслуговування споживачів і супутніми витратами. До того ж логістичний сервіс нерозривно пов'язаний із розподілом та є комплексом послуг, що надаються у процесі постачання товарів споживачам [6]. Як відмічають К. Таньков, Ю. Леонова та О. Бахурець [7], логістичний сервіс є пропозицією різних комбінацій логістичних послуг споживачам обладнання відповідно до існуючих способів його використання протягом усього терміну експлуатації.

Цікавим є підхід Н. Чухрай [8], яка пропонувала трактувати це поняття як певний вид діяльності зі створення споживчої користі, який здійснюється при виконанні замовлень споживачів і спрямований на задоволення їх потреб.

Значне розмаїття формулювань дефініції «обслуговування споживачів» дало змогу їх умовно систематизувати за такими групами [9]: філософія, концепція, діяльність, процес. Вчені під цим терміном розуміють філософію управління; концепцію бізнесу, яка акцентує увагу на процесі задоволення споживачів; процес створення вигід, що містять додану вартість; процес, спрямований на уп-

равління ланцюгами постачань; ступінь оцінки виконання замовлення; філософія діяльності; контакт постачальника та покупця; сфера діяльності; сукупність видів діяльності, спрямованих на задоволення потреб клієнтів; робота з надання послуг; діяльність, спрямована на створення споживчої користі; можливість забезпечення необхідного рівня задоволення потреб клієнтів.

Разом з тим, аналіз наукових джерел свідчить, що в останні роки у науковий обіг введено поняття «клієнтський досвід». Зараз розроблено безліч методик оцінювання цифрової зрілості підприємств, однією із складових яких є клієнтський досвід. Наприклад, за результатами обстеження, проведеного центром цифрового бізнесу МІТ і компанією Capgemini Consulting, виділено три ключові сфери цифрових перетворень у понад 400 великих компаній з різних галузей: клієнтський досвід, операційні процеси та бізнес-моделі.

Незважаючи на те, що термін «клієнтський досвід» стає популярним, немає його загальноприйнятого визначення. Як правило, ця категорія розглядається як партнерство між клієнтом і компанією; відповідність обслуговування компанії очікуванням клієнтів; сприйняття клієнтами їх взаємодії з компанією; бізнес-дисципліна, яку пов'язано з проектуванням й управлінням цими взаємодіями; цінність, яка накопичується, коли формуються партнерські взаємовідносини з клієнтами через спілкування, довіру, лояльність і рекомендації; загальний досвід взаємодії між компанією та клієнтом; поєднання свідомих і несвідомих аспектів відвідування, угоди або продукції тощо.

У результаті проведених досліджень [10-15] встановлено, що для трансформації клієнтського досвіду доцільно розробляти й реалізовувати цифрову стратегію на засадах клієнтоорієнтованості, яка має включати такі елементи: використання інформаційних інструментів і digital-каналів (CRM-система, електронні бізнес-платформи, програмні продукти, ІТ, різні цифрові канали); формування якісно нової культури маркетингових комунікацій (інтеграція CRM-систем в ІТ-архітектуру компаній; інтеграція цифрових

каналів маркетингової комунікації в єдину систему); напрями підвищення якості клієнтського сервісу (формування клієнтоорієнтованого мислення; переорієнтація на клієнта при розробці продуктів і послуг; комплексна модернізація бізнес-процесів; цифровізація, машинне навчання і роботизація для підвищення ефективності та швидкості бізнес-процесів; оптимізація організаційної структури; трансформація моделей поведінки клієнтів. Впровадження даної цифрової стратегії дозволить одержати синергетичний (економічний, соціальний і екологічний) ефект.

У подальших дослідженнях планується визначити поняття «управління клієнтським досвідом» і напрями трансформації клієнтського досвіду в умовах цифрової економіки.

Список використаної літератури

1. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C: монографія / С. Крикавський, З. Люльчак, Я. Циран, І. Петецький. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. 232 с.
2. Кристофер М., Пэк Х. Маркетинговая логистика. Пер. с англ. Москва: Издательский Дом «Технологии», 2005. 200 с.
3. Крикавський С.В. Логістика. Основи логістики. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2006. 456 с.
4. Економіка логістичних систем: монографія / М. Васелевський, І. Білик, С. Крикавський та ін. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2008. 596 с.
5. Бауэрске Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд. Пер. с англ. Москва: Олимп-Бизнес, 2017. 640 с.
6. Ельдештейн Ю.М. Логистика. URL: http://www.kgau.ru/distance/fub_03/ eldeshtein/logistika/02_07.html (дата звернення: 21.02.2021).
7. Таньков К.М., Леонова Ю.О., Бахурець О.В. Логістика. Харків: ХНЕУ, 2011. 132 с.
8. Чухрай Н. Логістичне обслуговування. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2006. 292 с.
9. Залозна Ю.С., Трушкіна Н.В. Удосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств України в умовах нестабільності попиту: теорія і практика: монографія / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2020. 166 с.
10. Koev S.R., Tryfonova O., Inzhyievska L., Trushkina N., Radieva M. Management of Domestic Marketing of Service Enterprises. *IBIMA Business Review*. 2019. Vol. 2019. P. 1-13. <https://doi.org/10.5171/2019.681709>.
11. Trushkina N. Transformation of customer relationship management in the digital economy. *Digital economy and digital society: monograph* / Edited by T. Nestorenko, M. Wierzbik-Stronska; Katowice School of Technology. Katowice: Wydawnictwo Wyzszej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2019. P. 311-316.
12. Трушкіна Н.В., Рынкевич Н.С. Клиентоориентированность: основные подходы к определению. *Бизнес Информ.* 2019. № 8. С. 244-252. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-8-244-252>.
13. Hryhorak M., Trushkina N., Popkowski T., Molchanova K. Digital transformations of logistics customer service business models. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*. 2020. Vol. 1. P. 57-75. <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2020-1-6>.
14. Трушкіна Н.В. Клиентоориентированный подход до логистического сервиса в условиях информационной экономики. *Бизнес Информ.* 2020. № 6. С. 196-204. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-196-204>.
15. Trushkina N., Bezpartochna O., Shkrygun Yu. Priority directions for development of digital marketing in the conditions of globalization. *Pandemic Economic Crisis: Changes and New Challenges to Society: scientific monograph* / edited by M. Bezpartochnyi; VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia: VUZF Publishing House "St. Grigorii Bogoslov", 2020. P. 227-238.

Автори

Трушкіна Наталя Валеріївна, к.е.н., старший науковий співробітник відділу проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва, Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ (trushkina@nas.gov.ua).

Шкригун Юлія Олегівна, аспірантка, Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ (shkrigun.y@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.286

УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСЬКИМ ПРОЦЕСОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сігаєва Тетяна Євгеніївна, к.е.н, доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна,
Лапкін Євген Сергійович, студент кафедри менеджменту, логістики та інновацій,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Для удосконалення управління транспортно-складським процесом на підприємствах можуть бути використані такі методи моделювання як: теорія ігор, теорія черг або теорія масового обслуговування, моделі управління запасами, моделі лінійного програмування, імітаційне моделювання тощо.

Ключові слова — моделювання, процес, склад, транспорт, управління.

Управління транспортно-складським процесом підприємства передбачає організовану роботу всіх підрозділів та служб підприємства, що може бути успішно досягнуто завдяки використанню певних методів та моделей. Методи управління транспортно-складським процесом можна поєднати у дві групи: методи моделювання, методи мотивації [2].

Необхідність широкого використання моделювання транспортно-складського процесу пояснюється в першу чергу складністю збутової діяльності. Для удосконалення управління транспортно-складським процесом на підприємствах можуть бути використані такі методи моделювання як:

- теорія ігор;
- теорія черг або теорія масового обслуговування;
- моделі управління запасами;
- моделі лінійного програмування;
- імітаційне моделювання тощо.

Загалом усю множину логістичних моделей можна представити як сукупність фізичних, аналогових та математичних моделей.

Фізична модель дозволяє представити процес (явище), що вивчається, як правило, в мініатюрі. Наприклад, мініатюрні моделі складів та транспортних засобів дають можливість змоделювати транспортно-складські процеси. Подібні моделі наочні, узгоджені в часі, просторі, але об'єктивно обмежені лише фізичним розподілом товарів, складовими якого є склади, транспортні засоби, комерсанти, перевізники тощо.

Аналогова модель подає транспортно-складський процес через аналог, що сприймається як реальний процес, але не має вигляду такого. Це можуть бути графіки (сіткові графіки і моделі), рисунки (план-карти розміщення об'єктів), схеми (організаційні структури) тощо. Поширеним прикладом аналогової моделі є організаційна схема взаємодії усіх учасників процесу. Аналогова модель значно простіша за фізичну, тому ширше використовується. Основний її недолік – слабка уява про результати і ресурси на їх досягнення [4].

Математична модель, або символічна, будується на описі реального збутового процесу за допомогою певних символів, що характеризують всі основні ознаки системи. За наявності достатньої і достовірної інформації, швидкодіючої обчислювальної техніки і відповідного програмного забезпечення математичні моделі дають змогу досить точно моделювати управління транспортно-складським процесом підприємства в цілому, так і окремі його елементи (стадії).

Навіть ідеальна модель не приносить бажаного результату, якщо в її реалізації не будуть зацікавлені виконавці. Інтерес до досягнення поставлених цілей виникає під впливом спонукальних мотивів, тобто моти-

вації. Різноманітність мотивів необмежена, як не лімітовані кількість учасників транспортно-складського процесу та число факторів, що впливають на їх поведінку. З певним ступенем абстракції всі способи мотивації в межах транспортно-складського процесу можна звести до двох груп: матеріальні, соціально-правові.

Успіх транспортно-складського процесу значною мірою визначається узгодженням інтересів (мотивів) усіх його учасників, націленістю цих мотивів на досягнення кінцевих результатів.

Ефективність управління транспортно-складським процесом на підприємстві характеризується показниками роботи складу та транспорту.

Для оцінки ефективності роботи складів і пошуків способів її підвищення розраховуються різноманітні техніко-економічні показники [5]:

- розмір вантажообігу;
- пропускна спроможність складу;
- раціональне використання площі й місткості складу;
- собівартість переробки 1 т вантажів;
- рівень продуктивності праці і рівень механізації робіт.

Оптово-складський товарообіг – це важливий показник, що характеризує роботу складу за певний період часу (місяць, квартал, рік). Він показує суму реалізованих товарів зі складу в грошовому виразі як в загальному обсязі, так і за окремими товарними групами.

Місткість складу показує, яку максимальну кількість товарів можна одночасно зберігати на складі (в тис. грн. або т). Пропускна спроможність складу перебуває у прямій залежності від величини коефіцієнта швидкості обороту товарів. Під коефіцієнтом швидкості обороту розуміють відношення річного (квартального, місячного) обороту товарів до середнього залишку його на складі за цей самий період. Чим більший коефіцієнт швидкості обороту, тим краще працює склад, а це означає, що з меншими товарними запасами склад забезпечує безперебійне постачання своїх покупців.

Розмір експлуатаційних витрат за рік включають в себе: річну зарплату робітників, які обслуговують обладнання, й адміністративно-технічного персоналу; річні витрати на електроенергію; річні витрати на мастильні та інші допоміжні матеріали; річні відрахування на амортизацію і ремонт обладнання; річні відрахування на амортизацію і ремонт складських будівель і споруд.

Собівартість переробки однієї тонни вантажів визначається при ручній і механізованій переробці вантажів і використовується для розрахунку економічного ефекту від упровадження засобів механізації. Основними напрямками зниження собівартості переробки складських вантажів є механізація складських операцій, підвищення продуктивності механізмів і ефективніше їх використання.

Загальний обсяг робіт включає як механізовані роботи, так і ті, що виконуються вручну.

Підвищення рівня механізації вантажно-розвантажувальних і складських робіт досягається за рахунок удосконалення технологічних процесів і впровадження сучасного підйомно-транспортного обладнання, що сприяє зростанню продуктивності праці, економії робочої сили і зниженню собівартості переробки вантажів.

Транспортні засоби та транспортні комунікації характеризуються високою капітальністю. Тому цілком справедливим є твердження більшості вчених-економістів, про те, що висока інвестиційна складова з транспорту виправдовується тільки при ефективному його використанні.

Будь-який вид транспорту володіє своєю власною системою показників, яка сформувалась історично й відбиває його унікальність і неповторність, ураховує техніко-економічні й інші особливості. Однак багато показників є загальними для всіх видів транспорту.

Список використаної літератури

1. Авраменко О.В. Організація складського господарства на підприємстві та напрямки його вдосконалення / О.В. Авраменко, Д.О. Бородай // Управління розвитком. – 2014. – №1(64). – С. 102-105.

2. Гандурський А. В. Переваги впровадження ІТ-систем управління складом на прикладі WMS LOGISTIC VISION SUITE в логістичному комплексі ROSHEN / А. В. Гандурський // Science Rise. – 2017. – № 1 (6). – С. 37–39

3. Клунко Н. С. Місце транспортно-складської логістики на підприємстві [Електронний ресурс] / Н. С. Клунко // Экономические науки. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/9_DN_2018/Economics/60627.doc.htm.

4. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Підконтрольні показники логістичної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Матвієнко-Біляєва Г. Л. // Ефективна економіка. – 2016. – № 8. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4243>

5. Сігаєва Т. Є. Методичні положення управління логістичними системами в системі операційного менеджменту / Т.Є. Сігаєва // Соціально-економічний розвиток в контексті міжнародної інтеграції. – 2017. – №26 (15) С. 98 – 102.

6. Співак Я. О. Система транспортно-складської логістики на підприємстві як фактор оптимізації поточкових процесів [Електронний ресурс] / О. Я Співак // Scientific World. – 2018. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer36/41.pdf>

7. Шкодінна О.С. Стан сучасного ринку складської нерухомості [Електронний ресурс] / О.С. Шкодінна //

Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2015. – №623. – С. 279-274. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2015_623/40.pdf

8. Інформаційна система управління складом WMS : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.emc-wms.ru>

Автори

Сігаєва Тетяна Євгенівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (tetiana.sigaieva@gmail.com).

Лапкін Євген Сергійович, студент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (zhenyalapkin@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 11 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.841

ВЕНДИНГ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА В УМОВАХ COVID-19

Томах Вікторія Володимирівна, к.е.н., доц, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Розглянуті чинники зовнішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність підприємства та зміни які вони перенесли в наслідок пандемії Covid-19. Особлива увага звернена на товарні ринки та запропоновано збільшити увагу на розроблення та впровадження такого каналу розподілу як вендингові апарати.

Ключові слова — канали збуту, конкурентні переваги, конкуренто-спроможність, підприємство, Covid-19.

Своєчасне та якісне формування конкурентних переваг українськими підприємствами, що відповідають останнім вимогам споживачів, є головною умовою утримання та зайняття гідного місця на національному та міжнародних ринках. Водночас сучасні зовнішні умови, а саме розповсюдження пандемії Covid-19 та перехід багатьох організацій до роботи, в тому числі і зі споживачами, в форматі *onlain* важливе місце зайняла здатність менеджерів підприємства до пошуку нових каналів та форм збуту.

В економічній, як вітчизняній так і зарубіжній літературі зустрічається значна кількість праць присвячених питанням конкурентоспроможності підприємств саме в період В. Ю. Світлична тощо Covid-19. Даним питанням займалась значна кількість вчених серед яких можна відмітити: О. В. Виноградову, С. В. Мікуляк, І. М. Вагнер, І. І. Демко, Ю. В. Білявська, Н.В. Микитенко. Водночас питання щодо втримання конкурентоспроможності підприємства в період пандемії Covid-19 залишається відкритим.

Зміни як в зовнішньому середовищі так і в діяльності самого підприємства, що призводять до зміни розміру прибутку підприємств

ва відносяться до чинників конкурентоспроможності. В науковій літературі всі чинники конкуренто-спроможності прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні. Саме зовнішні чинники конкурентоспроможності під час пандемії Covid-19 понесли суттєві зміни, що призвело до необхідності суттєвих змін в організації діяльності будь-якого підприємства незалежно від розміру чи то галузевої приналежності.

До основних чинників зовнішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність підприємства відносять:

- державну політику;
- правове середовище;
- монополізацію економіки;
- економічні умови;
- ресурсний потенціал;
- соціальні умови;
- товарні ринки;
- ринкову інфраструктуру [4].

Всі вищезгадані чинники в період пандемії Covid-19 підверглись суттєвим змінам. Так, в роботі Виноградової О. В. і Мікуляк С. В. [3] проведено аналіз змін, що відбулись з даними чинниками в наслідок пандемії. Було визначено, що жоден із них не залишився беззмінним.

Так, що стосується державної політики, то зміна даного чинника полягала в зміні пріоритетів розвитку країн, в призупиненні запланованих реформ та переходу державної політики до використання більш авторитарних методів тощо.

На законодавчому рівні в багатьох країнах були прийняті цілі низки законодавчих актів, що регулюють життєдіяльність і населення і діяльність підприємств під час пандемії Covid-19.

Значно погіршилися економічні умови ведення господарської діяльності підприємств,

загострилась конкуренція та відбулось банкрутство значної кількості малих підприємств.

Суттєвим випробуванням підвергся й такий чинник зовнішнього середовища як соціальні умови: значний відсоток населення став безробітним саме у зв'язку з неможливістю ведення діяльності підприємствами під час Covid-19.

Що стосується чинника – розвиток ринкової інфраструктури, то він отримав нові можливості для вдосконалення та реконструкції своїх складових.

І тільки такий чинник, як ресурсний потенціал отримав можливість до «перезавантаження», що пов'язано зі скороченням світового виробництва та як наслідок зменшення забруднення навколишнього середовища.

Зупинимось більш детально на такому чиннику зовнішнього середовища, як товарні ринки. В ньому відбулось зміщення акцентів в напрямку онлайн торгівлі. Так, пандемія призвела до зменшення, інколи й до припинення, як міжнародного сполучення, так і до транспортного сполучення в державі, що підставило під загрозу існування значної кількості існуючих каналів розподілу продукції і зумовило підприємства до пошуку нових.

Також пандемія внесла свої корективи й до технологій обслуговування населення. Важливою стала можливість безпечного безконтактного обслуговування споживачів і саме це призвело до збільшення популярності торгівлі за допомогою вендинга (торгівля через автомати). Популярність даної форми пояснюється можливістю здійснення торгівельних операцій з мінімальним контактом споживача з поверхнями та сторонніми людьми, що в умовах пандемії є особливо необхідним.

Дана форма торгівлі є досить поширена в розвинутих країнах, в той час як в Україні на неї приходиться менше 1 %. Так, світовим лідером з використання вендингових апаратів є Японія в якій більше 76 % всіх покупок здійснюється саме через торгівельні апарати. І в той час, як в Україні на 1 автомат приходиться близько 5000 осіб, у Франції такий показник складає – 100 осіб, у США – 35 осіб, в Японії – 23 особи [5].

Якщо в Україні найбільш розповсюджені вендингові апарати з продажу кофе та снєків, то в країнах Європи, США та Японії в таких автоматах можна купити майже все. Тут є й продукти харчування, в тому числі свіжа піца, фермерські продукти, сири, випічка, картопля фрі, свіже м'ясо; іграшки, корм для тварин, парасолька, косметика, нижня білизна, суші і морепродукти, і навіть мобільні телефони, побутову техніку, туристичні пухлячки, золоті злитки вагою до 1 кг тощо.

Така популярність вендингу в різних країнах обумовлено наявністю ряду суттєвих переваг, а саме:

якість обслуговування клієнтів завжди однакова (відсутність людського чинника);

кількість персоналу мінімальна;

відсутність додаткових приміщень;

незначний розмір торгової площі;

робота 24/7;

мінімізація контакту з поверхнями, що набуває важливого значення під час пандемії Covid-19.

Таким чином, вендингова торгівля має ряд переваг і частковий переніс уваги з традиційних каналів розподілу до вендингової торгівлі надасть змогу отримати додаткові конкурентні переваги під час пандемії covid-19.

Список використаної літератури

1. Білявська Ю.В. Вендинг в умовах пандемії covid-19: зарубіжний та вітчизняний досвід / Ю. В. Білявська, Н. В. Микитенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2020. – Випуск. 40. – С. 13 – 18

2. Вагнер І. М. Вплив covid-19 на економічний розвиток малого і середнього бізнесу в Україні / І. М. Вагнер, І. І. Демко // Теоретичні засади та макроекономічні аспекти розвитку фінансових систем. – Вісник університету банківської справи. – 2020. – № 1 (37). – С. 59 – 66.

3. Виноградова О. В., Мікуляк С. В. Чинники впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств в умовах covid-19 / О. В. Виноградова, С. В. Мікуляк // International Scientific Journal “Internauka” [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.internauka.com/uploads/public/15923963393152.pdf>

4. Ладунка І. С. Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств / І. С. Ладунка, М. І. Братанов // Економіка і суспільство. 2016. №5. С. 189–194.

5. Офіційний сайт Асоціації вендингового бізнесу. URL: <http://vendingukraine.com.ua>.

6. Світлична В. Ю. Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень / В. Ю. Світлична // Комунальне господарство міст. – 2020. – том 5. – випуск 158. – С. 24-31.

Автори

Томах Вікторія Володимирівна, доцент
ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

СЕКЦІЯ 3

Управління персоналом:
найкраща практика і новітні технології

УДК 377.3:316.77

ВИКОРИСТАННЯ МЕТАПРОГРАМ ДЛЯ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦЯ

Аграмакова Наталія Володимирівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — у роботі досліджено можливість використання метапрограм для розвитку комунікативної компетенції фахівця будь якої сфери. Вміння їх розпізнавати та використовувати в процесі розмови дозволить скоріше дійти до порозуміння, більш повно задовольнити потреби співрозмовника та свої власні, отримати більший результат від комунікації.

Ключові слова — комунікація, комунікативна компетентність, метапрограма.

Сучасний світ все більше вимог висуває до професійних компетентностей фахівця та все більшу значущість серед них займає комунікативна компетентність. І хоча для певних професій вона не є hard-скіллом, однак навіть для програмістів, останнім часом, вона стає вкрай важливою. Комунікативна компетенція стає важливим навиком для більшості професій. Залежно від того, наскільки фахівець розуміє потреби колег, клієнтів та інших суб'єктів комунікації, така буде ефективність їх взаємодії, рівень задоволення їх потреб, досягнення мети.

Комунікативна компетентність досліджується багатьма вченими: А. Борисенко, Т. Бутенко, А. Веретенниковою, Т. Вольфовською, О. М. Гончаровою, М. Згурською, В. В. Коваленко, В. Нароліною, Г. Різаходжаєвою, Н. М. Самборською, О. Тур, Т. В. Хомою та ін. Метапрограми використовуються фахівцями з управління персоналом. Однак, на думку автора, їх використання потрібно розширити до фахівців будь-якого напрямку, для яких важливим є ефективне використання комунікативної компетенції.

Незважаючи на низку наукових праць, проблема використання метапрограм для розвитку саме комунікативної компетентності фахівців не була достатньо досліджена.

Отже, висвітлення даної проблеми і зумовлює вибір теми даної роботи.

Мета статті – використання метапрограм для розвитку комунікативної компетентності фахівців.

За енциклопедичним словником, «комунікація» (латинське communicatio, від communico – «роблю загальним, зв'язую, спілкуюся») – 1) шлях повідомлення, зв'язок одного місця з іншим; 2) спілкування, передача інформації від людини до людини [4].

На думку Т. В. Хоми: «Основним критерієм успішного формування комунікативних умінь є здатність зрозуміти, ставити й розв'язувати різні за характером комунікативні завдання, тобто вміння правильно й оптимально використовувати мовленнєво-мисленнєву діяльність у процесі спілкування» [5].

Термін "комунікативна компетенція" був введений американським антропологом Д. Хаймс (D. Hymes, 1972). Він вважав, що висловом притаманні свої правила, яким підкоряються правила граматики та засвоєння яких забезпечує здатність користуватися мовою в процесі комунікації.

О. М. Гончарова надає наступне визначення поняття «комунікативна компетентність» – це інтегративна якість особистості, що виявляється в її готовності здійснювати ефективну комунікацію у різних ситуаціях [2]. Однак, окрім готовності, фахівець має володіти певними навичками, які дозволять йому вести ефективні комунікації.

В даній роботі детально будуть розглянуті метапрограми як один з важливих інструментів розвитку комунікативної компетенції фахівців різних сфер діяльності.

В процесі діалогу, щоб бути почутим, важливо використовувати мотиваційні слова співрозмовника. Всі люди різні, але існує

кілька основних діапазонних характерних для людини ключових моделей мислення, що називаються метапрограми. І якщо використовувати слова, що впливають на мотиваційні сили і мислення співрозмовника, то можна акцентувати увагу людини на інформації, що має для неї цінність і сенс. Використовуючи таку установку, можна дослідити і застосувати в спілкуванні ті метапрограми співрозмовника, увага до яких дає найбільшу комунікативну ефективність [1]. Дана робота буде ґрунтуватися на розроблених підходах Мерилін Аткінсон.

Перша метапрограма називається «процедури / можливості»:

а) для людини з орієнтацією на можливість, важливо бачити альтернативу або нові можливості в кожній ситуації. Їй важко працювати за чітко визначеними процедурами, їй потрібна самостійність при виконанні завдань. Для такої людини важливо донести можливості, які перед нею відкриваються. Не розписувати детально весь шлях – це її налякає та дестимулює. Вона наділена здатністю придумувати нові процедури і знаходити «новий, кращий спосіб». Мотивована до дослідження та використання можливостей різного роду досвіду;

б) для людини, орієнтованої на процедури, важливо детально розповісти намічений план дій. Вона буде його чітко дотримуватися та не бачити можливостей для його розвитку і розширення. Її мотивуючими словами будуть «потрібно», «повинен», «робити правильно», «тільки так». Вона буде використовувати лише перевірені методи. Така людина мало продуктивна в ситуаціях, де немає хорошої організації та планування дій [1].

Друга метапрограма – «мотивація к» / «мотивація від»:

а) людина з метапрограмою «до» підтримує увагу та інтерес до своєї мети і рухаються у напрямку до того, що вона хоче, що їй потрібно. У мові вона використовує позитивні пропозиції, наприклад, «я хочу це». Вона часто говорить про те, що рухає її до цілей та бачить те, що потрібно зробити для цього;

б) людина з метапрограмою «від» звертає увагу на перешкоди і на те, чого вона не хоче. Рухається в напрямку від того, чого вона

уникає. У своїй мові вона використовує заперечення, наприклад, «я цього не хочу». Часто говорить про те, як уникнути чогонебудь; про проблеми, від яких треба позбутися; що заважає досягненню цілей. Отже, при комунікації з такими людьми, важливо також використовувати речові обороти з мотивації «від» [1].

Третя метапрограма – «глобальний / детальний»:

а) люди з метапрограмою «глобальна орієнтація» схильні робити загальний огляд завдань і подій. Фокусувати увагу на глобальній інформації і загальному часу роботи. Вони вільно говорять про направлення та цілі, використовують абстрактні приклади і велику рамку. Можуть опускати деталі, щоб зберегти фокус уваги на загальній ідеї. Деталі для них другорядні;

б) люди з метапрограмою «детальна орієнтація» схильні описувати детальні компоненти завдання. Фокусують увагу на деталях роботи. Можуть використовувати послідовну рамку для детального опису кожного кроку («спочатку це, потім те тощо»). Використовують конкретні приклади і власні імена, щоб докладніше описати деталі того, хто, що, коли, де і як робив. Для них недостатньо поставити лише завдання, їм потрібно надати багато уточнюючих деталей. Чим детальніше їм все розписати, тим краще буде результат [1].

Четверта метапрограма – «схожість / відмінність»:

а) люди з метапрограмою «схожість» у всьому намагаються знайти схожість з чимось знайомим. У роботі віддають перевагу рутині, стабільності, тому, що повторює розпорядок. Можуть все життя залишатися на одній роботі, роблячи кожен день одне й те ж. Насилу адаптуються до змін цілей або розпорядку дня. Можуть відчувати дистрес і навіть звільнитися, якщо на роботі занадто багато чого змінюється. Надійні у виконанні роботи, якщо оточення залишається постійним, і багато повторюється;

б) люди з метапрограмою «схожість з розвитком» приймають деякі зміни, якщо тільки вони не відбуваються занадто часто. Намагаються знайти поліпшення, тобто, шукають періодичну варіабельність і відмінності,

прагнуть до еволюційного розвитку. У роботі люблять те ж саме або схоже, але покращене або вдосконалене. Прагнуть до зручних поступових змін;

в) люди з метапрограмою «відмінності та зміни» отримують велике задоволення, коли знаходять щось нове, революційне, незвичайне. Намагаються всюди побачити щось нове або знайти зміни та відмінності. У роботі намагаються створювати прототипи і відкривати нове. Насилу адаптуються до повторюваної роботи [1].

П'ята метапрограма – «внутрішня / зовнішня рамка референції».

а) людина з метапрограмою «внутрішня рамка референції» сама встановлює свої цілі, сама вирішує, використовує власні критерії для вибору цілей. Цінує знання, які отримує з внутрішнього джерела. Вважає, що вона все дійсно знає. Вона постійно вирішує сама, як потрібно виконувати роботу і як вести проєкт. З такими клієнтами та співробітниками працювати вкрай важко;

б) людина з метапрограмою «зовнішня рамка референції» весь час приймає вказівки інших людей. Рішення за неї приймають інші. При виборі цілей використовує оцінки і висновки інших людей. Для неї вкрай важлива зовнішня перевірка. Вона живе з впевненістю, що інші знають краще за неї. Добре працює під керівництвом інших людей і вважає за краще використовувати їх думку про цілі, про методи їх досягнення і про оцінку успішності роботи [1].

Шоста метапрограма – «сама / інші».

а) основним моментом уваги є вона сама. У більшості взаємодій увага цієї людини, в першу чергу, спрямовується на її власний досвід і внутрішню оцінку. Вона часто приділяє першочергову увагу точності змісту і своїм власним почуттям або оцінками;

б) основним моментом уваги є інші люди. Ця людина перш за все розуміє спілкування з іншими людьми за допомогою невербальних реакцій людей. У будь-якій взаємодії її автоматична увага залишається за поведінкою іншого; вона продовжує сканувати їх фізичні відповіді [1].

Сьома метапрограма – «проактивна / рефлексивна» (метапрограма про дію):

а) проактивний член команди ініціює, стрибає і продовжує. Він мотивований такими фразами, як «Давайте зробимо це», «Зроби це» і «Час діяти».

б) людина рефлексії чекає, поки інші почнуть діяти, перш ніж робити які-небудь дії. Їй може знадобитися багато часу, щоб прийняти рішення, чи вона може ніколи не зробити жодних дій [1].

У роботі досліджено можливості використання метапрограм для розвитку комунікативної компетенції фахівця будь якої сфери. Вміння їх розпізнавати та використовувати в процесі розмови дозволить скоріше дійти до порозуміння, більш повно задовольнити потреби співрозмовника та свої власні, отримати більший результат від комунікації.

Список використаної літератури

1. Аткинсон М. Жизнь в потоке: Коучинг / Мэрилин Аткинсон; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – (Серия «Трансформационный коучинг: Наука и искусство»). – 330 с.
2. Гончарова О. М. Сутність поняття "професійно-комунікативна компетентність" фахівців сфери туризму [Електронний ресурс] / О. М. Гончарова // Молодий вчений. – 2020. – № 4(1). – С. 134-138. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_4\(1\)_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_4(1)_31)
3. Коваленко В.. Комунікативна компетентність як складова професійної компетентності соціального працівника [Електронний ресурс] / В. В. Коваленко, Д. В. Марценюк // Молодий вчений. – 2020. – № 4(1). – С. 75-77. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_4\(1\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_4(1)_19)
4. Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії імені Г.С. Сковороди; [редкол.: В.І. Шинкарук (голова) та ін.]. – Київ : Абрис, 2002. – VI, – 742 с.
5. Хома Т. В. Комунікативна компетентність, її складові [Електронний ресурс] / Т. В. Хома // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія : Педагогіка та психологія. – 2018. – Вип. 1. – С. 203-206. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdupp_2018_1_59

Автор

Аграмакова Наталія Володимирівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(nataagramakova@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 03 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 316.334.22

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ «360 ГРАДУСІВ» В УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИМ КЛІМАТОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ачкасова Оксана Вікторівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна,

Агавердієва Халіда Фаїддіновна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Проаналізовано питання, що стосуються соціально-психологічного клімату в колективі, його впливу на різносторонню оцінку персоналу та шляхи поліпшення неформальних зв'язків у професійних групах. Для удосконалення процесу управління соціально-психологічним кліматом організації запропоновано застосування методу «360 градусів».

Ключові слова — соціально-психологічний клімат, колектив, методи оцінювання персоналу, тимбіндинг, колектив.

На сучасних підприємствах працівників спонукають, мотивують, створюють їм гідні умови та більш демократичне управління. Це відбувається для того, щоб знизити плинність кадрів, зміцнити колектив та зацікавити професіоналів у просуванні кар'єрною драбиною саме на цьому підприємстві. Для формування стабільного колективу з міцними взаємозв'язками та високим професійним рівнем застосовуються різноманітні заходи. В організаціях проводиться моніторинг соціальної сфери, регулярні анкетування працівників, практикуються психологічні прийоми у процесі управління.

Тема управління соціально-психологічним кліматом в організації та реалізації потенціалу командної роботи відображена в наукових розробках багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як: Бобінкін С.А. [1], Грішнова О. А. [2], Куріна Н. С. [3], Лаптев В.І. [4], Максименко С. Д. [5], Ярмлюк Д.І. [6] та ін. Не зважаючи на велику кількість наукових робіт, недостатньо дослідженими залишаються внутрішні фактори, а саме впли-

ву індивідуальних особливостей працівників на стан соціально-психологічного клімату.

Основою сучасного бізнесу є робота в команді. В комплексі з високими темпом роботи в окремих фірмах утворюється своєрідний соціум. Працівники компаній проводять разом настільки багато часу, що мають значний вплив на процеси формування характеру, настрою, навіть здоров'я один одного. Проводячи значну частину життя на робочому місці, людина безумовно починає залежати від соціально-психологічного клімату в трудовому колективі. У компаніях, де працівників відбирають прямо з вищих навчальних закладів, ця ситуація посилюється, у молодих людей під впливом колективу продовжує формуватися особистість, що впливає на подальше життя. Окрім впливу на соціальне середовище працівника, психологічний клімат також зумовлює продуктивність та інші показники праці [5]. Все це обумовлює важливе значення удосконалення роботи організації у напрямку збільшення вагомості соціальних чинників у процесі праці та управління соціально-психологічним кліматом.

Одним з головних етапів управління соціально-психологічного клімату є його аналіз, під час якого досліджується загальна атмосфера, психологічний стан кожного працівника, а також виявляються неформальні лідери та ізгої. Найважливіша особливість моральної сторони соціально-психологічного клімату в тому, що він дає найбільш інтегральну й динамічну характеристику психічного стану всіх проявів життя колективу, тому що акумулює в собі в остаточному підсумку взаємодію всіх факторів і компонентів колектив-

ного життя: самопочуття й діяльності, керівництва й лідерства тощо.

У першу чергу на стані клімату відбиваються всі досягнення або, навпаки, прораханки колективу в цілому і його керівництва зокрема. Будь-яка дія члена колективу, особливо негативного характеру, позначається на стані морально-психологічного клімату, деформує його. І навпаки, кожне позитивне управлінське рішення, позитивна колективна дія поліпшують морально-психологічний клімат [1].

Аналіз соціально-психологічного клімату дозволяє визначити його загальний стан та розподілити членів колективу на тих, чия робота проходить в комфортних морально-психологічних умовах і тих, кому важко знаходитися в трудовому колективі, що може безпосередньо відобразитися на результатах праці. Для аналізу використовується перелік особливих критеріїв, наприклад: задоволеність; продуктивність; теплота; дружність тощо. Даний перелік може бути типовим або формуватися залежно від потреб організації.

З метою удосконалення управління соціально-психологічним кліматом рекомендується визначити вплив стану клімату на результати роботи працівників. Для цього, перш за все, потрібно провести ділове оцінювання персоналу. Потрібно відмітити, що єдиної універсальної та загальноприйнятої методики для вирішення всього комплексу завдань, які ставляться перед оцінкою персоналу, не існує. Тому підприємства розробляють власні програми оцінювання або користуються типовими методиками й рекомендаціями аналогічних підприємств. У більшості літературних джерел оцінювання персоналу ототожнюються з процедурою проведення атестації (в деяких джерелах ці слова навіть вважаються синонімічними) [2]. Слід відзначити, що саме атестація використовується на більшості вітчизняних підприємств для оцінки персоналу. Під час проведення атестації використовуються різні методи оцінки. Одним із найбільш ефективних серед сучасних методів оцінки є метод «360 градусів». Його також називають «круговою оцінкою», бо про співробітника висловлюється не тільки його безпосередній начальник, а й підлеглі,

колеги, а в деяких випадках і клієнти. Причому дані висловлювання носять конфіденційний характер, що дозволяє отримати максимально об'єктивні оцінки. Крім того, сам співробітник заповнює лист самооцінки.

На основі результатів аналізу соціально-психологічного клімату колективу та оцінювання професійного рівня його співробітників доцільно визначити якості працівників, які є чинниками, що гальмують чи стимулюють розвиток колективу як об'єкту управління. Це можливо зробити на основі кореляційного та регресійного аналізу даних щодо результатів оцінювання працівників та комплексної оцінки соціально-психологічного стану клімату за всіма аналізованими критеріями. Для покращення соціально-психологічного клімату в організації керівництво має звернути увагу на значущі параметри клімату, що мають найбільший вплив на результативність та професійний рівень співробітників, та якості працівників, що, у свою чергу, стимулюють чи гальмують розвиток колективу.

Для покращення соціально-психологічного клімату та створення міцної команди рекомендується проведення заходів з тимблдингу.

На даний час тимблдинг є однією з перспективних моделей корпоративного менеджменту, що забезпечують повноцінний розвиток компанії, і є одним з найбільш ефективних інструментів управління персоналом. Командне будівництво спрямовано на створення груп рівноправних фахівців різної спеціалізації, які спільно несуть відповідальність за результати своєї діяльності і на рівних засадах здійснюють розподіл праці в команді [6]. Необхідно відзначити, що тимблдинг допомагає компанії не тільки збільшити продуктивність праці, але і налагодити внутрішньофірмове життя підприємства. Тільки по-справжньому єдиний колектив здатний досягати величезних результатів і домагатися високих показників. Жодна інша концепція не здатна вирішити це завдання так, як концепція тимблдинга [4].

Після проведення заходів з покращення соціально-психологічного клімату через деякий час доцільно повторити аналіз клімату

та професійного рівня персоналу. Особливу увагу необхідно звернути на ту частину працівників, у яких виникали складнощі у роботі в колективі. Якщо їх показники оцінювання покращилися, то тимбілдинг був дійсно ефективним рішенням їх проблем у колективі. Якщо ж покращення не спостерігається, то слід переглянути необхідність цих людей для компанії, так як спроби створити більш комфортні умови не дали жодних результатів. Для частини працівників, що демонструвала достатньо показники оцінювання та була задоволена роботою у колективі, тимбілдинг виступає додатковим стимулом для формування дружніх відносин у колективі. Однак, тимбілдинг може не подіяти на працівників, що не надто задоволені колективом, але демонструють високі показники праці. Їх результати не залежать від колективу і вони самі не налаштовані на створення контактів. Ці працівники живуть окремо від колективу і саме така ситуація є для них своєрідною зоною комфорту.

Узагальнюючи все вищезазначене, процес управління соціально-психологічним кліматом організації з урахуванням оцінок професійного рівня його співробітників доцільно представити у вигляді такої послідовності етапів:

1. Аналіз соціально-психологічного клімату
 - 1.1. Визначення індивідуальних оцінок клімату працівниками
 - 1.2. Визначення комплексної оцінки соціально-психологічного клімату
2. Оцінювання персоналу методом «360 градусів»
3. Визначення значущих параметрів клімату, що мають найбільший вплив на результативність та професійний рівень співробітників
4. Визначення якостей працівників, що гальмують чи стимулюють розвиток колективу як об'єкту управління.
5. Покращення соціально-психологічного клімату
 - 5.1. Соціальне прогнозування
 - 5.2. Соціальне планування
 - 5.3. Моральне стимулювання
 - 5.4. Тимбілдинг

Таким чином, запропонована послідовність етапів управління соціально-психологічним кліматом, що, окрім відомих етапів аналізу та покращення клімату, передбачає проведення оцінювання персоналу методом «360 градусів» та визначення найбільш значущих параметрів клімату, що мають найбільший вплив на результативність та професійний рівень співробітників, а також якості працівників, що, у свою чергу, стимулюють чи гальмують розвиток колективу.

Список використаної літератури

1. Бобинкин С. А. Социально-психологические особенности формирования климата в трудовом коллективе / С. А. Бобинкин, Н. С. Акатова // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – №60-4. – С. 409 – 412.
2. Грیشнова О.А. Оцінювання персоналу: сучасні підходи до забезпечення ефективності / О. А. Грیشнова // Управління людськими ресурсами: проблеми, теорії та практики. – 2010. – № 7. – С. 42 – 50.
3. Куріна Н. С. Особливості оцінки персоналу в новій економічній ситуації / Н. С. Куріна, В. В. Рівненська // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – №2 (60). – 2012. – С. 207 – 211.
4. Лаптев В. І. Мотивування персоналу в системі менеджменту сучасного вітчизняного підприємства / В. І. Лаптев // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. – 2015. – Вип. 15(2). – С. 49-52.
5. Максименко С. Д. Загальна психологія: навч. посіб / С. Д. Максименко, В. О. Соловієнко. – К., 2000 – 256 с.
6. Ярмолюк Д. І. Тимбілдинг як один із ефективних методів управління персоналом / Д. І. Ярмолюк, Д. І. Хлуп'янець, І. В. Яблонська // Економіка та управління підприємствами. – 2020 – Випуск 3 (20) – С. 152–156.

Автори

Ачкасова Оксана Вікторівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (oksana.achkasova@m.hneu.edu.ua).

Агавердієва Халіда Фаїдівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (agaverdieva@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 02 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 330.322:331.101.262

СТРАТЕГІЯ ІНВЕСТИВАННЯ В ЛЮДСЬКІ РЕСУРСИ : РОЛЬ, ВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Гончарова Світлана Юріївна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна,
Гончаров Андрій Борисович, к.е.н., доцент, ХДАК, м. Харків, Україна

Анотація — узагальнено специфіку управління людськими ресурсами. Уточнено види, визначено особливості інвестування в людські ресурси. Розглянуто цілі та завдання системи розвитку людських ресурсів.

Ключові слова — людські ресурси, стратегія, інвестування, розвиток людських ресурсів, управління, інтелект, кваліфікація.

Стратегічним орієнтиром сталого та динамічного соціально-економічного прогресу держави є соціально орієнтована економіка, одним із головних генераторів якої є людські ресурси. Увага до збереження та розвитку людських ресурсів тісно пов'язана з тими очікуваннями, які сьогодні покладаються на їх ефективне використання.

Зростаючі вимоги до якості людських ресурсів в умовах знаннеорієнтованої економіки у всіх сферах суспільного виробництва диктують необхідність розробки і використання сучасних інноваційних підходів до управління їх розвитком.

Саме тому актуальності набувають питання обґрунтування стратегії інвестування в людський розвиток та створення конкурентоспроможних людських ресурсів.

Метою дослідження є уточнення соціально-економічної ролі, видів та особливостей стратегії інвестування в людські ресурси з ціллю підвищення ефективності їх використання.

Концепція людського розвитку є особливим і унікальним інтелектуальним продуктом – теоретичною системою, орієнтованою на принципи і практику державного управління, згідно з якими держава і економіка існують та функціонують з метою постійного розвитку суспільства.

Специфіка управління людськими ресур-

сами обумовлена тим, що кожна людина є:

носієм інтелекту, у зв'язку з чим її реакція на управлінські впливи керівництва є інтелектуально та емоційно-усвідомленою, тому процес взаємодії між керівництвом і працівником є постійним та необхідним;

здатною до постійного вдосконалення і розвитку професійних навичок, що є найбільш важливим джерелом підвищення ефективності діяльності будь-якої організації;

носієм ефекту тривалості економічно активного життя, яке продовжується в сучасному суспільстві 30–50 років, в зв'язку з чим відносини між працівником і підприємством можуть носити довгостроковий характер;

усвідомлено націленою на досягнення особистих цілей, вона чекає від підприємства надання можливостей і сприяння в їх реалізації в обмін на задоволення результатами взаємодії;

унікальною особистістю, в зв'язку з чим реакція працівників підприємства на один і той же метод управління або мотивації може бути і, як правило, є різною.

Підходи до розвитку людських ресурсів швидко змінюються завдяки впровадженню і застосуванню різних інноваційних кадрових технологій.

Теоретичні засади управління людськими ресурсами знайшли відображення у працях таких вчених, як: Макконел Н., Брю С. [2], Грішнова О.[1], Піщуліна О. [3].

За своїми характеристиками людські ресурси суттєво відрізняються від інших видів ресурсного забезпечення, тому вони вимагають використання особливих підходів, методів і технологій управління.

Сутність розвитку людських ресурсів, як складної економічної категорії, спостерігається в цілях та основних завданнях їх функ-

ціонування (табл. 1).

Таблиця 1

Цілі та завдання системи розвитку людських ресурсів

Цілі	Завдання
Забезпечення кадрового резерву (головним чином підготовка майбутніх керівників)	Підвищення кваліфікації з метою підвищення якості продукції, правильного використання, техобслуговування і ремонту засобів виробництва
Інноваційний вплив (залучення персоналу в сферу раціоналізаторства і винахідництва)	Підготовка і перепідготовка кадрів, навчання сучасним технологіям
Гнучкість (забезпечення взаємозамінності працівників на робочих місцях)	Здатність до комунікації, роботи в групі
Ідентифікація (навчання розглядається як засіб підвищення ідентифікації працівників зі своєю організацією)	Усвідомлення значення зростаючої ролі трудової, технологічної, фінансової, виробничої робочої дисципліни в змісті точного виконання дій, що забезпечують безпомилкову роботу технічної установки чи підрозділу підприємства
Інтеграція (розвиток навичок співпраці, комунікативних зв'язків, розуміння загальних і особистих завдань в будь-якій діяльності)	Формування відповідальності як системної якості співробітника і розвиток її видів
Конкурентоспроможність, тобто визнання працівника з боку внутрішнього і зовнішнього оточення (колеги, керівництва)	Самостійний розвиток персоналу своїх професійних навичок і знань

Питання стратегії інвестування у розвиток людських ресурсів розглядаються у роботах Н. Макконела, С. Брю, акцентуючи увагу на провідній та визначальній ролі інвестицій в людський капітал: "Інвестиції в людський капітал – це будь-яка дія, яка підвищує кваліфікацію робітників" [2]. Утім, питання інвестування в людські ресурси залишаються недостатньо висвітленими в літературі.

Глибоке та сутнісно наповнене визначення інвестицій у людський капітал наводить О. Грішнова: «Інвестиції в людський капітал – це стратегічно орієнтовані витрати коштів інвесторів, а також часу та зусиль людини на формування та розвиток її продуктивних характеристик (здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, соціальної відповідально-

сті) з метою підвищення ефективності їх використання і, як результат, отримання економічних та соціальних переваг їх власником і його нащадками, іншими інвесторами» [1].

Тож, інвестиції в людські ресурси – це вкладення в зростання і розвиток персоналу; це можливість зайвий раз показати зацікавленість в співробітниках, це можливість виростити власних професіоналів.

Доведено, що вкладення в персонал є найбільш вигідними в довгостроковому плані.

Якщо проаналізувати структуру стратегічних довгострокових інвестицій в економічно розвинених країнах, то можна зробити висновок про зміни процесу інвестування з активних вкладень в інновації, обладнання і технології на інвестування в підготовку і розвиток наукового, технологічного та управлінського персоналу. Наприклад, за оцінками Світового банку, в Японії на нові технології і обладнання витрачається 8% ВВП, а на освіту і перепідготовку персоналу – 16%, в США ця частка ще вища за 20% ВВП. В Австралії і Канаді, що мають величезні природні ресурси і порівняно невелику чисельність високоосвіченого населення, частка людського капіталу становить близько 20% від продуктивних багатств цих країн [3], утім в Україні цей показник значно менший, що є бар'єром для входження нашої держави до складу розвинених країн.

На нашу думку, інвестиції в людські ресурси не обмежуються підвищенням кваліфікації, хоча це вважається одним з головних напрямків інвестування. Їх ділять на наступні види:

інвестиції підвищення кваліфікації персоналу. Це курси перепідготовки, семінари та майстер-класи. Хоча мета такого навчання – підвищення професіоналізму та продуктивності співробітника; це також дає належну мотивацію;

захист здоров'я передбачає витрати на забезпечення комфортної роботи, профілактики захворювань та медичне обслуговування. Хворий співробітник знижує продуктивність компанії, тому заходи, які допомагають зробити персонал здоровим і фізично міцним, підуть підприємству на користь. Наприклад, сучасні компанії часто сплачують абонементи у фітнес-клубах для працівників;

організація дозвілля. Корпоративи та тимбилдинг роблять співробітників зацікавленими у продуктивній роботі компанії. Культурні заходи підвищують корпоративний дух співробітників, роблять їх згуртованими;

витрати на мобільність. Деякі компанії знімають офіси далеко від транспортних вузлів. Тоді вони беруть на себе турботу про перевезення співробітників. Менеджерам вищої ланки виділяють автомобілі з водієм, решта персоналу розвозить автобус.

Окремо можна виділити способи інвестицій в персонал, не пов'язані з грошима. Це може бути гнучкий графік, відсутність внутрішньої бюрократії і навіть подяка. Все це підвищує корпоративний дух персоналу, зручні умови змусять його триматися за робоче місце.

Слід зазначити, що стратегія інвестування в людські ресурси має ряд особливостей, що суттєво відрізняє його від інших різновидів інвестування:

суттєвий вплив на інвестування в людські ресурси здійснює етап працездатного життя конкретної особи. Тобто чим раніше здійснюються вкладення в людину, тим швидше вони починають давати віддачу. Утім, потрібно мати на увазі, що більш якісне та постійне інвестування приносить більш значний та довготривалий ефект;

людські ресурси мають здатність до примноження та накопичення, при цьому вони підлягають моральному та фізичному зносу. Відмінна властивість людських ресурсів – їх природний (фізичний) знос або старіння людини та її психофізіологічних функцій. Інша відмінна властивість – моральний знос через старіння знань, професії, кваліфікації, навичок і, навіть, здобутої освіти. Тобто зміна та накопичення людського капіталу здійснюється в процесі здобуття нових знань, самоосвіти, підвищення кваліфікації, опанування нової професії. Якщо цей процес здійснюється постійно і є безупинним, то в міру використання людських ресурсів його якісні і кількісні характеристики розвиваються та покращуються;

для людських ресурсів у процесі накопичення людського капіталу в активному періоді працездатності спостерігається зростання його прибутковості, яка починає зменшуватися

зі зниженням трудової активності людини;

у процесі формування та розвитку людських ресурсів спостерігається ефект підвищення кваліфікації та розширення поля знань як того, хто навчає, так і того, хто навчається, що у кільцевому рахунку збільшує загальну ефективність використання людських ресурсів;

процес інвестування у людські ресурси у кожній країні пов'язаний з національними, культурними особливостями і традиціями. Так, рівень освіти і вибір професії дітьми значною мірою нерідко від сімейних традицій, а також професії рівня освіти батьків;

інвестування у людські ресурси у порівнянні з іншими інвестиціями є більш вигідними як для окремої особистості, так і для суспільства в цілому.

Перспектива подальших наукових досліджень у даному напрямі полягає в розробці дієвого аналітичного інструментарію для оцінки ефективності стратегії інвестування у людські ресурси.

Список використаної літератури

1. Грішнова О.А. Зарубіжний досвід фінансування освіти та перспективи його застосування в Україні // Наукові праці НДФІ. – К., 2000. – Вип. 10-11. – С. 214-222.
2. Макконнелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : учебник / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – 17-е изд. – Москва : ИНФРА-М, 2009. – 915 с.
3. Развитие людського капіталу: на шляху до якісних реформ // Центр Разумкова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf.

Автори

Гончарова Світлана Юріївна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(svitlana.honcharova@hneu.net)

Гончаров Андрій Борисович, доцент кафедри менеджменту та адміністрування, Харківська державна академія культури
(andrejgoncharov@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 31 січня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК [364:331.5]:578.834.1

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Дем'яненко Аліна Анатоліївна, PhD, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Узагальнено та проаналізовано зарубіжний досвід реалізації тимчасових спеціальних програм соціального захисту для збереження зайнятості населення в умовах впливу пандемії. Виявлено слабкі та сильні сторони запровадження деяких програм в Україні.

Ключові слова — безробіття, зайнятість, соціальна безпека, соціальний захист.

Поширення пандемії Covid-19 вплинуло на всі сфери суспільного життя, у тому числі на економічне благополуччя переважної частини населення. Крім підвищення рівня загроз життю і здоров'ю населення, наслідки пандемії та заходи протидії поширенню захворюваності поглибили проблеми у соціально-економічній сфері. Проблема зростання рівня безробіття знову стала однією із найгостріших з моменту виникнення пандемії. У країнах ОЕСР із початку поширення Covid 19 рівень безробіття зріс з 5,36% у лютому 2020 р. до 6,88% у грудні 2020 р. (тобто на 28,4%). [10]. В Україні, за даними Державної служби статистики, у період з I кв. 2020 р. (наприкінці якого було запроваджено загальнодержавний карантин) рівень безробіття населення складав 8,6 %, однак у III кв. 2020 р. збільшився до 9,3% [1]. До інших соціально-економічних проблем слід віднести зниження рівня доходів населення, затримки із виплати заробітної плати, підвищення рівня бідності тощо.

Міжнародні організації та уряди різних країн світу відіграють вирішальну роль у вирішенні цих проблем, забезпечуючи соціальну безпеку, економічний добробут населення і стійкість функціонування підприємств. Підвищення захисту та безпеки людини і суспільства від несприятливих наслідків пан-

демії передбачає розроблення ефективних заходів, які дають змогу вирішити не лише проблеми у сфері охорони здоров'я, які є найважливішими на даний час, а й прискорити відновлення економіки та суспільного розвитку. Такі заходи мають включати, перш за все, розроблення і реалізацію спеціальних програм зі зміцнення системи соціального забезпечення задля запобігання потрапляння у «зону» бідності як вразливих груп, так і усього населення країни, а також підтримку функціонування підприємств і сприяння загальної економічної стійкості.

Деякі країни вже реалізували низку тимчасових спеціальних програм для збереження зайнятості, запобігання зростанню безробіття та пом'якшення економічної кризи, а саме:

короткострокова зайнятість, або схеми переведення на неповний робочий день;

«тимчасові звільнення», також відомі як «примусові» відпустки за власний рахунок;

інші додаткові заходи, які включають екстрену допомогу від уряду, стимулювання заходів із професійної перепідготовки, послаблення вимог та правил для призначення соціальної допомоги; збільшення розміру допомоги або підтримки роботодавців; послаблення доступу до пільг; розширення пільг для працівників із короткостроковою зайнятістю тощо.

Аналіз тимчасових спеціальних програм соціального захисту для збереження зайнятості та підтримки самозайнятих (табл. 1) демонструють унікальну особливість «кризи Covid-19», забезпечення виходу із якої потребує швидкого реагування уряду, роботодавці і працівників на виклики сьогодення, і, водночас, прискореного подолання загроз. Узагальнюючи зарубіжний досвід реалізації тимчасових програм соціального захисту у

сфері зайнятості, слід зауважити, що в Україні ці заходи є обмеженими в охопленні і потребують значного удосконалення для вчасного та ефективного реагування на виклики пандемії.

Таблиця 1

Перелік заходів соціального захисту у сфері зайнятості в умовах пандемії

№ п/п	Перелік тимчасових спеціальних програм соціального захисту	Приклади країн, у яких реалізуються програми	Реалізація програм в Україні
1	Тимчасове підвищення розміру допомоги по безробіттю	Іспанія, Німеччина, Франція	Відповідно до збільшення розміру соціальних стандартів
2	Пом'якшення вимог для отримання допомоги на випадок неповної зайнятості та хвороби	Англія, Іспанія, Китай, Німеччина, США	Запроваджено [4; 6]
3	Підтримка самозайнятих (податкові пільги, виплати)	Англія, Іспанія, Латвія, Литва, Чехія	Запроваджено [2]
4	Адресні програми із забезпечення додаткової фінансової підтримки для соціально вразливих груп	Австрія, США	Запроваджено частково [4; 6]
5	Тимчасові державні компенсації заробітної плати для приватного сектора за «простоті»	Англія, Італія, Іспанія, Латвія, Німеччина, Франція, Литва та ін.	Виплата допомоги по частковому безробіттю [5]
6	Субсидії по догляду за дитиною до 6 років в період закриття закладів загальної середньої освіти	Італія, Німеччина, Франція	Спрощено порядок надання субсидій для витрат ЖКГ [7]
7	Стимулювання професійного навчання та перепідготовки	Австрія, Данія, Іспанія, Німеччина	Відсутня інформація
8	Тимчасове зниження ставки податку на прибуток та / або на доходи фізичних осіб	Іспанія, США	Запроваджено частково [3]
9	Тимчасова заборона на звільнення працівників, що мотивуються дією пандемії	Італія, Іспанія	–
10	Одноразова допомога усім одержувачам соціальної допомоги	Австрія, Гонконг	–
11	Списання кредитів при зниженні доходів та збільшення лімітів «екстрених кредитів»	Японія	–

Слід зауважити, що переважна більшість реалізованих програм мають тимчасовий період функціонування у напрямі збереження зайнятості, але в умовах невизначеності, деякі заходи поступово «вплитаються» у модель розвитку вітчизняного ринку праці. З огляду на це, уряду варто враховувати можливості фінансового забезпечення функціонування тимчасових спеціальних програм та наслідки від поступової втрати їх чинності.

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Деякі питання виплати соціальної допомоги на дітей фізичним особам – підприємцям: постанова КМУ від 25.11.2020 р. № 1171. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1171-2020-%D0%BF#Text>.
3. Податковий Кодекс України, остання ред. від 17.12.2020 р. №1117-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
4. Про внесення змін до деяких законів України щодо соціального захисту населення на період дії карантину, встановленого КМУ з метою запобігання поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19): Закон України від 02.12.2020 р. №1030-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1030-20#Text>.
5. Про зайнятість населення: Закон України ост. ред. від 20.12.2020 р. №5067-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>.
6. Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні: Закон України ост. ред. від 20.12.2020 р. № 875-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text>.
7. Про спрощення порядку надання населенню субсидій для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг, придбання скрапленого газу, твердого та рідкого пічного побутового палива: постанова КМУ від 21.10.1995 р. № 848. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-95-%D0%BF#Text>.
8. ISSA. (2021). Coronavirus country measures. URL: <https://www1.issa.int/coronavirus/country-measures>.
9. OECD (2020). Unemployment Rates. URL: <https://www.oecd.org/sdd/labour-stats/>

Автори

Дем'яненко Аліна Анатоліївна, викладач кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (daa22@ukr.net).

Тези доповіді надійшли 10 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658:338.2

ФАКТОРИ ПОКРАЩЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ РОБОЧОГО ЧАСУ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

Дибач Інна Леонідівна, д.е.н., доцент, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, Україна

Анотація — в роботі проведено аналіз факторів, що впливають на тривалість трудової діяльності науково-педагогічних працівників. Визначено, що вагомою передумовою ефективності праці науково-педагогічних працівників є рівень використання ними робочого часу. Ключовими чинниками тривалості трудових процесів та ефективного виконання обов'язків науково-педагогічних працівників є: виконувані види робіт, рівень володіння і використання комп'ютерної техніки, стабільність робочого місця та рівень розумової активності.

Ключові слова — заклади вищої освіти, науково-педагогічний персонал, тривалість праці, фактори, ефективність використання робочого часу.

Глобальні трансформації у вищій школі, що сталися в наслідок пандемії та наступної економічної кризи, змушують керівництво закладів вищої освіти (ЗВО) особливу увагу приділити переосмисленню підходів до забезпечення якості надання освітніх послуг. Не викликає заперечень той факт, що визначальну роль у цьому процесі відіграє особистий вклад науково-педагогічних працівників (НПП) ЗВО. За цих умов, вкрай актуальним виглядає дослідження факторів, що мають вплив на ефективність праці науково-педагогічних працівників.

Важливість зазначеного питання підтверджується численними зверненнями науковців до цієї тематики. Так, в роботах Аніпко Л. [1], Бабовала Н. [2], Остапчук Т. [5] опрацьовано теоретичні аспекти підвищення ефективності праці. Розробці теорій та процедур стимулювання праці присвячено публікації

Гриценка І. [3], Захарчука Н. [7], Парсяка В. [6], та інших. В той самий час, вплив тривалості трудових процесів на ефективність діяльності НПП опрацьовано недостатньо. В умовах всебічних метаморфоз, що охопили процес надання освітньої послуги вітчизняними ЗВО, поглибленого дослідження потребують фактори, що впливають на ефективність використання робочого часу НПП.

Найбільш вірогідним джерелом інформації в цьому питанні є, як на нас, бачення та висновки самого науково-педагогічного персоналу ЗВО. Проведення польових досліджень на базі провідних установ вищої освіти Харківщини, розгорнуті результати яких наведено у [4], дозволяють констатувати, що трудомісткість виконуваних НПП робіт за нормами часу є генеральною передумовою їх зацікавленості професією та має бути покладено в основу системи стимулювання праці.

Відомості наведені у [4] свідчать про наявність значної узгодженості респондентів щодо окреслення впливу окремих факторів ефективності використання робочого часу НПП на трудовий процес. Так, серед найвагоміших чинників названо:

- характер робіт, які складають зміст праці;
- кваліфікацію НПП та здатність застосовувати знання й компетенції;
- рівень володіння і використання комп'ютерної техніки конкретним НПП;
- стаж роботи НПП;
- рівень розумової активності НПП;
- індивідуальна інтенсивність праці.

За результатами побудованої багатофакторної економетричної моделі встановлено, залежність тривалості праці НПП від кваліфікації; якості роботи, яка виконується працівником залежно від його здатності викори-

стовувати професійні компетенції в процесі трудової діяльності; підвищення кваліфікації НПП [4]. Та визначено, що кількості разів підвищення кваліфікації не є значущим параметром.

За допомогою кореляційно-регресійного аналізу визначено вплив на продуктивність праці стажу роботи НПП. При цьому досліджено залежності ефективності діяльності працівника від: загального стажу роботи НПП; кількості відпрацьованих років на даній кафедрі; кількості років, відпрацьованих на посаді, яку НПП займає. Проведені розрахунки [4] засвідчили, що найвпливовішим є показник «кількість років, відпрацьованих НПП на посаді, яку він займає», другий за вагомістю показник – «кількість відпрацьованих років НПП на даній кафедрі», та найменший вплив здійснює «загальний стаж НПП».

Під час проведення аналізу трудових процесів НПП у ЗВО за допомогою хронометражних досліджень були отримані два ряди кількісних показників [4], а саме, 1-й ряд: норми часу на підготовку навчальних планів та робочих навчальних планів відповідних освітньо-професійних та освітньо-наукових програм; 2-й ряд показників: рівень розумової активності, виражений у % (відсоток напруженої роботи мозку під час виконання трудового процесу НПП в загальній кількості оперативного часу). Для визначення впливу та тісноти зв'язку між двома рядами показників розраховано лінійний коефіцієнт кореляції, який свідчить про наявність зворотної вельми тісної залежності між нормою часу на виконання трудового процесу з підготовки навчальних планів та робочих навчальних планів та рівнем розумової активності, вираженим у % (відсотком напруженої роботи мозку під час виконання трудового процесу НПП в загальній кількості оперативного часу).

Від так, успіх ЗВО на ринку освітніх послуг передусім залежить від ефективності праці НПП, задіяного у освітньому процесі. Основними чинниками покращення його роботи є характер робіт, що складають зміст

праці; їх кваліфікація та рівень володіння комп'ютерною технікою; стаж роботи; індивідуальна зацікавленість та рівень розумової активності.

Список використаної літератури

1. Аніпко Л. Мотивація підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників [Текст] / Л. Аніпко // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – 2019. – №3(125). – С. 130-140.
2. Бабовал Н.Р. Удосконалення мотивації та стимулювання професійного розвитку науково-педагогічних працівників вищої школи / Н.Р. Бабовал // Чорноморські економічні студії. 2017. – Вип. 17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2017/17_2017/18.pdf
3. Грищенко І.М. Оцінювання ефективності діяльності науко-педагогічних працівників вищого навчального / І.М. Грищенко // Вісник КНУТД. Спецвипуск. Серія «Економічні науки» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7652/1/20171006_Effect_P154-168.pdf.
4. Дибач І.Л. Аналіз чинників інтенсифікації трудової діяльності науково-педагогічного персоналу закладів вищої освіти / І.Л. Дибач // *Комунальне господарство міст*. – 2020. – Вип. 155. – Т. 2. – С. 8–15.
5. Остапчук Т. Мотивація науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти як функція управління персоналом / Т. Остапчук, С. Бірюченко, А. Боровська // *Соціальна економіка*. – 2020. – №6. – С. 181-191.
6. Парсяк В.Н. Заохочення персоналу вищих навчальних закладів до підвищення якості освітніх послуг / В.Н. Парсяк, К.В. Парсяк // *Економіст*. – 2015. – №6. – С.4–7.
7. Zakharchyn H. M. B. Motivation and evaluation of personnel in modern challenging environment / H. M. Zakharchyn, N. P. Lyubomudrova, I.B. Sobol // *Economics, Entrepreneurship, Management*. – 2016. – Vol. 3. – № 1. – P. 31–34.

Автори

Дибач Інна Леонідівна, заступник декана факультету економіки моря, доцент кафедри економіки та організації виробництва, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова (inna.leonidivna@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 351:316.4

КОНФЛІКТИ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Єрмоленко Олексій Анатолійович, к.е.н, доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна,

Єрмоленко Оксана Олександрівна, к.е.н., ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — у дослідженні розглянуті основні причини виникнення конфліктів у публічному управлінні, здійснена класифікація конфліктів. Також запропоновано ряд заходів щодо попередження виникнення, врегулювання діючих конфліктів та недопущення їх у майбутньому.

Ключові слова — конфлікт, конфлікти у публічному адмініструванні, сторонни конфлікту, стресова ситуація.

Конфліктні ситуації досить поширене явище в усіх сферах життєдіяльності людини. Починаючи від побуту до вищих управлінських структур. Конфлікти у певній мірі є нормальним явищем. Їх виникнення свідчить про активні процеси спілкування та взаємодії між сторонами. Сьогодні дуже активні процеси відбуваються саме у публічній сфері. Загострення конфліктів між політичними партіями, рухами, гілками влади, публічними організаціями та установами показує нинішній стан розвитку українського суспільства. Отже, дослідження процесів формування, розвитку та подолання конфліктних ситуацій у публічному управлінні допоможе визначити вектори руху сучасного суспільства та можливі альтернативні шляхи його розвитку.

Багато вчених як зарубіжних, так і вітчизняних з різних галузей вивчали природу конфлікту: Г. Андрєєва, Г. Атаманчук, В. Бакуменко, Л. Ємельяно, В. Князєв, Л. Козер, М. Пірен, Г. Прокопенко, О. Шегда та багато інших.

Метою дослідження є вивчення виникнення конфліктних ситуацій у публічному управлінні та пошук шляхів їх подолання.

На сьогодні кількість конфліктних ситуацій у публічному управлінні продовжує зростати, а це загострює і так непросту ситуацію у суспільстві.

Розглянемо позитивні та негативні сторони виникнення конфліктів у публічному управлінні.

Ще з давніх часів конфлікти стали не тільки неодмінним явищем суспільства, але й вагомим стимулом для соціального розвитку, в підґрунті якого знаходиться боротьба за авторитет, владу та престиж.

На думку Л. Козера, «корисність конфлікту у публічному управлінні полягає у стимулюванні соціальних змін, забезпеченні такого характеру соціального розвитку, який допомагає соціальним групам самоідентифікуватися в суспільному середовищі, сприяючи зміцненню та стабілізації соціальних систем» [3].

Позитивним та корисним наслідком конфлікту також є вирішення тієї проблеми, через яку, власне, й виникли суперечності та зіткнення, а також намагання досягти порозуміння та довіри, посилення партнерських зв'язків і співробітництва, приборкання конформізму, прагнення до першості.

Конфлікт послаблює соціальну напруженість та ліквідує стресову ситуацію, допомагає розрядити ситуацію, що виникла.

У пошуках розв'язання конфліктної ситуації здійснюється пошук взаємопорозуміння й відчуття причетності до рішення сумісного завдання.

Вирішення конфлікту допомагає стабілізації соціальної системи, оскільки при цьому зникають джерела невдоволення. Також позитивним моментом слід назвати розвиток у сторін конфлікту подальшої співпраці у майбутньому, адже конфлікт, як правило, врегульовується у результаті тривалої взає-

модії цих сторін. Посилення групової єдності у випадку виникнення міжгрупових конфліктів.

Негативними ж сторонами конфліктів є: зниження продуктивності праці внаслідок погіршення стосунків у колективі організації; погіршення взаєморозуміння між членами організації, дрібні конфлікти можуть тягнути за собою більш масштабні непорозуміння, конфліктні ситуації знижують трудову дисципліну.

Певно, що вказані і негативні, і позитивні наслідки усіх конфліктів не слід розглядати у відриві від конкретної ситуації. Певне співвідношення таких позитивних і негативних результатів конфлікту прямо залежить від їх характеру, що породжує їх причини, а також від майстерного управління конфліктними ситуаціями.

До провідних факторів виникнення конфліктів у публічному адмініструванні слід віднести об'єктивні та суб'єктивні. Об'єктивні фактори – це реально існуючі певні обставини. Об'єктивні ж причини появи конфліктів не залежать від свідомості й волі людей. Трапляється через: ресурси, котрі необхідно ділити, взаємозв'язок завдань, відмінності у меті тощо. Суб'єктивні – це фактори, що зумовлюють конфліктні дії, але, доволі часто вони сумнівні і не мають належної основи для створення конфлікту. Суб'єктивні фактори, як правило, зумовлені певною поведінкою співробітника, його психологічною будовою.

Відомий науковець у галузі державного управління Ковбасюк Ю. В. вважає, що ще одним вагомим фактором у виникненні конфліктів у публічному адмініструванні є «психологічна несумісність працівників, зіткнення їхніх цілей, інтересів, мотивів, потреб, поведінки у процесі співпраці в трудовому колективі» [2].

Розглянемо класифікацію конфліктів через призму публічного управління.

Безконфліктного управління просто не може існувати. Тому назріває необхідність попередження і запобігання розвитку деструктивних конфліктів чи направлення їх у русло вирішення конструктивним методом.

Конфлікти у публічному управлінні вини-

кають постійно і мають різну спрямованість (внутрішні та зовнішні). Зупинимося на декількох різновидах та розглянемо їх сутність.

Організаційний конфлікт – це зіткнення учасників конфліктної взаємодії, викликане несумісністю інтересів, норм поведінки, ціннісних орієнтирів, які виникають внаслідок розбіжності формальних організаційних основ і реальних дій членів колективу [1, с. 240].

Такі конфлікти виникають у випадку суспільних суперечностей, внаслідок неправильного поділу функціональних обов'язків, прав, відповідальності, хибної системи мотивації працівників тощо.

Отже, під організаційним чи організаційно-управлінським конфліктом у державному управлінні необхідно розуміти прояв протиріч у державно-управлінських системах будь-якого порядку, пов'язаних з несумісністю структури, повноважень та ресурсів їх структурних елементів з цілями, завданнями та покладеними на них функціями [5].

Організаційні конфлікти можна розподілити на структурно-організаційні, функціонально-організаційні та суб'єктивні організаційні конфлікти.

У науковому світі дуже широка класифікація конфліктів, що виникають у публічному управлінні. Так, науковець Красіловська З.В. [4] наводить такі групи внутрішніх конфліктів: структурно-організаційні, функціонально-організаційні, ситуаційно-управлінські та особистісно-функціональні. Ця авторка розглядає і зовнішні конфлікти та характеризує їх як конфлікти між гілками влади, між державною владою та опозицією, між різними ланками управлінського апарату, між державою та особистістю та між державою і суспільством.

Як бачимо, класифікація дуже широка і неможливо дати одну універсальну пораду щодо розв'язання усіх видів конфліктів. До кожного типу конфліктів слід підбирати окремі методи подолання ситуацій. Навіть до кожного окремого конфлікту та суперечності слід добирати комплекс заходів, котрі не тільки нормалізують ситуацію, дозволять сторонам досягти позитивного консенсусу, але й здійснять запобігання появі подібних

конфліктів у майбутньому.

У праці [5] науковець зазначає, що усунення особистісно-функціональних конфліктів на державній службі відбувається за допомогою регулювання професійно-кваліфікаційних вимог до державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування шляхом введення конкурсного відбору на публічну службу.

Існує ряд альтернативних способів вирішення конфліктних ситуацій. В Україні вже досить довгий час функціонує ряд правових інститутів, котрі допомагають у розв'язанні спірних ситуацій – це такі як третейський суд, міжнародний арбітраж, посередництво, омбудсмен тощо. Є багато змішаних форм вирішення спорів, котрі можуть бути застосовані для вирішення конфліктів.

Отже, конфлікти, що виникають у публічному управлінні мають велике значення, сповіщаючи владі та суспільству про наявність протиріч, які потребують негайного вирішення; примушують владу переосмислити свої цілі, курс в цілому; заохочують дії, котрі спроможні контролювати стан, вирішити окремі проблеми в управлінському процесі. При підборі способів врегулювання конфліктів слід посилатися на юридичні процедури через конституційні засоби.

Вважаємо, що провідну роль при попередженні та вирішенні конфліктів у галузі публічного управління має відігравати Конституційний Суд зі здійсненням стримуючої, а також попереджувальної функції у розв'язанні державно-правових конфліктів Його діяльність необхідно розцінювати як процес «стримування і противаг», котрі збалансують функціонування гілок влади і мають велике значення у збереженні положень демократичної держави.

Список використаної літератури

1. Буртова Е. В. Конфликтология: учебное пособие / Е. В. Буртова. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 505 с.
2. Ковбасюк Ю. В. Державне управління / Ю. В. Ковбасюк, В. Д. Бакуменко // Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президенті України; наук.-ред. колегія: Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. – К. : НАДУ, 2011. – Т.2.: Методологія державного управління / наук.-ред. колегія: Ю. П. Сурмін (співголова), П. І. Надолішній (співголова) та ін. – 2011. – 696 с.
3. Козер Л. Функции социального конфликта / Л. Козер; пер. с англ. – М. : Идея-Пресс, 2000. – 205 с.
4. Красіловська З.В. Становлення інституту медіації в системі публічного управління: теоретико-правовий аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управ.: спец. 25.00.01 теорія та історія державного управління / З. В. Красіловська; Одеський регіональний інститут з державного управління. – Одеса, 2017. – 20 с.
5. Кирий С. Л. Організаційний конфлікт у публічному управлінні як індикатор необхідності змін / С. Л. Кирий // Державне будівництво : електрон. наук. фах. вид. / Харк. регіонал. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президенті України. – Харків, 2014. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2014_2_4.

Автори

Єрмоленко Олексій Анатолійович, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (oleksii.yermolenko@hneu.net).

Єрмоленко Оксана Олександрівна, доцент кафедри державного управління, публічного адміністрування та регіональної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (oksana.yermolenko@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.3:005.96

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ТРУДОВОЇ АДАПТАЦІЇ МОЛОДІ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Іванісов Олег Вікторович, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — уточнено сутність поняття «трудова адаптація». Розглянуто інструменти трудової адаптації молоді на підприємствах. Запропоновано технологію формування системи трудової адаптації молодих спеціалістів на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова — адаптація, трудова адаптація, наставник, наставництво, стейкхолдери, кадровий резерв.

Безперервні і швидкі зміни в технології вимагають безперервного розвитку персоналу, оскільки знання швидко застарівають. Підприємства найбільш зацікавлені у працівниках зі спеціальними кваліфікаціями, однак ці ж кваліфікації роблять працівників більш мобільними на ринку праці. В бізнес-середовищі, яке постійно змінюється, підприємства вже не можуть гарантувати довгострокової зайнятості. Корпоративна лояльність старого зразка практично відмерла. В таких умовах підприємства повинні мати в своєму арсеналі не тільки сучасні методи підбору персоналу, а й комплекс заходів і процедур, спрямованих на максимально швидку адаптацію молодих спеціалістів. Саме сформована система адаптації молоді може стати однією з конкурентних переваг підприємства, що, з одного боку нівелює негатив відпливності персоналу, а з іншого – забезпечує швидку інтеграцію молодих спеціалістів в бізнес-процеси і його вихід на оптимальний рівень продуктивності в максимально стислі терміни.

Питання розгляду трудової адаптації персоналу знайшли своє відображення у працях видатних науковців. Серед них слід відокремити: А. П. Єгоршина, А. Я. Кібанова, М. І.

Магуру, Є. В. Маслова, Ю. Г. Одегова, С. В. Шекшню [1-6] та ін.

Дослідження цих вчених мають теоретичну значимість, проте подальшого вивчення потребують питання формування системи трудової адаптації молоді.

Метою дослідження є визначення теоретичних особливостей трудової адаптації та формування стандарту підприємства щодо адаптації молодих спеціалістів з використанням сучасних інструментів трудової адаптації працівників на вітчизняних підприємствах.

Розглядаючи питання адаптації працівників на підприємстві зустрічаємо різні трактування цього терміну і передусім «адаптація персоналу» та «кадрова адаптація» («адаптація кадрів»), що зумовлює необхідність обґрунтувати сутність категорії «персонал» і її відмінність від таких понять як «кадри», «людські ресурси» та «трудова ресурси», які в сучасній науковій літературі часто розглядаються як тотожні.

Адаптація персоналу сьогодні переважно розглядається як «процес пристосування персоналу до умов функціонування підприємства» [2].

У вітчизняній науці можемо зустріти також інший погляд, де вживається термін «трудова адаптація» як «комплекс заходів, спрямованих до найшвидшого пристосування новопризначеного фахівця до умов праці, соціального оточення, робочого місця або як «процес пристосування працівника до змісту та умов трудової діяльності, до безпосереднього соціально-психологічного середовища, до можливості вдосконалювати професійні та особистісні якості» [1].

Отже, трудова адаптація персоналу – це цілісний, динамічний, безперервний, віднос-

но стійкий процес перетворення індивідом самого себе і оточуючого середовища організації, який здійснюється внаслідок виникнення між ними протиріччя. Окрім того, адаптація персоналу – це процес, який, по-перше, скерований на підтримання стабільності і рівноваги потреб персоналу і можливостей їх реалізації; по-друге, складається із включення працівників в нове для них професійне середовище і соціальну спільноту, засвоєнні ними професійних умов і норм трудової діяльності і впливу на оточуюче середовище; по-третє, передбачає подолання можливих негативних моментів, ініційованих як організацією, так і самим працівником.

Основним інструментом формування ефективною системи трудової адаптації є впровадження наставництва як інструмента прискореної адаптації молоді на підприємстві.

У даному випадку, система наставництва використовується для [5]:

- підвищення якості підготовки та кваліфікації молодих працівників;

- розвитку у молодих працівників позитивного ставлення до роботи і лояльного відношення до компанії;

- прискорення часу введення співробітника на посаду і процесу досягнення робочих показників, необхідних даної компанії;

- економії часу керівників на навчання молодих співробітників;

- зниження плинності кадрів, зменшення кількості працівників, що звільняються протягом трьох місяців з початку роботи;

- формування кадрового резерву, надання співробітникам можливостей кар'єрного зростання;

- включення складних механізмів мотивації.

Показником оцінки ефективності роботи наставника є виконання молодим співробітником функціональних обов'язків в період терміну адаптації.

Для ефективною дії впроваджених заходів необхідна чітка регламентація процесу трудової адаптації молоді. Тому необхідно мати документ, де буде поетапно прописано межі відповідальності суб'єктів, яких цей процес торкається. Таким документом може бути Стандарт підприємства.

Стандарт підприємства з адаптації розробляється на основі типового стандарту для пристосування до постійно змінюючих ринкових умов господарювання. Він призначений для керівників структурних підрозділів, співробітників підприємства, що призначаються наставниками, співробітників відділу кадрів. В даному документі визначена спрямованість та тривалість процесу трудової адаптації, порядок проведення, суб'єкти, аналіз роботи адаптанта [3].

Наставництво дозволяє співробітнику повністю розкрити свій внутрішній потенціал і використовувати його в інтересах компанії. Тому, на нашу думку, використання наставництва як інструменту прискореної адаптації молодих спеціалістів на вітчизняних підприємствах визначить успіх діяльності організації в цілому.

Визначення функціональної та змістовної сутності наставництва дозволило нам визначити переваги, які дає використання наставництва в управлінні організацією:

- підвищення ефективності управління. Наставництво розвиває професійні якості співробітників і команд (у той час як інші системи управління навіть не прагнуть цього) та дозволяє використовувати ці якості в роботі на благо організації. Таким чином, використання наставництва в управлінні значно підвищує його ефективність;

- оптимізація системи корпоративного навчання. Наставництво – це не навчання, але воно допомагає вчитися. Використання наставництва в управлінні дозволяє багаторазово підвищити ефект від навчання на курсах і тренінгах. Співробітники, що пройшли навчання, легше адаптують отримані знання до специфіки своєї роботи, починають більш активно і ефективно застосовувати отримані знання на практиці;

- узгодження інтересів стейкхолдерів. Наставництво дозволяє поліпшити взаємини у внутрішньому середовищі. Система запитань спрямована на формування інтересів стейкхолдерів та відчуття ними своєї важливості для компанії;

- поліпшення якості життя співробітників. При використанні наставництва, крім поліпшення взаємин, кожен співробітник отримує

більшу емоційну задоволеність від своєї роботи, що просто не може не мотивувати його на якісне виконання своїх обов'язків;

економія часу менеджера. На перший погляд, наставництво вимагає додаткового часу. Але насправді наставництво суттєво економить час керівника. Додаткові витрати часу виникають тільки при навчанні наставництву і на етапі впровадження наставництва як нової системи управління. Надалі співробітники, з якими проводиться наставництво, готові брати на себе відповідальність, їх не треба контролювати, тому в менеджера з'являється час на виконання більш складних функцій, яким раніше не приділялося належної уваги;

творча гнучкість і адаптація до змін. Зростання конкуренції на ринку, інноваційні технології, економічна невизначеність і соціальна нестабільність вимагають все більшої гнучкості та адаптивності. Наставництво дозволяє дуже швидко адаптуватися до змін, що вельми актуально у світі сучасного бізнесу.

Для поліпшення процесу адаптації молодих співробітників до умов праці керівникам підприємств доречно запланувати та провести такі заходи [4]:

1) визначити одного з працівників відділу кадрів відповідальним за проведення процесу адаптації молоді;

2) скласти та затвердити типовий план проведення певних заходів, спрямованих на адаптацію молодих працівників;

3) скласти списки досвідчених співробітників, які за своїми професійними й особистісними якостями можуть бути наставниками;

4) проводити професійно-психологічну підготовку наставників до відповідної діяльності;

5) проводити індивідуальні бесіди керівника і наставника з молодим працівником;

6) залучати психолога до консультативної роботи стосовно адаптації, проводити рольові ігри, спрямовані на підвищення рівня згуртованості колективу.

Процес управління адаптацією є важливим елементом для успішної діяльності персоналу і всієї організації в цілому. Великим плюсом для підприємства є наявність фахів-

ців з проведення адаптаційних заходів, з використанням відповідних програм, з урахуванням особливих властивостей нових працівників. Таким чином, адаптація є важливим напрямком щодо професійного становлення працівників. Адаптація сприяє встановленню контактів на робочому місці, що надалі веде до продуктивнішої взаємодії та безпосередньо позначається на результатах праці [6].

Наставництво – це не теорія, це, перш за все, практика. Практика не складна в освоєнні, але при цьому на рідкість ефективна. Щоб переконатися в цьому, менеджеру достатньо тільки спробувати застосувати наставництво у своїй роботі, і результат неодмінно буде позитивним.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що їх впровадження сприятиме підвищенню ефективності адаптації молоді, і як наслідок, забезпечить ефективну діяльність підприємства. Положення і рекомендації даного дослідження допоможуть у вирішенні основних проблем щодо формування системи трудової адаптації молоді на вітчизняних підприємствах.

Список використаної літератури

1. Егоршин А.П. Управление персоналом. – Н. Новгород: НИМБ. – 2001. – 210 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. Кибанова А.Я. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М. – 2002. – 564 с.
3. Магура М.И. Оценка работы персонала: Подготовка и проведение аттестации / Под ред. М.И. Магура, М.Б. Курбатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Интел. – 2005. – 320 с.
4. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. – М.: Инфра-М, 2009. – 318 с.
5. Одегов Ю.Г., Карташова Л.В. Управление персоналом, оценка эффективности. – М.: Изд-во «Экзамен». – 2002. – 256 с.
6. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации: Учебно-практическое пособие – СПб.: Изд-во «Теринвест». – 2000. – 368 с.

Автори

Іванісов Олег Вікторович, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Ivanisovoleg@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 1 березня 2021 року.

Опубліковано одноосібно.

УДК 364.017

УМОВИ ТА ПРИНЦИПИ ВСТАНОВЛЕННЯ ВІДНОСИН СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА

Малюкіна Анастасія Олександрівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — В статті висвітлені питання умов та принципів встановлення відносин стратегічного партнерства. Розглянуті основні цілі соціального партнерства та його принципи побудови.

Ключові слова — партнерство, соціальне партнерство, стратегічне партнерство, політика соціального партнерства.

Узагальнення міжнародного досвіду, позицій експертів і парламентаріїв дозволяє сформулювати умови та принципи встановлення відносин стратегічного партнерства.

По-перше, це наявність принципово важливих для країн-партнерів стратегічних цілей, досягнення яких в рамках звичайної співпраці неможливо, але можна здійснити лише шляхом виведення відносин на рівень стратегічного партнерства. Такими цілями можуть бути:

забезпечення господарського комплексу життєво важливими ресурсами (енергетичними, товарними, фінансовими);

забезпечення надійного та безпечного доступу до життєво важливих регіонів;

спільне вирішення проблем безпеки (протидія наркозлочинності, нелегальної міграції, контрабанді зброї та наркотиків, агресивного сепаратизму, тероризму).

По-друге, наявність спільних поглядів і підходів щодо ключових проблем міжнародної політики, глобального і регіонального розвитку. Стратегічне партнерство передбачає поглиблене розвиток міждержавних контактів як правило не в одній, а в декількох важливих сферах [1].

Відносини стратегічного партнерства будуються на наступних принципах [2]:

загальна зацікавленість партнерів у плідній співпраці, взаємне визнання стратегічного характеру відносин;

готовність враховувати інтереси іншої сторони, йти на компроміси для досягнення стратегічних цілей, навіть якщо такі дії неоднозначно доцільні з точки зору власної вигоди;

взаємна відмова від дискримінаційних дій відносно один одного;

довгостроковий характер партнерських відносин, бо стратегічне партнерство встановлюється на два-три роки, а на тривалу перспективу;

наявність дієвих механізмів реалізації такого формату відносин;

правове закріплення змісту і механізмів стратегічного партнерства в двосторонніх документах, бо стратегічні цілі співробітництва не повинні змінюватися в залежності від зміни керівництва в обох державах;

дисциплінованість, послідовність і прогнотованість, неухильне виконання партнерами своїх зобов'язань;

висока ефективність стратегічного партнерства – віддачу від такого співробітництва повинні відчувати обидві сторони, причому не тільки державно-політичні еліти, а й суб'єкти економічної діяльності, пересічні громадяни обох країн.

Найважливішими цілями соціального партнерства є узгодження і захист інтересів різних соціальних груп, верств і класів, сприяння вирішенню актуальних економічних, соціальних і політичних завдань, поглиблення демократії, формуванню соціальної правової держави, відкритого демократичного громадянського суспільства [4].

Політика соціального партнерства не обмежується сферою економічних або соціаль-

но-трудова відносин. Її реалізація пов'язана з участю в такому процесі громадських об'єднань, що представляють інтереси різних соціальних груп, верств, органів державного управління і місцевого самоврядування, прийняттям та виконанням договорів і угод, політичних рішень. У розробці та прийнятті їх беруть участь великі групи людей, трудові колективи, представники населених пунктів, територій [3, с. 270]. Владні структури виступають найчастіше як організатори переговорного або погоджувального процесу.

Конструктивні цивілізовані відносини соціального партнерства припускають максимальне врахування інтересів різних соціальних груп, верств, узгодження їх і можливо більш повну реалізацію. Інакше вони не будуть ефективно сприяти формуванню стійкого соціально-економічного розвитку та політичної стабільності, встановленню злагоди в суспільстві.

Соціальне партнерство по своїй суті націлене на формування консенсусу, громадянського миру в суспільстві; на зниження напруженості у взаєминах між різними соціальними групами, верствами; на політичну консолідацію органів влади всіх рівнів та органів місцевого самоврядування.

Необхідно відрізнити просте взаємодія або кооперацію зусиль у вирішенні нагальних проблем, найчастіше регульованих директивами вищого керівництва від соціального партнерства, заснованого на рівноправному, довгостроковому і взаємовигідній співпраці сторін, які поділяють і прагнуть вирішити соціальну проблему [5, с. 227].

Л. Олсен в своїй книзі *Partnership For Social Welfare* пише, що «партнерство – це більше, ніж кооперація. Воно включає розвиток проектної культури, прийнятої партнерами, як середовища для розділення завдань. Воно включає процес пошуку нових рішень, в який партнери залучають один одного. Воно містить контрактні зобов'язання і систему збільшення якості, яку всі партнери повинні поліпшувати і розвивати» [6].

Таким чином, суттю стратегічного партнерства є наявність такого міждержавної взаємодії, яке дозволяє партнерам, об'єднавши зусилля, досягти життєво важливих внутрішніх і зовнішньополітичних цілей. Стратегічна взаємодія – комплексне, воно охоплює кілька важливих сфер співробітництва і носить довгостроковий характер. Надійність стратегічного партнерства визначається взаємною готовністю сторін враховувати інтереси один одного, наявністю дієвих механізмів реалізації співробітництва, дисциплінованістю партнерських відносин.

Список використаної літератури

1. Котляревська К. Ю. Стратегії соціально відповідального найму персоналу на українських підприємствах в умовах євроінтеграції / К. Ю. Котляревська // *Управління розвитком*. – 2019. – Том 5. – Вип. 1. – С. 15–22.
2. Лисица Н. М. Принципы построения социального партнёрства / Н. М. Лисица, М. І. Ус // *Управління розвитком: зб. наук. статей*. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – № 1 (183). – С. 36–43.
3. Петроє О. Концептуалізація ідей соціального діалогу в зарубіжній суспільній думці / О. Петроє // *Вісн. НАДУ*. – 2012. – № 1. – С. 265–272.
4. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – Київ : КНЕУ, 2011. – 501 с.
5. Ястремська О. М. Здійснення соціально-трудова відносин на засадах соціального партнерства / О. М. Ястремська, А. А. Попова // *Бізне-сінформ*. – 2013. – № 6. – С. 225–229.
6. Social dialogue: information, consultation and participation of workers. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://circa.europa.eu/irc/opocce/factsheets/info/data/policies/socialemploy/article_7289_en.htm

Автор

Малюкіна Анастасія Олександрівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(anastasiyamaliukina@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 27 січня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 364-78:005.12

ТЕХНОЛОГІЯ АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ

Мішина Світлана Володимирівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна,

Мішин Олександр Юрійович, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — уточнено сутність соціального проєктування та визначення поняття «соціальний проєкт». Розглянуто складові соціального проєкту, які підлягають аналізу. Запропоновано технологію детального аналізу соціальних проєктів.

Ключові слова — аналіз, аналіз соціального проєкту, опис соціального проєкту, соціальне проєктування, соціальний проєкт.

Соціальна орієнтованість економіки держави передбачає розробку та реалізацію соціальних програм та проєктів, які мають чітко визначений адресний характер та цільову спрямованість. В Україні активно розробляються соціальні проєкти. Тому виникає питання, чи всі вони можуть бути реалізовані з мінімальними витратами часу та коштів.

Саме тому актуальності набувають питання аналізу існуючих соціальних проєктів на предмет їх ефективності, результативності та доцільності реалізації.

Теоретичні засади соціального проєктування знайшли відображення у працях таких вчених, як: Азарова Т. В., Абрамов Л. К. [1], Безпалько О. В. [2], Шкуро В. М. [3].

Дослідження цих вчених мають теоретичну значимість, проте подальшого вивчення потребують питання аналізу існуючих соціальних проєктів на науково-обґрунтованому рівні.

Метою дослідження є уточнення методичного забезпечення аналізу соціальних проєктів із застосуванням системи критеріальних показників-характеристик.

Як на думку Шкуро В. П. [3] соціальний проєкт – сукупність комплексних дій, спрямованих на розв'язання конкретної соціаль-

ної ситуації, проблеми, за умови обмеженості в часі та ресурсах.

Безпалько О. В. [2] під соціальним проєктом розуміє сукупність технологічних, управлінських та організаційних рішень, спрямованих на вирішення соціальних проблем, поліпшення соціокультурних умов життєдіяльності особистості, проведення необхідних соціальних змін.

Визначення авторів Безпалько А. В. [2] та Шкуро В. П. [3] мають цільовий характер. Точку зору цих вчених розділяють і автори, пропонуючи, крім цільового характеру, у визначенні соціального проєктування враховувати часові обмеження та ресурсне забезпечення (кадрове, матеріальне, фінансове, інформаційне); та трактувати його не тільки як опис дій та заходів, а й як технологію їх реалізації.

Як на нашу думку, соціальний проєкт – це опис дій та заходів, спрямованих на вирішення соціальних проблем й уникнення соціальних ризиків, із зазначенням технології їх реалізації у певному часовому проміжку в межах наявного фінансового, кадрового, матеріального та інформаційного забезпечення.

Виходячи зі змісту соціального проєктування, його слід розглядати як процес. Авторами запропоновано під соціальним проєктуванням розуміти процес розробки соціального проєкту, його ресурсного обґрунтування та технології реалізації з метою вирішення соціальних проблем та уникнення соціальних ризиків. Запропоноване визначення сформульоване на засадах цільового та ресурсного підходів.

Азарова Т. В. та Абрамов Л. К. [1] виділяють такі особливості соціальних проєктів: зміна стану, цілеспрямованість, неповтор-

ність, обмеженість у часі та обмеженість ресурсів.

Безпалько О. В. [2] визначила базові особливості соціальних проєктів: цілепокладання, соціальна детермінованість, часове обмеження, територіальна визначеність, соціально-інституційна визначеність, інноваційна визначеність, ресурсна визначеність, організаційна визначеність, соціально-інформаційна визначеність.

На основі аналізу особливостей соціального проєктування та складу основних елементів опису соціального проєкту, авторами запропоновано методику аналізу соціальних проєктів,

Аналіз існуючих соціальних проєктів має здійснюватися за складовими соціального проєкту, що наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Складові соціального проєкту, які підлягають аналізу

Складові соціального проєкту	Характеристики, які підлягають аналізу
Опис соціального проєкту	
Титульна сторінка	назва проєкту; інформація про розробників (фізичних осіб чи організацію); інформація про організації-партнери; термін реалізації проєкту; обсяг фінансування проєкту; перелік бенефіціарів
Анотація (резюме)	назва соціального проєкту; назва організації-заявника; соціальна проблема; мета, ключова ідея проєкту; джерела фінансування
Аплікаційна форма	вступ (інформація про організацію-заявника, її досягнення в сфері соціального проєктування, партнери, ресурсні можливості, сильні сторони заявника) соціальна проблема, що визначає актуальність проєкту; цільова аудиторія, для якої призначений проєкт; стейкхолдери, що зацікавлені в реалізації соціального проєкту; мета і завдання соціального проєкту; опис заходів з реалізації проєкту.
Реалізація соціального проєкту	
План-графік реалізації	етапи; заходи, виконавці, терміни виконання окремих етапів та заходів.

проєкту	
Фінансове обґрунтування	Кошторис витрат на реалізацію проєкту, джерела фінансування
Ресурсне забезпечення	Матеріальне, кадрове та інформаційне забезпечення
Соціальна ефективність	Очікувана соціальна вигода для суспільства та цільової аудиторії

Соціальні проєкти, як на думку авторів, слід аналізувати за складовими наведеними у табл. 1, для отримання результатів аналізу, наведених у табл. 2.

Таблиця 2

Оцінювані характеристики соціального проєкту

Складові соціального проєкту	Оцінювані характеристики соціального проєкту
Опис соціального проєкту	
Титульна сторінка	Наявність усіх реквізитів у соціальному проєкті; чіткість і лаконічність викладу інформації; достовірність інформації
Анотація (резюме)	Ступінь обґрунтованості соціальної проблеми та мети проєкту; чіткість формулювання соціальної проблеми та мети соціального проєкту
Аплікаційна форма	Якість опису організаційних заходів із реалізації соціального проєкту
Реалізація соціального проєкту	
План-графік реалізації проєкту	Узгодженість етапів виконання соціального проєкту
Фінансове обґрунтування	Обґрунтованість статей витрат на реалізацію соціального проєкту
Ресурсне забезпечення	Обґрунтованість підходу до формування матеріального, кадрового та інформаційного забезпечення
Соціальна ефективність	Очікувана соціальна ефективність соціального проєкту

Обґрунтовуючи доцільність вибору того чи іншого соціального проєкту, слід здійснювати порівняння з іншими проєктами з урахуванням ключових оціночних характеристик соціального проєкту.

Експрес-огляд соціального проєкту, як на нашу думку, повинен здійснюватися за схемою, наведеною в табл. 3. Опрацювавши результати експрес-огляду соціальних проєктів, здійснюють їх групування .

Таблиця 3

Експрес-огляд соціальних проєктів

Соціально-проблема	Мета проєкту	Заходи з реалізації проєкту	Очікувані результати	Фінансування за видами		
				Бюджетне	Небюджетне	Всього
1	2	3	4	5	6	7

Групування доцільно здійснювати:
за характером соціальної проблеми;
за обсягами фінансування;
за джерелами фінансування.

Кошторис витрат на фінансування соціального проєкту аналізується за такими характеристиками, як:

доцільність включення статей витрат до кошторису;
правильність розрахунку сум витрат за статтями кошторису;
обґрунтованість методики розрахунку витрат на реалізацію соціального проєкту.

Наступним етапом аналізу соціальних проєктів є аналіз їх ресурсного забезпечення, а саме: аналіз можливостей виконавця створити належне матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення.

Оцінка соціальних проєктів здійснюється ще і на предмет обізнаності громадськості щодо їх існування, реалізації та очікуваних результатів.

Паралельний аналіз соціальних проєктів конкурсними комісіями та громадськістю через сайти, де розміщені соціальні проєкти, соціальні мережі дозволяє поєднати уявлення конкурсних комісій про економічну доцільність та результативність проєктів з їх соціальною ефективністю, яку вбачає в проєктах громадськість.

Узагальнена оцінка соціальних проєктів, як на нашу думку, має здійснюватися за такими критеріями:

актуальність соціальної проблеми;
відповідність змісту проєкту його меті;
інноваційність проєкту;
дієвість заходів із реалізації соціального проєкту;
обґрунтованість кошторису витрат на реалізацію соціального проєкту;

обізнаність громадськості (відгуки споживачів та експертів, рейтинги, матеріали в ЗМІ);

соціальна ефективність проєкту (користь для цільової аудиторії).

Оцінка соціальних проєктів, як правило, здійснюється на Конкурсною комісією, яка включає фахівців в даній галузі, представників спонсорів та виконавців проєктів. Не менш важливими є результати оцінки соціальних проєктів громадськістю.

Рішення про вибір найбільш прийняттого для фінансування та реалізації соціального проєкту доцільно приймати за результатами усіх етапів аналізу Конкурсною комісією та громадськістю.

Серед етапів аналізу соціальних проєктів, як на думку авторів, слід виділити:

експрес-огляд соціальних проєктів;
групування соціальних проєктів за проблематикою;
експрес-оцінка соціальних проєктів за їх складовими;

оцінка кошторису витрат та ресурсного забезпечення соціальних проєктів;

критеріальна оцінка соціальних проєктів.

Таким чином, науковим результатом даного дослідження є обґрунтування методичного забезпечення аналізу соціальних проєктів за сукупністю показників-характеристик його складових.

Перспектива подальших наукових досліджень у даному напрямі полягає в розробці дієвого аналітичного інструментарію для оцінки ефективності соціальних проєктів.

Список використаної літератури

1. Азарова Т. В. Технологія оцінки соціальних програм та проєктів / Т. В. Азарова, Л. К. Абрамов. – Кіровоград : ІСКМ, 2007. – 100 с.
2. Безпалько О. В. Соціальне проєктування: навч. посіб. – Київ : Київськ. Ун-т імені Бориса Грінченка, 2010. – 128 с.
3. Шкуро В. П. Підвищення якості реалізації соціальних проєктів / В. П. Шкуро // Збірник наукових праць. Психологічні науки. Т. 2. – Вип. 9. – 2016. – С. 265-269.

Автори

Мішина Світлана Володимирівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харків-

ський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(svitlana.mishyna@hneu.net)

Мішин Олександр Юрійович, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(majmsvmaa@ukr.net).

Тези доповіді надійшли 31 січня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 330.322.54:316.422

ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ НА КОРПОРАТИВНОМУ РІВНІ

Новак І.М., к.е.н., старший науковий співробітник, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, м. Київ, Україна,

Жук І.Л., к.е.н., старший науковий співробітник, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, м. Київ, Україна

Анотація — робота присвячена удосконаленню теоретичних і методичних засад оцінювання соціальних інвестицій для забезпечення сталого людського розвитку на корпоративному рівні. Проаналізовані методики оцінювання соціальних інвестицій, здійснено їх групування, визначені основні особливості та надані рекомендації щодо використання для внутрішнього та зовнішнього оцінювання.

Ключові слова — корпоративний рівень, методики оцінювання, соціальні інвестиції, сталий людський розвиток.

В сучасному світі новий концептуальний підхід до сталого людського розвитку втілюється за допомогою політики соціальної відповідальності організацій, що в приватному секторі визначається як корпоративна соціальна відповідальність. Основним засобом реалізації цієї політики є соціальне інвестування на принципах відповідального ставлення компанії до власного продукту (послуги, процесу), навколишнього середовища, а також внутрішніх (персонал) і зовнішніх (споживачі, постачальники, партнери, місцеві громади та ін.) стейкхолдерів. Цей підхід покликаний забезпечити баланс інтересів компанії, стейкхолдерів і суспільства, зменшити негативні ефекти, пов'язані з діяльністю компанії, зокрема екологічні, та створити додану вартість у соціальній сфері.

Керівництво з соціальної відповідальності. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 [8, с. 6] наголошує, що результати компанії в сфері соціальних інвестицій та їх сприйняття

мають безпосередній вплив на: конкурентні переваги; репутацію; здатність залучати та утримувати працівників або членів, клієнтів, замовників або користувачів; підтримання морального стану, залучення і продуктивності працівників; погляди інвесторів, власників, донорів, спонсорів і фінансової спільноти; взаємовідносини з іншими компаніями, урядами, засобами масової інформації, постачальниками, організаціями-аналогами, клієнтами і спільнотою, в якій функціонує організація.

Дослідження «Фінансово-правові механізми запровадження стандартів соціальної відповідальності бізнесу» (2011 р.) [5, с. 147] містить висновок про те, що оцінка соціальних інвестицій компаній робить останні більш інформаційно-прозорими, а відтак, створює для бізнесу конкурентні переваги щодо: збільшення продаж та поліпшення позицій на ринках; зростання продуктивності праці; збільшення вартості компанії за рахунок поліпшення її репутації; полегшення доступу до інвестицій; сталого розвитку компанії у довгостроковій перспективі тощо.

У роботі [4, с. 57] соціальні інвестиції на корпоративному рівні пропонуються оцінювати як сукупність соціальних і соціально-економічних ефектів за допомогою індикаторів рівня та якості життя (об'єктивні показники і суб'єктивні оцінки), а також економічного ефекту від соціальних інвестицій з урахуванням досягнутого соціального ефекту.

Г.Тульчинський пропонує оцінювати ефективність соціальних інвестицій на кор-

поративному рівні з позицій: суспільства - як сукупність благ і чисельність людей, які їх отримали, (обсяг інвестицій); компанії - як досягнення більшої відомості, динаміки суспільної думки, зростання фінансових показників, капіталізації. При цьому соціальні інвестиції компанії можуть бути спрямовані на внутрішнє середовище, включно з інвестиціями у людський капітал, і зовнішнє середовище [11, с. 123-124].

Л.Думова [3] визначає два підходи до оцінювання корпоративних соціальних інвестицій: за допомогою кількісних і якісних показників соціальної діяльності компанії та за впливом на фінансові й виробничі показники діяльності компанії. В роботі О.Третьякова [10] виокремлено три підходи до оцінювання: власне соціальних інвестицій, впливу на зацікавлені сторони (стейкхолдерів) і функціональних підсистем організації. Він наголошує, що оцінка ефективності корпоративних соціальних інвестицій на практиці здійснюється з позицій двох учасників інвестиційного процесу: суб'єкту інвестування (корпорації-інвестора) та об'єкту інвестування (суб'єкту соціального середовища території присутності).

В роботі [7] соціальна ефективність інвестицій оцінюється на основі методики SROI (англ. Social Return on Investment), що визначає соціальний та екологічний вплив (результати інвестицій) на основі сприйняття та оцінки окремих зацікавлених сторін. Як зазначено в [6], переважно на якісному аналізі ґрунтуються методики SIA (англ. Social Impact Assessment), SRA (англ. Social Return Assessment), SCBA (англ. Social Costs-Benefit Analysis), SVA (англ. Stakeholder Value Added).

Такі дослідження, як [1], присвячені аналізу економічної ефективності соціальних інвестицій. У ряді наукових публікацій, наприклад [2; 9], пропонуються методики оцінки ефективності соціальних інвестицій, побудовані на аналізі таких індексів та рейтингів, як DEA (англ. Data Envelopment Analysis) і KLD (англ. Kinder, Lydenberg, and Domini).

На основі вище викладених підходів може бути виокремлено дві групи методик оцінки

соціальних інвестицій на корпоративному рівні: внутрішнього оцінювання, що використовується самими компаніями; оцінювання зовнішніми, по відношенню до компанії, стейкхолдерами та соціальними інститутами.

Власне компаніями здійснюється оцінка: стану функціональних підсистем організації, впливу на фінансові й виробничі показники діяльності, кількісних і якісних показників соціальної діяльності, соціальних інвестицій (внутрішніх та зовнішніх) та їх впливу на зацікавлені сторони (стейкхолдерів) - внутрішніх (персонал) і зовнішніх (споживачів, постачальників, партнерів, місцеві громади та ін.), економічного ефекту від соціальних інвестицій з урахуванням досягнутого соціального ефекту. При цьому використовуються індикатори рівня та якості життя (об'єктивні показники й суб'єктивні оцінки), зокрема кількісні (абсолютні й відносні) та якісні, об'єктивні (статистична й соціальна звітність, розрахункові дані) й суб'єктивні (експертні й соціологічні оцінки). Застосовуються як часткові показники, так і їх «згортання» в різного роду інтегральні показники та індекси. Оцінка може проводитись у динаміці, а в окремих випадках - передбачати порівняння з іншими компаніями.

Оцінка компаній з точки зору досягнутих ними результатів включає в себе аналіз: кількісних і якісних показників соціальної діяльності; соціальних інвестицій (внутрішніх та зовнішніх) та їх впливу на зацікавлені сторони (стейкхолдерів) - внутрішніх (персонал) і зовнішніх (споживачів, постачальників, партнерів, місцеві громади та ін.); отриманого соціального ефекту (вирішення соціально-економічних та екологічних проблем). На відміну від внутрішньої оцінки компаніями, зовнішня оцінка досягнутих компанією результатів передбачає використання даних з відкритих джерел, зокрема, соціальної звітності, а також експертних оцінок на основі суб'єктивної самооцінки компанією власних результатів соціальної діяльності в контексті критеріїв сталого людського розвитку. Ця група методик часто використовує рейтингові оцінки (індексні або шкально-бальні) для порівняння з інши-

ми компаніями, а також визначення прогресу оцінюваної компанії в динаміці, за певний період часу.

Таким чином, внутрішня оцінка соціальних інвестицій, що здійснюється самою компанією, може передбачати використання складних, розрахункових показників на основі статистичних та оперативних даних щодо результатів економічної та соціальної діяльності. Натомість, методика оцінки зовнішніми стейкхолдерами та соціальними інститутами компаній з точки зору досягнутих результатів соціального інвестування для забезпечення сталого людського розвитку має ґрунтуватися на відкритих даних та показниках, що відповідають таким критеріям, як прозорість, доступність, легкість отримання і достовірність.

Список використаної літератури

1. Becchetti L. Corporate social responsibility and corporate performance: Evidence from a panel of US listed companies / L. Becchetti, S. Di Giacomo, D. Pinnacchio / - Applied Economics. - 2008. - № 40 (5). - Pp. 541–567.
2. Chen M.C., Delmas M. Measuring corporate social performance: An efficiency perspective / M. C. Chen, M. Delmas. - Production and Operations Management. - 2011. - 20 (6). - Pp. 789–804.
3. Думова Л.В. Анализ и разработка методики оценки эффективности систем корпоративной социальной ответственности предприятий горно-металлургического комплекса / Л. В. Думова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.science-education.ru/118-13931
4. Жовнерчук Т. В. Тенденции и перспективы российского рынка социальных инвестиций в доступное жилье / Т. В. Жовнерчук // Инвестиционная деятельность. – 2010. – № 45 (429). – С. 56-59.
5. Звіт про науково-дослідну роботу «Фінансово-правові механізми запровадження стандартів соціальної відповідальності бізнесу» (заключний). - К.: ІДСД НАН України, 2011. – 210 с.
6. Лещенко О.А. Современные методики оценки эффективности деятельности компаний в области КСО / О. А. Лещенко, Е. В. Корчагина // Менеджмент в России и за рубежом. - 2014. - N 1. - С.11-18.
7. Lingane A. Guidelines for social return on investment / A. Lingane, S. Olsen. - California Management Review. - 2004. - № 46 (3). - Pp. 116–135.
8. Руководство по социальной ответственности. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000. - ISO, 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://csr-eu-jm.com.ua/files/ISO26000.pdf>
9. Stuebs M. Social responsibility and firm efficiency in the business services industry / M. Stuebs, L. Sun. - Working paper. Muncie: Baylor University, Ball State University, 2010. - URL: [http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1290004161.pdf?user=.](http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1290004161.pdf?user=)
10. Третьяков О.В. Совершенствование системы мониторинга для оценки экономической эффективности корпоративного социального инвестирования / О.В. Третьяков [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [doi:10.18411/spc-08-04-2019-08](https://doi.org/10.18411/spc-08-04-2019-08).
11. Тульчинский Г. Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский. - Санкт-Петербургский филиал Нац. исслед. ун-та «Высшая школа экономики». – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2012. – 236 с.

Автори

Новак Ірина Миколаївна, провідний науковий співробітник відділу досліджень людського розвитку, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України (novak20@hotmail.com).

Жук Інеса Леонідівна, старший науковий співробітник відділу досліджень людського розвитку, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України (zhukinna78@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 04 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 338.005.95

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ HR-ДІДЖЕТАЛІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Писаревська Ганна Іллівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – Розглянуто тенденції розвитку діджеталізації в управлінні персоналом та можливість впровадження діджеталізації на вітчизняних підприємствах у сфері HR.

Ключові слова – управління персоналом, діджеталізація, інноваційні інформаційні технології, Digital – стратегія.

Перше десятиліття XXI ст. ознаменувалося вступом світу в нову технологічну епоху, що характеризується стиранням кордонів між фізичними, біологічними та цифровими технологіями. В цих нових реаліях цифрові технології стають ядром постіндустріальної інноваційної економіки. Весь комплекс високих технологій, про які йде мова, включає в себе штучний інтелект, безпілотний транспорт, 3D-друк, нанотехнології, біотехнології та інше.

Розвиток нових технологій, особливо цифрових (digital technologies), супроводжується системними змінами у всіх сферах бізнесу, суспільства і політики, а також появою більш сучасних форм організації роботи влади, державного і приватного секторів економіки, які гарантують прозорість громадського середовища. По суті, відбувається форсоване народження нового покоління економіки, що отримала назву «цифрова економіка» і базується головним чином на впровадженні та використанні цифрових технологій на всіх ділянках економічної діяльності.

Концепціями поширення діджеталізації займалися багато вчених: М. Е. Гвоздовський, В. М. Голянич, А. Ф. Денисов, Н. А. Мекшун та ін. Але слід визначити недостатню кількість вітчизняних публікацій, які всебічно розглядають дану сферу через постійний розвиток діджеталізації.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій та перспектив впровадження діджеталізації на підприємстві.

Діджеталізація економіки в першу чергу орієнтована на підвищення її ефективності та конкурентоспроможності. Підраховано, що завдяки діджеталізації скорочуються витрати на обслуговування виробництва продукції (на 10-40%), час простою обладнання (на 30-50%), терміни виведення на ринок (на 20-50%) і витрати на забезпечення якості продукції (на 10-20%), витрати на зберігання запасів (на 20-50%) та інше [1].

Використання цифрових технологій при виробництві і реалізації товарів і послуг, у сфері освіти дає можливість всьому суспільству отримувати так звані «цифрові дивіденди», під якими розуміється як зростання національного добробуту і матеріальна прибуток, так і прозорість процесів державного управління.

В останні роки процеси діджеталізації розгортаються і в Україні. Однак наша країна відстає від лідерів розвитку цифрової економіки за багатьма показниками: рівнем діджеталізаційної частки цифрової економіки в ВВП, рівнем капіталізації цифрових компаній, темпам зростання продуктивності праці, середньої затримки в освоєнні технологій, застосовуваних у країнах – лідерах та інше.

Стримуючими діджеталізацію факторами для відстаючих країн є: низький рівень розвитку технологій і слаборозвинена цифрова інфраструктура, що пояснюється неефективністю використання факторів виробництва, некваліфікованість людських ресурсів (недосконалість системи підготовки дослідницьких, інженерно-технічних кадрів і ІТ-фахівців), низьким рівнем конкурентоспроможності, продуктивності і ефективності.

З точки зору забезпечення економічної безпеки, для України стає принципово важливим йти в ногу з розвиненими країнами і прискорити впровадження цифрових технологій. особливо актуальний це питання для реального сектора економіки, від рівня діджеталізації буде залежати конкурентоспроможність продукції, що випускається продукції, позиції країни на світових високотехнологічних ринках, що формують передумови для сталого розвитку.

Аналіз показав, що використання соціальних медіа на підприємствах та аналіз Big Data проводиться найчастіше підприємствах де працює до 50 осіб, використовуючи для цього найчастіше соціальні мережі для представлення підприємства або рекламування його роботи. Найменше використовують блоги чи мікроблоги підприємства для обміну поглядами, думками або знаннями усередині підприємства. При цьому аналізують найчастіше данні свого підприємства, отриманих зі старт-пристроїв або датчиків, найменше данні, сформованих із соціальних медіа та геолокаційні данні, отримані із портативних пристроїв.

Таким чином, цифрові технології все більше проникають в різні сфери бізнесу, в тому числі і в HR-процеси. З кожним роком все більше компаній автоматизують HR-функцію і тим самим спрощують і роблять більш ефективною роботу рекрутерів та менеджів з персоналу.

Сьогодні HR-центр змістився в бік побудови організації майбутнього. Компанії наймають молодих, досвідчених в цифрових технологіях співробітників, яким зручно робити речі самостійно і обмінюватися інформацією прозорим способом. Вони хочуть мати інтегрований цифровий досвід роботи – спроектований для команд, ефективності та розширення прав і можливостей, і очікується, що HR надасть його.

Діджеталізація бізнесу вплинула на формування нового кластера компаній, що розробляють продукти та надають послуги в галузі управління людськими ресурсами із застосуванням цифрових технологій.

Однак цифровізація HR-процесів має не тільки переваги і вигідність, але і кроїть в собі недоліки і ризики.

Для початку розберемо позитивні сторони впровадження цифрових технологій в сферу управління людськими ресурсами.

Так, наприклад, автоматизація і оптимізація робочих процесів дозволяє знизити навантаження з HR-відділу, а самі HR-фахівці завдяки цифровізації отримують ефективні інструменти для роботи з персоналом. Знижуються витрати на управління персоналом, оскільки немає необхідності роздувати штат HR-фахівців багато рутинних операцій можуть бути виконані в автоматичному режимі, наприклад, за допомогою штучного інтелекту. Особливо це актуально, якщо компанія є великою. Для таких компаній впровадження цифрових технологій дозволяє тримати в HR-штаті всього десятки співробітників, що економить компанії чималі кошти.

До того ж цифровізація дозволяє виключити людський фактор у здійсненні багатьох операцій, оскільки програми, додатки і сервіси завжди виконують чіткі стандарти, рідко дають збої і помиляються, вони не схильні до втоми, а їх працездатність не ставиться в залежність від безлічі факторів, як у випадку з людиною. І ще однією перевагою є економія часу. Одна програма здатна виконати значний обсяг роботи за незрівнянно менший час, ніж якби роботу виконувала людина.

Серед недоліків можна виділити відносно високу вартість впровадження digital-технологій. Деякі організації не мають достатнього бюджету для модернізації та автоматизації HR-процесів. Однак варто зазначити, що витрати на цифровізацію слід розглядати як довгострокові інвестиції, які не тільки окупляться, але і принесуть в майбутньому прибуток бізнесу. Наступним недоліком є ризик скорочення робочих місць, що вимагають середньої та низької кваліфікації, внаслідок повної автоматизації трудових процесів. Однак при скороченні робочих місць внаслідок автоматизації процесів компанії можуть дати можливість своїм співробітникам пройти перенавчання та реалізувати себе у тій сфері діяльності, яка їм найбільш цікава. Проблемою при реалізації даної програми може бути опір співробітників, зокрема, представників старшого покоління, до змін і недостатня мотивація персоналу до освоєння компетенцій

цифрової економіки та участі у розвитку цифровізації організації [3].

Ще одним недоліком є висока вартість помилок. На жаль, ніяка система не застрахована від помилок, і навіть інноваційні технології можуть давати збої. Незначна помилка, допущена при побудові алгоритмів, може привести не тільки до втрати грошових ресурсів, але і до втрати важливої інформації і даних. Також при діджиталізації HR-процесів підвищену увагу варто приділяти питанням цифровий безпеки, оскільки інформація, представлена у віртуальному просторі, часто схильна кібер-атакам різного характеру.

Серед набору digital-інструментів найчастіше компанії використовують Джеб-сайти, соціальні мережі і онлайн-інструменти для оцінки кандидатів. У меншій мірі задіюють хмарні технології, системи моніторингу згадок компанії в соціальних медіа та ЗМІ, ERP-і ATS-системи, а також Big Data. Найчастіше HR-и користуються Desktop-версіями ресурсів, однак і мобільні версії стають доступними все більшому числу фахівців [5].

Впровадження цифрових технологій в процес управління людськими ресурсами дозволяє організувати зручне цифрове середовище для персоналу. Так, наприклад, процеси адаптації персоналу можуть бути автоматизовані за допомогою штучного інтелекту. Чат-бот може відповідати на питання, знайомити новачків з внутрішніми документами організації, надавати необхідну інформацію та ресурси для комфортного входження на посаду [2]. Також система штучного інтелекту здатна вивчати і аналізувати навички, поведінка і дії найбільш ефективних співробітників, і на основі цих даних вибудовувати освітні траєкторії для персоналу [4]. Впровадження віртуальної і доповненої реальності в процес навчання персоналу здатне вивести якість навчання на новий рівень, а сам процес зробити інтерактивним і цікавим. Дана технологія дозволяє моделювати реальні ситуації у віртуальному просторі, за допомогою чого відбувається повне занурення персоналу в навчальну середу, в якій вони мають можливість відпрацьовувати свої навички. Хмарні технології дозволяють вивантажувати інформацію у віртуаль-

ний простір, доступ до якого є у кожного із співробітників. Можна, організувати навчання персоналу у вигляді онлайн-платформи, що містить каталог курсів і відображає успішність кожного співробітника. На базі блок-чейна можливе створення сервісу, який містить резюме, сертифікати, дипломи та професійні досягнення претендентів, що допоможе скоротити час, що витрачається HR-фахівцями на пошук підходящих кандидатів і перевірку достовірності інформації про них

Висновки. Оскільки значущість інформаційних технологій з кожним роком лише збільшується, а політика багатьох компаній і навіть цілих держав зводиться до перетворення всіх даних в електронний вигляд, на підприємствах існує стійка потреба у впровадженні системи діджиталізації.

Проаналізовано тенденції щодо використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах різних розмірів (використання соціальних медіа на підприємствах, аналіз Big Data). Розглянуто HR-процеси, які автоматизовані в компаніях України, та Digital-інструменти, які використовують HR – менеджер. Обґрунтовано, що більшість сучасних підприємств потребує діджиталізації та повільно починають її впроваджувати.

Список використаної літератури

1. Гвоздовський М. Е. «HR – тренди 2018». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecopsy.ru/publikatsii/ru-hr-trendyi-2018-goda-prezentatsiya-2.html>.
2. Голянич В. М. Інноваційні технології в кадровому менеджменті/ Голянич В.М., Кудрявцева Є.І // Управлінське консультування. – 2017.– № 2. – С. 5 – 16.
3. Денисов А. Ф. Аналіз практики цифрових технологій в підборі персоналу/ Денисов А.Ф., Кардаш Д.С. // Економіка і управління. № 6, 2018 – С.26 – 37.
4. Мекшун Н. А. «HR-брендинг в Digital форматі». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://keysolutions.ru/files/seminar/HR/Mekshun_N.A.pdf
5. Bersin J. «HR Technology Disruptions for 2017: Nine Trends Reinventing the HR Software Market». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bersin.com/Practice/Detail.aspx?id=20245>

Автор

Писаревська Ганна Іллівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Hanna.Pysarevska@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 10 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 331.108

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ

Сиволап Л.А. д.е.н., доцент, Донецький державний університет управління, м. Маріуполь,
Україна

Анотація — Управління персоналом виступає однією з основних стратегічних складових у загальній системі управління підприємством. Враховуючи, сучасну необхідність у пошуку нових методів та форм управління, виникає потреба у трансформації системи управління персоналом підприємства. Так відбувається зміна ролі та функціоналу HR-менеджменту. Від тепер HR-менеджмент займається не тільки пошуком персоналу, але й його розвитком, мотивуванням та навчанням. Тому наскільки актуальні технології використовуються HR-менеджментом залежить якість трудових ресурсів та можливість максимально розкрити їх потенціал.

Ключові слова — HR-менеджмент, технології, персонал, управління, інновації, цифрові технології.

Сьогодні ефективне управління персоналом відіграє стратегічну роль у системі управління підприємством, та виступає ключовим чинником забезпечення його конкурентоспроможності. Інноваційний напрямок управління персоналом є запорукою максимально вигідно для підприємства використовувати людські ресурси.

У процесі свого розвитку система управління персоналом проходить усі стадії, характерні для інноваційного процесу. Таким чином, можна виділити такі стадії впровадження управлінської новації [1]:

1) інвенція – поява ідеї інновації;

2) ініціація – дослідження та перевірка можливості втілення ідеї внаслідок використання інформаційних технологій;

3) дифузія – втілення ідеї, яка здатна підвищити ефективність діяльності конкретних підрозділів чи підприємства загалом.

Отже, HR-менеджмент також пройшов еволюційний шлях на якому відбулась трансформація його функцій, а саме [2]:

1. 1990-і роки:

кадровий облік;

розрахунок заробітної плати;

допомога в роботі з персоналом;

2. 2000-і роки:

ефективність HR-процесів;

оптимізація витрат на персонал;

зручні HR-інструменти.

3. 2020-і роки:

Digital-процеси;

HR-аналітика;

інтеграція HR-процесів;

Management selfservice;

створення конкурентної переваги.

Таким чином, у трансформації функцій HR-менеджменту простежуються зміна від управління персоналом (1990-і роки), управління людськими ресурсами (2000-і роки) до управління людським капіталом (2020-і роки).

Сучасний HR-менеджмент заснований на таких принципах [3]:

систематичність (управління персоналом в організаціях охоплює не відокремлені категорії працівників, а увесь персонал;

демократизація (демократичність у методах управління та стилі керівництва, участь в оцінюванні кожного, хто працює в колективі);

індивідуалізація (реалізується в індивідуальному плануванні професійного росту працівників, індивідуальному підході до мотивації, персональному підборі роботи з враху-

ванням індивідуальних можливостей та особливостей особистості);

інформатизація (застосування сучасних технологій для збору, передачі та обробки інформації для прийняття ефективних кадрових рішень);

делегування.

Сьогодні компанії зіштовхуються з контекстом робочих місць, який змінюється, як і змінюється управління людським капіталом у світі трудових відносин в цілому. Так, опитування Deloitte, проведене серед більш ніж 10000 лідерів бізнесу і HR-керівників із 140 країн світу, показує, що бізнесу необхідно зосередитися на напрямках для розвитку бізнесу і націлювання людей на нові принципи роботи в епоху цифрофізації суспільства. В недалекому майбутньому нас чекають значні внутрішні зрушення у сфері нових технологій. Головне питання - як використовувати новітні технології для пошуку, об'єднання, залучення людей та, навіть, їх заміни, адже протягом багатьох років саме технології виступали в якості інструменту для повсякденної роботи, тоді як найближчим часом основна увага буде приділятися технологіям як способу життя на робочому місці [4].

Проаналізувавши сучасні тенденції у технологіях HR – менеджменту, можна чітко визначити декілька можливих напрямів його розвитку, а саме:

перехід системи HR - менеджменту здебільшого на аутсорсинг, із залученням консалтингових компаній, які будуть проводити аудит, збір, аналіз показників діяльності, визначати вплив різних факторів на них, брати участь (на правах експерта) в управлінні компанією та розробляти стратегію діяльності підприємства;

компетенції HR - працівників будуть спрямовані на створення відповідних стратегій, що становитиме основу HR - менеджменту;

HR - менеджмент буде будувати свою роботу на масивах даних та застосовуватиме аналітичні дані;

робота «home - office» – управління людськими ресурсами дистанційно;

HR - менеджмент – важливий елемент управління компанією в майбутньому, з ураху-

вання нових підходів до бачення цього поняття. Зважаючи на це, завданням компаній є створення індивідуальних підходів до кожного працівника з метою визначення для них найефективнішого для підприємства роду діяльності, тобто створення мобільності персоналу (управління персоналом), вивчення сильних та слабких сторін персоналу, можливостей та потенціалу;

переміщення епіцентру концентрації менеджменту з автоматичних процесів на результативні;

використання штучного інтелекту у підборі персоналу: чат боти, що допомагають рекрутерам зосередитись на інших адміністративних завданнях, проводять скринінг запитань, відповідають на поширені запитання та впорядковують процес діалогу з потенційним співробітником;

гейміфікація як новітня бізнес концепція, що базується на застосуванні підходів, характерних для комп'ютерних ігор у програмних інструментах для неігрових процесів і використанні кращих ідей програм лояльності, ігрових механік і поведінкової економіки у реальних бізнес процесах (головними сферами гейміфікації є HR, IT і маркетинг підрозділи);

програми розвитку емоційного інтелекту – оскільки вони є ефективним інструментом підвищення продуктивності і мотивації робітників, а також ефективності підприємства в цілому [3, 5].

Нижче розглянемо на прикладі сучасних компаній як втілюються сучасні технології HR – менеджменту на практиці.

Сьогодні все частіше використовують у HR – менеджменті такий інструмент як чат-бот. Він відмінно використовує штучний інтелект, автоматизує завдання, які можуть допомогти ефективно використовувати HR-ресурс. Наприклад, компанія Eldorado впровадила проект «ПОМОЖИ ТОБІ БОТ» (чат-бот ELSA). У межах даного проекту звернення до HR доступні 24/7. Таким чином працівники мають змогу:

зробити запит про залишок днів щорічної відпустки;

оформити відрядження;

замовити довідку про доходи з місяця роботи;

завантажити свій розрахунковий листі;

знайти контакти колег;

дізнатися та призначити навчання собі та своїм підлеглим;

скачати книгу та отримати корисну пораду.

Враховуючи сучасні тенденції до індивідуального підходу до співробітника, або групи співробітників на підприємствах впроваджуються такі проекти, як:

1. Робота зі студентами, як потенційними працівниками компанії («Синергія Online та Offline для покоління Z» УКРСИББАНК; «Genesis Marketing Week» – компанія Genesis; «Від інновацій до нових комунікацій – трансформація HR-процесів в умовах кризи» – компанія ArcelorMittal; «Розвиток молодих IT-талантів на базі pro bono проектів» – компанія EPAM.).

2. Акцентування на досвіді працівників, який забезпечує брендинг роботодавця. («UKRSIBBANK – КРАЩЕ МІСЦЕ ДЛЯ РОБОТИ» та ПУМБ «eNPS: покращуємо досвід співробітників».)

Таким чином, сучасні технології HR-менеджменту спрямовані не тільки на підбір персоналу, але й на подальший його розвиток з ціллю максимального розкриття потенціалу. Основними тенденціями в HR-

менеджменті є використання цифрових технологій, штучного інтелекту та індивідуального підходу до кожного співробітника.

Список використаної літератури

1. Бродский Б.Е., Жарковская Е.П., Бродский И.Б. Антикризисное управление. – Омега-Л, 2009. – 432 с.

2. Рудакова С.Г. Digital HR - майбутнє кадрового адміністрування / С.Г. Рудакова, Н.С. Данилевич, Л.В. Щетініна, Я.А. Касяненко // Бізнес Інформ. – 2020. - №1. – С. 265-270.

3. Жавела К.А. Сучасні концепції та інноваційні технології в системі управління персоналом / К.А. Жавела, А.К. Жавела // Економічна наука. – 2019. - №22. – С. 73-78.

4. Ляш О.І. Майбутнє HR менеджменту: тенденції, ризики, мотивація / О.І. Ляш, П.В. Блохін // Електронне фахове видання «Ефективна економіка», 2018. - №10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/5.pdf.

5. Кушнерик О.В. HR-менеджмент: інноваційний підхід до управління персоналом / О.В. Кушнерик // Підприємство та інновації. – 2020. - №12. – С. 125-129.

Автор

Сиволап Лариса Анатоліївна, к.е.н., доцент, Донецький державний університет управління, (lara.syvolap@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 26 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 364.04

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ ТА ФОРМ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ

Сотнікова Юлія Володимирівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — визначено основні складові системи соціального захисту в Україні, згруповано та узагальнено основні види та форми соціального захисту відповідно до категорій соціально вразливих верств населення.

Ключові слова — соціальний захист, соціальна держава, соціальне забезпечення, соціальні пільги, соціальні послуги.

Відповідно до Конституції України, наша держава є соціальною. Це свідчить про те, що соціальні та економічні інтереси громадян є пріоритетними. Однак нестабільність економічної та політичної ситуації, непрозора система пільг, дублювання функцій державних інститутів, які забезпечують соціальний захист громадян призводять до того, що «соціальність» держави стає тільки декларованою.

За ефективної системи соціального захисту уряд точно оцінює економічний стан громадян та відповідним чином розподіляє видатки на соціальну сферу. Для того, щоб визначити ефективність системи соціального захисту, в першу чергу доцільно визначити ті форми та види соціального захисту, на які мають право громадяни України.

Соціальний захист, відповідно до ст. 46 Конституції України, є правом громадян на забезпечення у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та інших випадках, передбачених законом [1].

Система соціального захисту в Україні складається з елементів (рис. 1), які можна згрупувати наступним чином:

соціальне забезпечення, в свою чергу складається з соціального страхування та державної соціальної допомоги;

пільги (часткове або повне звільнення від плати за різноманітні послуги і товари, а також можливість придбання певних товарів за зниженими цінами);

соціальні та компенсаційні виплати (різноманітні форми матеріальної та соціальної допомоги, надбавок, доплат та компенсацій соціального призначення, що виплачуються у грошовій формі);

соціальні послуги (послуги, спрямовані на відновлення або підтримання нормальної життєдіяльності найбільш соціально вразливих категорій населення або осіб, що піддаються різноманітним соціальним ризикам чи зазнали певних труднощів з вини держави).

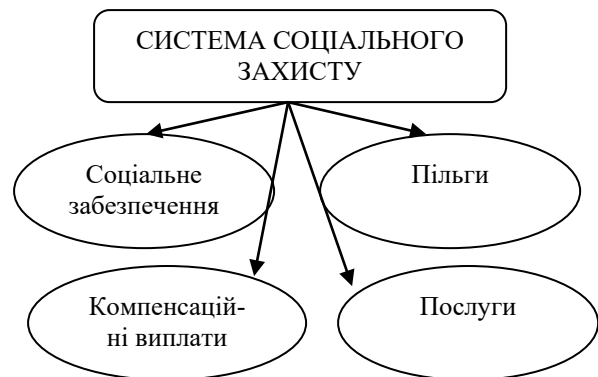


Рис. 1. Схема соціального захисту в сучасній Україні

При проведенні аналізу всього комплексу чинного законодавства у сфері соціального захисту та соціального забезпечення стає зрозуміло, що на сьогодні домінуючими формами соціального захисту в Україні є соціальні виплати та пільги, а соціальні послуги — порівняно нова форма соціального захисту, яка ще недостатньою мірою охоплює найбільш соціально незахищені категорії громадян [2].

Чинне законодавство у сфері соціального захисту та соціального забезпечення надає 125 видів пільг 116 категоріям громадян. З них 44 види пільг передбачено для 45 найбільш соціально незахищених категорій громадян, які потребують особливої уваги з боку держави, 39 видів пільг надаються 57 категоріям працездатного населення за професійною ознакою або родом занять, 42 види пільг надаються 14 категоріям громадян, які мають певні заслуги перед державою.

Найбільші за кількістю видів групи у структурі передбачених чинним законодавством пільг становлять:

пільги на квартплату, оплату житлово-комунальних послуг та придбання твердого і рідкого побутового палива (1);

пільги на забезпечення житлом та покращення житлових умов (2);

пільги на проїзд у міському громадському транспорті та транспорті приміського і міжміського сполучення (3);

пільги на придбання/забезпечення ліками, диспансеризацію та лікування, а також санаторно-курортне оздоровлення/лікування (4).

На відміну від діючої системи пільг, система соціальних та компенсаційних виплат побудована більш логічно і адресно: значну частину суто соціальних виплат спрямовано на соціальний захист найбільш соціально незахищених категорій населення, а суто компенсаційних – на спеціальний соціальний захист та додаткове матеріальне забезпечення представників певних професій (для цієї категорії осіб компенсаційні виплати, перш за все, пов'язані з їх професійною чи службовою діяльністю) [2].

Зокрема, 70 категорій одержувачів різноманітних соціальних та компенсаційних виплат (яких загалом є 33 види) користуються цим правом за ознакою соціальної незахищеності, 49 категорій – за професійною ознакою або родом занять (ім адресується 25 видів таких виплат), і 8 категорій одержувачів соціальних та компенсаційних виплат отримують 13 видів різноманітних виплат за певні заслуги перед державою [2].

Узагальнення соціально вразливих верств населення, а також форм їх соціального захисту представлено в табл. 1.

Таблиця 1
Зобов'язання держави щодо соціального захисту окремих категорій громадян та способі їх реалізації

Обставини	Категорії громадян	Спосіб реалізації
1	2	3
Служба у Збройних Силах України та інших військових формуваннях (ст. 17)	Військовослужбовці та члени їх сімей	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольче та речове забезпечення • Забезпечення житлом на пільгових умовах • Пільги на квартплату та оплату житлово-комунальних послуг • Пільги на проїзд у громадському транспорті
	Працівники Служби безпеки України та члени їх сімей	
	Працівники органів внутрішніх справ, та члени їх сімей	
	Службовці військ цивільної оборони та члени їх сімей	
Вагітність та материнство (ст. 24)	Матері	<ul style="list-style-type: none"> • Допомога при народженні дитини • Допомога по догляду за дитиною • Гарантії збереження робочого місця • Податкові пільги
	Вагітні жінки	Допомога по вагітності та пологах
Повна втрата працездатності (ст. 46)	Інваліди	<ul style="list-style-type: none"> • Пенсії за інвалідністю • Соціальна допомога, догляд • Безоплатне/на пільгових умовах протезування • Безоплатне забезпечення спеціальними засобами • Пільги на проїзд у громадському транспорті
	Особи, які отримали трудове каліцтво	<ul style="list-style-type: none"> • Пенсії у разі втрати годувальника • Компенсаційні виплати

Продовження табл. 1

1	2	3
Часткова або тимчасова втрата працездатності (ст. 46)	Тимчасово непрацездатні особи	<ul style="list-style-type: none"> • Страхові виплати
	Особи, що мають професійні захворювання	<ul style="list-style-type: none"> • Страхові виплати • Компенсаційні виплати
Втрата годувальника (ст. 46)	Діти, що втратили батьків	<ul style="list-style-type: none"> • Пенсії у разі втрати годувальника • Забезпечення житлом на пільгових умовах • Повне державне забезпечення • Соціальний супровід • Безоплатне оздоровлення
	Батьки, що втратили повнолітніх дітей	<ul style="list-style-type: none"> • Пенсії у разі втрати годувальника • Компенсаційні виплати
	Діти, які народились після смерті батька	
Безробіття через незалежні від особи обставини (ст. 46)	Безробітні громадяни	<ul style="list-style-type: none"> • Допомога у разі безробіття • Сприяння у працевлаштуванні • Підвищення кваліфікації або перекваліфікація • Допомога на започаткування підприємницької діяльності
Старість (ст. 46)	Громадяни похилого віку	<ul style="list-style-type: none"> • Пенсії за віком • Пільги на проїзд у громадському транспорті • Соціальні послуги
Недостатній життєвий рівень (ст. 48)	Малозабезпечені громадяни	<ul style="list-style-type: none"> • Соціальні виплати • Соціальне житло • Житлові субсидії
	Малозабезпечені сім'ї	

Закінчення табл. 1

1	2	3
Сирітство та відсутність батьківського піклування (ст. 52)	Діти-сироти	Пенсії у разі втрати годувальника <ul style="list-style-type: none"> • Забезпечення житлом на пільгових умовах • Повне державне забезпечення • Соціальний супровід • Безоплатне оздоровлення
	Діти, позбавлені батьківського піклування	
Навчання (ст. 53)	Учні (вихованці) середніх загальних та середніх спеціальних навчальних закладів	<ul style="list-style-type: none"> • Пільги на проїзд у громадському транспорті • Податкові пільги
	Студенти закладів вищої освіти	

Таким чином, запроваджені в Україні пільги, соціальні та компенсаційні виплати, а також соціальні послуги є формами реалізації права громадян на соціальний захист з боку держави, яке закріплене в Конституції України.

Україна є соціальною державою з огляду на кількість та нормативне забезпечення сфери соціального захисту, проте суттєвим недоліком в цьому контексті є те, що більшість соціальних пільг є неадресними та мають суто декларативний характер.

Список використаної літератури

1. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>
2. Система соціального захисту та соціального забезпечення в Україні. Реальний стан та перспективи реформування. – К.: Центр громадської експертизи, 2009. – 104 с.

Автор

Сотнікова Юлія Володимирівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (yuliia.sotnikova@hneu.net)

Тези доповіді надійшли 14 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 331.108

ДІДЖИТАЛ HR-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ

Степанова Ека Рамінівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Розглянуто основні положення використання діджитал HR-менеджменту в системі розвитку людських ресурсів в сучасних трансформаційних умовах діяльності вітчизняних підприємств. Наведено приклади діджиталізації HR-процесів в сучасному менеджменті.

Ключові слова — HR-менеджмент, людські ресурси, діджиталізація, персонал, управління персоналом.

Суттєве пришвидшення процесів розвитку передових технологій сприяє значному посиленню їх проникнення в усі сфери економічного та соціального життя, зокрема у процеси управління організаціями та ведення бізнесу. При цьому цифрові перетворення змінюють способи здійснення управлінської діяльності, трансформують процеси управління змінами, ведуть до появи цифрового мислення та революціонізують досвід працівників, вимагаючи актуалізації існуючих HR-технологій.

Становленню діджитал HR-менеджменту передували роки зусиль.

У 1960-х і 1970-х HR був зосереджений виключно на кадрових операціях і їх автоматизації. У 1980-х HR став сприйматися як «сервісна служба»: центри компетенцій стали управляти питаннями управління персоналу, сервісні центри обслуговували індивідуальні потреби співробітників, в бізнес почали включатися HR-партнери [1]. У 1990-х і на початку 2000-х HR знову зосередився на управлінні талантами, що часто супроводжувалося впровадженням нових методів в рекрутингу та навчанні.

Сьогодні HR сконцентрований на створенні організацій майбутнього, і з цією ме-

тою компанії наймають молодих, компетентних в діджитал сфері працівників. Було проведено дослідження, за даними якого 49% компаній вже вкладали кошти в софт з управління персоналом і 60% – планували запустити прогнозну HR-аналітику.

У 2019 компанія Deloitte [2] також провела дослідження Global Human Capital Trends 2019, яке багато в чому підтвердило зазначену вище тенденцію. За даними опитування, 50% компаній частково автоматизували підбір персоналу і 69% - планують розвивати HR-технології в найближчим часом.

Отже, можна зробити висновок, що діджитал HR-менеджмент будується на фундаменті інновацій та досліджень.

Масова діджиталізація вносить свої зміни в підходи до HR-менеджменту. Нові умови ставлять перед HR-відділами наступні виклики [3]:

автоматизація процесів сприяє зниженню тимчасових і трудових витрат. З одного боку, це веде до скорочення кількості співробітників за деякими напрямками і ліквідацію деяких позицій. У той же час зростає потреба в працівниках і консультантів, які впроваджують нові продукти і процеси;

підвищуються вимоги до навчання і підбору персоналу. Так як співробітники цифрової сфери повинні володіти більш великими технічними навичками, більш високою швидкістю роботи і навичками роботи з інформацією.

Змінилися завдання в роботі з персоналом. Зараз важливо зробити інформацію більш доступною і простою у використанні: для співробітників, здобувачів, суміжних відділів. Зробити простий не тільки її подачу, але і збір, організацію та аналіз. І ми це бачимо по внутрішнім системам документообігу,

внутрішнім порталам компаній для співробітників, використання доступних соцмереж і навіть створення власних.

Важливо щоб діджиталізація стала інструментом, а не залишала лише проміжним процесом. Тут все залежить від масштабу, бюджету та сфери діяльності компанії, а також від стратегічних цілей її керівництва.

В якості прикладів використання діджиталізації в сучасному HR-менеджменті розглянемо наступні [1;2]:

Wade and Wendy використовують штучний інтелект і чат-ботів в плануванні рекрутингу та кар'єри. Цей продукт допомагає співробітникам стратегічно вибудовувати кар'єру і показує їм можливості кар'єрного росту в компанії;

чат-бот Mya здатний усунути до 75% питань, які виникають у людей під час рекрутингового процесу. Кадрове агентство FirstJob ще в 2016-му році почало його використовувати;

додаток Switch допомагає кандидатам знайти робочі місця і забезпечує їм досвід за зразком Tinder в пошуку роботи і рекрутингу;

постачальник ПО Unitive використовує штучний інтелект, щоб створювати опис вакансій на основі фактичної інформації про вакансії і за допомогою алгоритмів ідентифікувати статі та інші персоніфіковані особливості, тим самим мінімізуючи ризики в рекрутингу;

портал HeadHunter розробив кілька чат-ботів HH Robot, які шукають кандидатів з різних джерел, проводять первинний відбір і пропонують job-оффер.

Такі компанії, як SAP [1], в реальному часі відстежують показники залученості, плинності персоналу і інші цифри, щоб допомогти бізнесу швидше приймати рішення. IBM почала використовувати інструменти штучного інтелекту, щоб надати командам можливість бачити результати їх роботи і те, як вони досягаються.

Компанія IBM [4] реформувала управління ефективністю, запровадивши Checkpoint - новий процес зворотного зв'язку, який суттєво збільшує залученість і погодить дії. Щоб стимулювати безперервне навчання, IBM

згорнула традиційну глобальну систему управління навчанням і замінила її новою цифровою освітньою платформою. Нова система дозволяє співробітникам публікувати будь-який контент, який вони вважають корисним і важливим, рекомендувати навчальні програми і збирати на платформі навчальні елементи з інтернету.

Надавши співробітникам можливість керувати власною кар'єрою, IBM розвиває унікальну систему управління кар'єрою, яка допомагає людям знаходити нові робочі місця і рекомендувати кандидатів на відкриті позиції.

Отже, можна зробити висновок, що за допомогою нових технологій можна набагато швидше закривати вакансії, аналізувати ринок праці в один клік, працювати з кандидатами з будь-якої точки світу. Діджиталізація – це швидкість реагування і професійного просування. Освоюючи цифрові навички та нові інструменти, ви не тільки ростете самі як фахівці, а й допомагаєте компанії вийти на новий рівень.

Список використаної літератури

1. Бей Г.В. Трансформація HR -технологій під впливом цифровізації бізнес-процесів / Г.В. Бей, Г.В. Серeda // Економіка і організація управління, №2 (34). – 2019. – С. 93-101.
2. До «Делойт» в Україні працевлаштувався бот-рекрутер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/>
3. Цифровой HR-менеджмент: инструменты и навыки для продуктивной работы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://finassessment.net/blog/>
4. Digital HR: 7 правил существования компаний нового поколения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://neohr.ru/hr/article_post/digital-hr-7-pravil-sushchestvovaniya-kompaniy-novogo-pokoleniya

Автор

Степанова Ека Рамінівна, доцент кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(stepanovaekaraminovna@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 10 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 364-322:330.526.39](477)

ВОЛОНТЕРСТВО, ЯК ФОРМА СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ

Фоміна Олена Олександрівна, к.е.н., доцент, ДВНЗ «Донецький національний технічний університет», м. Покровськ, Україна

Анотація — З'ясована суть волонтерства, його зв'язок із доброчинністю, благодійністю. Визначено місце України в світовому рейтингу благочинності та його структуру. Показана роль волонтерства у розвитку українського соціуму. Зроблено висновок про необхідність популяризації волонтерської діяльності за сприяння держави.

Ключові слова — альтруїзм, волонтерство, індекс доброчинності, організації благочинності.

Волонтерство представляє собою безкорисливу суспільно корисну діяльність, яка може здійснюватись і окремими людьми, і організаціями. Якщо виходити із законодавства України, то волонтерство – це добровільна, соціально спрямована, неприбуткова діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги, ґрунтується на принципах законності, гуманності, рівності, добровільності, безоплатності, неприбутковості [10]. Загальною метою волонтерської діяльності є добробут та процвітання суспільства. Індивідуальна мета волонтерів в аспекті проваджуваної неприбуткової діяльності має подвійний характер, по-перше, це потреба нести користь суспільству (тим самим підвищуючи свою соціальну роль, здійснюючи самореалізацію), а по-друге – отримання професійного досвіду і нових знань (підвищення кваліфікаційної якості), виступає процесом інвестування в себе; тобто отримувати індивідуальну нематеріальну корисність від своєї діяльності. Відповідно до класифікації Організації об'єднаних націй (ООН) існують різні види волонтерства, зокрема міжнародне, націона-

льне та он-лайн. Міжнародне волонтерство передбачає залучення добровольців до допомоги в інших країнах на певний термін (зазвичай до одного року). Національне волонтерство передбачає створення команд добровольців для надання допомоги в країні тим, хто її потребує, та провадження діяльності, яка сприяє розвитку країни. Он-лайн волонтерство – це допомога організаціям з проблемами сталого розвитку по всьому світі через мережу Інтернет. Кожний вид волонтерства надає корисність особам, які його здійснюють, через отримання відповідних навичок і розширення кар'єрного росту [7].

Волонтерство вносить значний вклад в економіку в усьому світі. Згідно з дослідженням Центру досліджень громадянського суспільства Джона Хопкінса, в 2017 році приблизно 140 мільйонів чоловік в 37 країнах беруть участь в добровольчій роботі в поточному році. Якби ці 140 мільйонів добровольців зібралися разом, це була б дев'ята за величиною країна в світі. Ці 140 мільйонів добровольців представляють еквівалент 20,8 мільйонів робочих місць з повною зайнятістю. Волонтери щорічно вносять близько мільярду доларів у світову економіку [5]. Для аналізу волонтерської діяльності можна використовувати Світовий індекс благочинності – World Giving Index (WGI). Благодійний фонд допомоги (Charities Aid Foundation) видає щорічний звіт WGI про благодійні заходи з усього світу та розкриває тенденції благочинності людей під час економічної кризи, відновлення економіки, геополітичних заворушень. У звіті наводяться такі три аспекти поведінки соціуму: допомога незнайомцям, пожертвування грошей на благодійність, виділений час на волонтерство. Пі-

ся десяти років огляду благодійних акцій понад 100 країн, Charities Aid Foundation дійшов висновку, що немає жодної характерної риси, яка вказує на щедрість країни. Найкращі благодійні країни представляють різні рівні багатства, культур, релігій та географічних регіонів. Наприклад, М'янму, Шрі-Ланку, Індонезію ООН класифікує як країни з нижчим середнім рівнем доходу; однак усі вони входять у десятку найбільш благодійних країн світу [4].

Показовим щодо зміни добродійності у світі та нашій країні є два звіти за 2010 та 2018 роки. У 2010 році аналіз проводився у 153 країнах світу та було оцінено поведінку добродійності близько 95% населення. Україна в цьому рейтингу посіла 150 місце (тільки 5 процентів населення було залучено до волонтерської роботи). За даними звіту за результатами 2010 року 19% допомагали незнайомцям, 5% жертвували гроші на благодійність, 14% допомагали волонтерством [3].

У 2018 році аналіз даних і формування звіту WGI базувався на опитуванні понад 1,3 мільйона людей у 126 країнах. Україна в рейтингу посіла 81 місце та порівняно з 2010 роком вона піднялася на 69 сходинок. Це найвищий рівень, який Україна отримувала за часів незалежності. За результатами 2018 року 42% допомагали незнайомцям, 29% жертвували гроші на благодійність, 19% допомагали волонтерством [1]. Якщо взяти дослідження за 10 років, то Україна, у середньому, посідає 101 місце в загальному рейтингу країн, який враховує 111 місце (35%) – за відсотком допомоги незнайомцям, 90 місце (18%) – за грошовою допомогою, 62 місце (19%) – за виділений час на волонтерство [1; 2].

При цьому слід зважати на те, що волонтерська діяльність в Україні трактується як безкорислива діяльність, яка не передбачає жодної фінансової винагороди, але слід розуміти, що особи, які здійснюють волонтерську діяльність мають харчуватися та задовольняти інші мінімальні побутові потреби. Тому всі відшкодування витрат волонтера, яких він зазнає у зв'язку з волонтерською діяльністю, мають звільнятися від сплати податку з доходів, оскільки це найчастіше не

дасть жодного додаткового доходу в бюджет, а, швидше, створить адміністративний тягар, непосильний для волонтера. Окрім того, у рекомендаціях ООН «Volunteerism and Legislation: a Guidance Note» чітко визначено, що національне законодавство повинне встановити, які види компенсацій мають право обґрунтовано отримувати волонтери і при цьому не розглядатися як «найменші працівники» у галузі трудового права. Має бути прямо передбачено, що дія положень про мінімальну заробітну плату не поширюється на волонтерів. Законодавство у сфері соціального забезпечення повинне створити умови, які дозволять учасникам займатися волонтерською діяльністю, не втрачаючи при цьому своїх пільг [12].

За даними Міністерства соціальної політики України на 03.02.2021 зареєстровано 556 організацій та установ, що залучають до своєї діяльності волонтерів, зокрема іноземців та осіб без громадянства для провадження волонтерської діяльності на території України [6]. Але не існує жодної повноцінної офіційної інформації про кількість волонтерських організацій в Україні, кількість людей залучених до волонтерської діяльності будь-якого типу (міжнародного, національного, он-лайн), що унеможливило дослідити детально вплив волонтерської діяльності на розвиток економіки України. На сайті Державної служби статистики міститься інформація про показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, зокрема відомою є кількість юридичних осіб, що зареєстровані як громадські неприбуткові та благодійні організації. Відповідно до законодавства України, а саме законів «Про волонтерську діяльність» [10], «Про благодійну діяльність та благодійні організації» [9], «Про громадські об'єднання» [11], їх категоріального визначення «волонтерська діяльність», «благодійна діяльність», «благодійна організація», «громадська організація» та «громадське об'єднання зі статусом юридичної особи», робимо висновок про те, що в даних Державної служби статистики волонтерські організації включені до загальної кількості громадських та благодійних організацій. За період з 2013 по 2021 роки є

тенденція для українського суспільства кількісного збільшення організацій благодійності, в тому числі і волонтерських організацій. Саме тут наведемо, що альтруїзм – це своєрідна успішна програма, яка допомагає виживанню виду, в нашому випадку українському соціуму.

Зростання кількості громадських та благодійних організацій та активізації волонтерського руху обумовлене двома основними факторами: внутрішньополітичною кризою, яка призвела до розбалансування системи державного управління, дефіциту якісних управлінських рішень, браку ресурсних можливостей, та зовнішньою агресією, яка поглибила дисбаланс між здатністю держави ефективно виконувати свої функції та забезпеченням основних потреб громадян [8]. Разом з тим слід розуміти, що держава та її інституції не можуть розв'язувати відразу всі проблеми, у тому числі і благодійництва. В різних країнах світу, навіть у багатих та розвинених, благодійність і волонтерство процвітають. Це невід'ємна частина суспільства, яка не залежить від рівня розвитку держави та кожна країна має свої особливості. Відповідно до закону [10] органи державної влади, які реалізують політику у сфері волонтерської діяльності перш за все мають надавати та поширювати інформацію про організації і установи, що залучають до своєї діяльності волонтерів, про перелік фізичних осіб (у разі їх письмової згоди відповідно до закону), організацій та установ, які потребують волонтерської допомоги, сприяти розвитку та популяризації волонтерської діяльності. Значені завдання, що стоять перед державними органами відповідають практиці реалізації політики волонтерства країн Європейського Союзу.

Список використаної літератури

1. World Giving Index: как менялась мировая благотворительность последние 10 лет. Благотворительный фонд UWCF. URL: <http://uwcfoundation.com/blagotvoritelnost-v-mire/world-giving-index-yak-zminy-uvalasya-svitova-blagodijnist-ostanni-10-rokiv> (дата звернення 15.02.2021).

2. CAF World Giving Index. Ten years of giving trends. Charities Aid Foundation 2019. 28 p. URL: https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi_10th_edition_report_2712a_web_101019.pdf (дата звернення 15.02.2021).

3. The World Giving Index 2010. Charities Aid Foundation 2010. 37 p. URL: https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/world_givingindex28092010print.pdf (дата звернення 15.02.2021)

4. World Population Review. World Giving Index. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-charitable-countries/> (дата звернення 15.02.2021).

5. Волонтерство в Україні. Стаття волонтера Благодійного фонду UWCF Олени Уманської. URL: <http://uwcfoundation.com/ua/blagotvoritelnost-v-ukraine/volonterstvo-v-ukraini> (дата звернення 15.02.2021).

6. Волонтерство. Міністерство соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Volonterstvo.html> (дата звернення 15.02.2021).

7. Волонтерство: як долучитись до руху. Міністерство охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/volonterstvo-jak-doluchitis-do-ruhu> (дата звернення 15.02.2021).

8. Горелов Д. М., Корнієвський О. А. Волонтерський рух: світовий досвід та українські громадянські практики : аналіт. доп. – К.: НІСД, 2015. – 36 с. URL: [volonter-697e4.pdf](http://niss.gov.ua/volonter-697e4.pdf) (niss.gov.ua) (дата звернення 20.02.2021).

9. Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17#Text> (дата звернення 17.02.2021).

10. Закон України «Про волонтерську діяльність» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3236-17#Text> (дата звернення 17.02.2021).

11. Закон України «Про громадські об'єднання» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення 17.02.2021).

12. Крулько Іван. Волонтерство в Україні: як підтримати і посилити мотивацію? «Дзеркало тижня. Україна». Випуск 1. 15.01.2016-22.01.2016. URL: https://zn.ua/ukr/internal/volonterstvo-v-ukrayini-yak-pidtrimati-i-posiliti-motivaciyu_.html (дата звернення 20.02.2021).

Автор

Фоміна Олена Олександрівна, докторант кафедри управління і фінансово-економічної безпеки, ДВНЗ «Донецький національний технічний університет (olena.fomina@donntu.edu.ua).

Тези доповіді надійшли 09 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 352:075; 35.085.6

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ОБСТЕЖЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ І РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ДЕПАРТАМЕНТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЧЕРКАСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

Журба Інна Олександрівна, к.е.н., доц, Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна,

Ядвіга Олександр Віталійович, Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси,
Україна

Анотація — В статті розглянуто доцільність створення в Департаменті Соціальної політики ЧМР робочої групи, яка буде займатися функціональним обстеженням департаменту. За результатами напрацювань робочої групи будуть вноситися пропозиції щодо структури департаменту, посадових обов'язків працівників, вдосконалення, оптимізацію діяльності та формалізацію звичайної системи управління Департаментом соціальної політики ЧМР. Запропонований методичний підхід сприятиме більш ефективному функціонуванню системи управління якістю органу влади, а значить, підвищенню якості його послуг і якості життя населення в цілому

Ключові слова — функціональне обстеження, оптимізація, критерії, управління соціальним закладом.

Під функціональним обстеженням можна розуміти інструмент постійного аналізу відповідності завдань і функцій органів виконавчої влади чинному законодавству, а також відповідності внутрішньої структури органів виконавчої влади покладеним на них завданням і функціям з метою усунення з практики їх діяльності внутрішніх суперечностей, дублюючих функцій та функцій, що не належать до сфери їх повноважень [1].

Кінцевою метою проведення функціонального обстеження є сприяння поліпшенню якості державного адміністрування, створення необхідних умов для підвищення ефе-

ктивності діяльності органів державної влади в умовах скорочення бюджетних коштів і подальшого проведення реформ[2, с. 10].

Метою цих досліджень є поліпшення якості адміністративних послуг, що надаються Департаментом соціальної політики ЧМР, зменшення витрат, перевірка необхідності функцій відомств та узгодження державних функцій з ринковими економічними цілями.

Доцільним є розгляд на семінарах проблематики розробки стандартних методів визначення існуючого переліку державних установ, які виконують службові функції, усунути невідповідності в практиці кадрової політики при розподілі державних службовців та вирішити проблему створення єдиної структури для виконання працівниками своїх службових обов'язків.

Створити робочу групу в Департаменті соціальної політики ЧМР, до складу якої входять кадрові служби, юридичні служби, керівники департаментів та експерти у відповідній професійній діяльності.

Розробити типові стандарти для розмежування посад державних службовців та працівників, що надають соціальні послуги.

З метою вдосконалення практичних навичок державних службовців у прийнятті управлінських рішень та ефективного спілкування в процесі адаптації українських законів до норм та стандартів ЄС центральний орган виконавчої влади отримав пропозицію щодо створення групи з аналізу політики

Робоча група проводить функціональне обстеження органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування, що включає збір, аналіз та узагальнення інформації щодо оптимізації його діяльності; готує підсумковий звіт про результати проведення функціонального обстеження та пропозиції щодо удосконалення відповідних нормативно-правових актів та можливих змін в його організаційній структурі [3]. Згідно з Наказом Головного управління державної служби України від 29 липня 2005 року №189 „Про затвердження порядку проведення функціонального обстеження органів виконавчої влади”, у порядку проведення функціонального обстеження можна виділити такі етапи [3]:

1. Підготовка до проведення функціонального обстеження.

2. Перший етап обстеження. За результатами першого етапу функціонального обстеження складається звіт, в якому доводяться недоліки нормативно-правового забезпечення та наводяться пропозиції щодо вирішення цих проблемних питань.

У Звіті членами робочою групи має бути зазначені:

а. Зауваження:

– чи передбачені вимогами Положення функціональні обов'язки працівників відділу які відображені в посадових інструкціях;

– чи відображені в посадових інструкціях службовців функціональні обов'язки, передбачені Положенням;

– чи зафіксовані нормативно всі функції, що фактично виконуються працівниками підрозділу;

– чи всі функції, зафіксовані нормативно, виконуються працівниками відділу;

– чи не спостерігається дублювання функціональних обов'язків серед працівників структурного підрозділу;

- чи відображають посадові інструкції службовців специфіку роботи підрозділу;

- чи відповідає цільова спрямованість роботи підрозділу цілям і завданням, визначеним нормативно-правовими актами в сфері діяльності органу влади тощо.

б. Рекомендації. Зробивши зауваження, член робочої групи повинен розробити рекомендації щодо оптимізації розмежування

функціональних обов'язків, враховуючи специфіку діяльності даного структурного підрозділу. У результаті вони можуть прийти до таких висновків щодо вдосконалення функцій структурного підрозділу органу виконавчої влади: ліквідація функції, децентралізація функції, модифікація функції, раціоналізація функції, приватизація функції залишення функції без змін.

3. Другий етап обстеження. На цьому етапі розраховується номінальний фонд робочого часу кожного робітника відділу та його фактична завантаженість, згідно з функціями, що він виконує. У звіті по другому етапу визначаються недоліки існуючої системи та наводяться пропозиції щодо оптимізації роботи структурного підрозділу шляхом розмежування функціональних обов'язків між робітниками відділу виходячи із номінального фонду робочого часу за рік.

4. Підготовка підсумкових звітів. Функціональне обстеження органів виконавчої влади здійснюється по його окремим структурним підрозділам: порядок дослідження нормативно-правової бази органу влади здійснюється зверху вниз, а проведення аналізу та написання звітів – знизу вгору. Таким чином, по закінченню проведення обстеження відбувається оптимізація діяльності місцевого органу влади за групами факторів „нормативно-технічна документація” та „процес праці”, що впливають на якість державних, адміністративних і громадських послуг. Логічним завершенням функціонального обстеження органу влади має стати контроль за дотриманням стандартів якості адміністративних і управлінських послуг.

При визначенні стандартів якості адміністративних і управлінських послуг необхідно враховувати низку таких критеріїв[4]:

– результативність;

– простота;

– строковість,

– оперативність і своєчасність;

– зручність;

– чутливість;

– відкритість;

– рівність;

– мінімальна справедлива вартість.

Отже, система управління якістю, відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2001[5], формується в рамках внутрішніх процесів органу виконавчої влади і місцевого самоврядування і охоплює весь спектр діяльності установи. Вона містить загально визнані міжнародні вимоги до системи якості, виконання яких повинне забезпечити впевненість у тому, що споживачі стабільно отримуватимуть тільки якісні послуги.

Можна зробити висновок, що мова йде не про розробку якоїсь окремої нової системи, а про вдосконалення, оптимізацію діяльності та формалізацію звичайної системи управління Департаментом соціальної політики ЧМР. Запропонований методичний підхід для оптимізації структури та функціонального навантаження службовців органу влади, заснований на проведенні функціонального обстеження, сприятиме більш ефективному функціонуванню системи управління якістю органу влади, а значить, підвищенню якості його послуг і якості життя населення в цілому. Тому пропонуємо доповнити „Настанову з якості” обласних державних адміністрацій і, відповідно до пп. 8.2. „Моніторинг та вимірювання” ДСТУ ISO 9001:2001 „Системи управління якістю. Вимоги”, внести зміни в пакет документів системи якості, а саме: впровадити і затвердити функціональне обстеження органу виконавчої влади як ефективний інструмент моніторингу функціонування системи якості і складову єдиного механізму моніторингу процесів органу виконавчої влади.

Список використаної літератури

1. Сурай І. Г. Оптимізація функцій державного управління в Україні (важливі аспекти) // Електронне наукове видання "Публічне адміністрування та національна безпека". – 2018. – №1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2018-1-4124>.
2. Функціональне обстеження органів державної влади в умовах реалізації адміністративної реформи / Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації. – Івано-Франківськ: 2012. – С. 82
3. Наказ Головного управління державної служби України від 29 липня 2005 року №189 „Про затвердження порядку проведення функціонального обстеження органів виконавчої влади”
4. Інформаційні матеріали до питання запровадження системи якістю в органах виконавчої влади. – К. : Головдержслужба, – 2006. – 177 с.
5. ДСТУ ISO 9001:2001 „Системи управління якістю. Вимоги” – К. : Держстандарт України, 2001. – 33 с.
6. Методичні вказівки щодо порядку проведення функціонального обстеження органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування / уклад. : В. В. Дорофійенко, О. В. Долгальова, Р. В. Ободець, Н. О. Пушкарьова. – Донецьк, 2006. – 41 с.

Автори

Журба Інна Олександрівна, завідувач кафедри соціального забезпечення, Черкаський державний технологічний університет (i.zhurba@chdtu.edu.ua).

Ядвіга Олександр Віталійович, викладач кафедри соціального забезпечення, Черкаський державний технологічний університет (sz@chdtu.edu.ua).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

СЕКЦІЯ 4
Технології івент-менеджменту

УДК 394.2:316.7

ФЕНОМЕН СВЯТА В НАЦІОНАЛЬНІЙ КУЛЬТУРІ

Близнюк Тетяна Павлівна, д.е.н., професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — В даному дослідженні проаналізовано свято як феномен кожної національної культури, який є значним соціологічним явищем та найважливішим соціальним інститутом, який формує національну ідентичність представників конкретного суспільства. Визначено, що на сучасному етапі розвитку суспільства свято стало з одного боку предметом масового споживання в суспільстві, а з іншого – інструментом дезорганізації соціального порядку та фасілітації культурних змін.

Ключові слова — свято, подієвий менеджмент, івент агенція, національна культура.

На сучасному етапі розвитку одним з ефективних інструментів управління персоналом стало застосування в діяльності компаній такого напрямку менеджменту як подієвий менеджмент. Оскільки головним завданням фахівців з організації подій (корпоративних свят, маркетингових заходів, тренінгів, конференцій і семінарів) є перш за все вміння знайти найбільш правильні, доречні та ефективні рішення проблем, з якими можна зіткнутися при виконанні роботи [4]. Саме тому можна зробити висновок, що подієвий менеджмент є результатом розвитку теорії та практики управління персоналом.

Дослідженням в сфері подійєвого менеджменту присвячені роботи таких вчених як І. Антоненко, Дж. Голдблатт, В. Джінджоян, С. Донських, О. Карпюк, Б. Кнаус, А. Крупський, С. Лемер, Р. Мозер, В. Морозов, Н. Мартишенко, В. Олійник, А. Парабелум, О. Радіонова, Д. Румянцев, М. Сондер, С. Сардак, А. Сингаївська, А. Самойленко, Г. Тульчинськ, Б. Кнаус, Р. Мозер, М. Целлер, Т. Хамідов, О. Шикіна,

К. Федоров, Н. Франкель, У. Хальцбаур, А. Шумовіч.

Однак, як зазначають фахівці [7] в Україні подієвий менеджмент перебуває на етапі становлення, а наукові дослідження в цій сфері вимагають поглиблення і також значної уваги потребує аналіз впливу національної культури України на особливості подієвого менеджменту. При цьому подієвий менеджмент стає ефективним інструментом менеджера соціально-культурної діяльності, який можна використати як засіб розвитку сфери дозвілля, та як інструмент управління для досягнення певних цілей [7].

Також, як доведено автором в роботі [1], існує безпосередній вплив прояву усіх культурних факторів шостифакторної моделі національної культури Г. Хофстеде на особливості організації та проведення подій (корпоративних свят, маркетингових заходів, тренінгів, конференцій і семінарів) в межах конкретної компанії.

Саме тому метою даного дослідження є аналіз феномена свята (як одного з видів подій, що може провести івент агенція) в національній культурі.

Аналіз феномена культури (особливо національної) та його впливу на особливості проведення свята як окремого виду події, безпосередньо пов'язані з важливістю осмислення ролі культурної спадщини в сучасному соціальному розвитку країни. Оскільки більшість заходів, які зазвичай замовляють івент агенції, це святкування на честь якоїсь події (ювілей, день народження, Новий Рік, Державні свята, професійні свята, фестивалі, ярмарки та ін.), значення свята як соціологічного явища оцінити кількісно не можливо.

Еміль Дюркгейм [2] зазначав, що ритуали є формою соціального «клею», що скріплює суспільство. Беручи участь в якісь події, наприклад релігійному чи племінному святу,

люди починають відчувати почуття спільності з іншими учасниками цієї події.

Так, будь-яка подія на певному часовому відрізку починає сприйматися людьми як певний ритуал, коли в певний день прийнято, наприклад, робити подарунки, здійснювати спільну молитву, або, якщо це світське свято, здійснювати загальні спільні дії на основі присутності спільноти зі значною кількістю людей (як, наприклад, вихід великої кількості людей на демонстрацію, хода пам'яті тощо).

У такі дні всі елементи впливу на людину підпорядковані завданню свята – міста прикрашаються відповідно нагоди, магазини і супермаркети продають продукцію певної спрямованості, засоби масової інформації, крім публікації матеріалів, присвячених безпосередньо події, готують також різні передачі (статті), що сприяють створенню певного настрою та підвищенню ступеня гуманності в людях. І прості слова «Зі святом», «Веселого Різдва» або «З новим роком», вимовлені навіть на адресу незнайомих людей, розширюють ареал зв'язку між людьми далеко за межами їх сім'ї або безпосередньої соціальної групи, до якої вони себе відносять.

У фахових джерелах [5] свято позиціонується як феномен певної культури та найважливіший соціальний інститут, який спочатку виступав ресурсом родоплемінної ідентичності і внутрішньогрупової згуртованості доіндустріального суспільства, потім перетворився на ідеологічний засіб виробництва соціальної ідентичності в період промислової революції, а зараз є предметом масового споживання в суспільстві сучасного типу.

Сучасні погляди на права і обов'язки людини, концепції свободи особистості трансформують традиційні поняття і зобов'язання, пов'язані зі святом. Функціональними інваріантами свята залишаються мобілізація соціальної солідарності, ідентифікація і політична лояльність. Кожне свято є дзеркалом своєї епохи, але в той же час всі свята мають деякі загальні характерні риси.

У наш час в суспільстві масового споживання, емоції з нагоди заходу, що проводиться, виражаються в різноспрямованих формах. Так, з одного боку, зменшується ступінь формалізації процедури події, при цьому стає більш явним утилітарний характер святкування. З іншого боку, святкування, залишається інструментом регулювання соціальних

відносин і способом об'єднання групових інтересів, що проявляється в політичній ангажованості та ритуальній формалізованості [6].

Виступаючи предметом економічного інтересу і інформаційного обміну, свято бере участь в процесах глобалізації, сприяючи поширенню культурних практик і стандартизованих прикладів поведінки. Тобто чітко простежуються два елементи свята – відкритий і латентний.

Саме тому фахівці та вчені (К. Лейн, Р. Стайте, В. Глебкін) розглядають офіційні свята як інструмент ідеологічного впливу і політичної соціалізації, при цьому лише останні роки недержавні свята стали предметом дослідження.

Однак теоретичне осмислення святкової культури в традиційних суспільствах вже проводилося в контексті культурології, етнографії та соціокультурної антропології, зокрема, це наведено в працях по еволюції культури, де розглядаються взаємини ритуалу і міфу (Е. Ліч, Е. Тайлор, В. Тернер, Дж. Фрезер).

Також на процес дослідження символічного змісту свята вплинула теорія формування і трансформації колективних уявлень Е. Дюркгейма. Тому у контексті інтерпретативної моделі свято розглядається як особливий аспект соціальної поведінки, пов'язаний з розривом в повсякденності, яка формує специфічну систему культурних символів (П. Бергер, Е. Гоффман, Т. Лукман, Дж. Мид, А. Шюц).

Також важливим аспектом дослідження є те, що саме свята несуть особливе функціональне навантаження в перехідний період життя людини і суспільства, коли соціальні структури слабшають або трансформуються. Відображаючи зміну соціальних орієнтирів, свято створює культурне оформлення ціннісно-нормативних регуляторів соціальної поведінки.

Функціональність свята також не виключає можливість його використання для перевизначення владних відносин і дезорганізації соціального порядку та фасілітації культурних змін [3].

Таким чином, в даному дослідженні доведено, що свято є феноменом кожної національної культури, при цьому є значним соціологічним явищем та найважливішим соціал-

льний інститутом, який формує національну ідентичність представників конкретного суспільства. А на сучасному етапі розвитку суспільства стало предметом масового споживання в суспільстві, але при цьому воно може бути інструментом дезорганізації соціального порядку та фасілітації культурних змін.

Список використаної літератури

1. Близнюк Т. П. Івент-менеджмент: вплив національної культури / Т. П. Близнюк // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика – матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків – м. Торунь, 3-4 березня 2020 року. – Харків: ФОП Панов А.М., 2020. – С. 206–209.
2. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии = Les Formes élémentaires de la vie religieuse: le système totemique en Australie / пер. с франц. А. Апполонова и Т. Котельниковой; под науч. ред. А. Апполонова. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. – 736 с.

3. Карпова Г. Г. Праздник в контексте социальных изменений. Дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 : Саратов, 2001 – 157 с.

4. Крюкова О. П. Event-менеджмент как инструмент мотивационной политики / О. П. Крюкова // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 10-2. – С. 249-250.

5. Лемер С. Искусство организации мероприятия. / С. Лемер. – М. : Букинист, 2006 – 288 с.

6. Лотман Ю. Н. Беседы о русской культуре. / Ю. Н. Лотман – СПб.: Искусство, 1994. – 670 с.

7. Поплавський М. М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля / М. М. Поплавський // Питання культурології. – 2017. – Вип. 33. – С. 186– 197.

Автори

Близнюк Тетяна Павлівна, професор кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (blyznyuk.tetyana@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 22 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 394.2:316.7

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СКЛАДУ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ІВЕНТ ЗАХОДІВ

Кінас Ірина Олександрівна, к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Серіков Деніс Олександрович, к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — В представленому дослідженні проаналізовано сучасні підходи до формування складу персоналу для івент заходів. Визначено, що раціональне управління персоналом є ключовим моментом в організації заходів, оскільки саме люди є основним виробничим інструментом, і не варто його втрачати на користь конкурента.

Ключові слова — івентор, подієвий маркетинг, персонал, івент заходи.

Реалії сьогодення свідчать, що управління івент-проектами базується на взаємодії різних систем, серед яких головною, що приводить до дії інші, є система управління людськими ресурсами. В умовах ринку невирішеність проблем з управління людськими ресурсами є чинником неефективності події.

Підвищення вимог до персоналу, призводить до того, що у ринковій економіці України одним із найбільш актуальних завдань є задоволення потреб соціокультурної сфери у висококваліфікованих кадрах.

Питаннями формування складу персоналу в сфері подієвого менеджменту присвячені роботи таких вчених як Дж. Голдблатт, У. Хальцбаур, М. Сондер, Е. Давыдова, Г. Тульчинський, Іванова О. В., Шмитт Б., А. Шумовіч.

Специфіка ринку послуг (а особливо event-послуг) полягає в тому, що на успіх та ефективність події значно впливає персонал. Event-проект без присутності тих, хто його організовує, не відбудеться. Тобто фактично персонал – це принципово ключовий і важливий елемент заходів. Отже працівник (івентор) – основний елемент організації події.

Івентор – це фахівець з планування, організації та проведення івент - проектів, є експертом в творчих, технічних та організаційних питаннях івент - бізнесу.

До основних функцій управління персоналом в івент відносять: німецький дослідник У. Хальцбаур відносить функцію мотивування та налагодження комунікації, функцію формування складу команди. Також він вважає, що витоками ефективного управління персоналом є своєчасне визначення потреби в співробітниках відповідних кваліфікацій і в постановці актуальних завдань. Використовуючи робочий структурний план можна окреслити ділянки робіт і види діяльності, а також кількість необхідних співробітників з відповідною кваліфікацією для виконання цих робіт.

Визначивши потребу в персоналі необхідно перейти до аналізу наявного кадрового складу, за допомогою якого з'ясовують, наскільки потреба в персоналі вже задоволена. Якщо наявні кадри не задовольняють потребу в персоналі або відсутні фахівці певної кваліфікації, можна задіяти сторонні фірми з надання відповідних послуг або забезпечити додаткове навчання співробітників [4].

Особливу увагу У. Хальцбаур приділяє питанню мотивації команди та методам налагодження ефективної комунікаційної системи всередині всієї організаційної структури.

Інший підхід до управління людськими ресурсами та персоналом пропонує О. Шумовіч, директор компанії Eventum, член міжнародної асоціації ISES (International Special Events Society). Він вважає, що основними функціями управління людськими ресурсами є наймати, розвивати, організовува-

ти, мотивувати, утримувати або звільняти персонал. На його думку, оскільки івент менеджмент має справу з людьми, то основні теоретичні принципи управління персоналом, які склались в науковій практиці діють так само в івент менеджменті, як і в інших галузях [5].

Раціональне управління персоналом є ключовим моментом в організації заходів, оскільки саме люди є основним виробничим інструментом, і не варто його втрачати на користь конкурента.

На даний момент (не тільки в event-індустрії) склалися дві різні культури управління персоналом: 1) виховувати кадри або 2) набирати команду під конкретний проект.

Особлива увага при розгляді проблеми управління людськими ресурсами в івент індустрії приділяється питанню залучення тимчасового персоналу, який може виступати у ролі оплачуваних найманих працівників і в ролі волонтерів.

У ході підготовки заходу для виконання простих робіт може знадобитися тимчасовий персонал.

Функції тимчасового персоналу:

- реєструвати учасників;
- можна віднести виписування запрошень і тощо);
- упаковувати і оформляти сувеніри;
- відправляти факси, листи та ін.;
- обдзвонювати аудиторії по телефону;
- виконувати функції промо-персоналу, масовки.

Але, не можна розраховувати на лояльність тимчасового персоналу. В такому випадку необхідно залучати координатора, який відповідальний за результат. Відповідно у нього повинні бути всі повноваження з відбору претендентів, з матеріального стимулювання, він повинен мати право звільняти людину або виплачувати йому премію.

Координатору івент-проекту доведеться працювати в тісному контакті зі своїми підлеглими: щоб бути впевненим у якості роботи тимчасових співробітників він повинен постійно їх перевіряти і контролювати.

Оптимально, якщо на одного співробітника агенції доводиться не більше десяти тимчасових працівників (хоча, звичайно, це залежить від того, що саме вони роблять).

Для успішної роботи над заходом необхідний ефективний обмін інформацією - це один з найбільш важливих моментів. Для цього потрібно регулярно проводити наради з усіма зацікавленими людьми, плюс зустрічі з Клієнтом.

Сила такого підходу - в неухильній регулярності: наприклад, щотижневі зустрічі в певний день тижня, ранкові наради.

Крім цього потрібно намагатися зберегти у письмовій формі інформацію, яка вважається важливою і яка повинна бути доступна членам команди.

План заходу повинен бути не в голові менеджера - він повинен бути написаний. Тоді, навіть якщо менеджера, відповідального за цей захід, немає на робочому місці, будь-хто зможе відповісти на дзвінок і питання Клієнта.

Потрібні документи можуть зберігатися в друкованій формі або пересилатися всім залученим в проект співробітникам по електронній пошті.

Перед заходом обов'язково пишеться сценарій, де вказано, хто відповідає за яку зону (територію або комплекс завдань).

Таким чином, оскільки головним завданням фахівців з організації подій (корпоративних свят, маркетингових заходів, тренінгів, конференцій і семінарів) є перш за все вміння знайти найбільш правильні, доречні та ефективні рішення проблем, з якими можна зіткнутися при виконанні роботи.

Список використаної літератури

1. Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства / Франсуа Колбер при участии Ж. Нантель, С. Билодо, Дж. Д. Рича; [пер. с англ. Л. Г. Мочаловой]. - Санкт-Петербург : АРТ-Пресс, 2004. - 255 с
2. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / Марк Сондер; [пер. с англ. Д.В. Скворцова]; под общ. ред. Стрижак. - Москва: Вершина, 2006. - 544 с Карпова Г. Г. Праздник в контексте социальных изменений. Дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 : Саратов, 2001 – 157 с.
3. Хальцбаур У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер; [пер.с нем. Т. Фоминой] - М. : Эксмо, 2007. - 384 с.
4. Кацадзе Н. Антикризисные формулы для ивент-агентств / Н. Кацадзе // About Event. - 2009. - № 2. - С. 28-34.

Автори

Кінас Ірина Олександрівна, доцент кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (iryna.kinas@hneu.net)

Серіков Деніс Олександрович, доцент кафедри менеджменту та бізнесу, Харківсь-

кий національний економічний університет імені Семена Кузнеця (denisser2010@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 25 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.5

ЯК COVID-19 ВПЛИНУВ НА ІВЕНТ-ІНДУСТРІЮ?

Мазоренко Оксана Володимирівна, к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Ці тези присвячені дослідженню впливу пандемії, викликаній вірусом COVID-19, на світовий та, зокрема, український івент-ринок. Досліджено основні фактори впливу та наслідки для івент індустрії, а також визначено тенденції на майбутнє.

Ключові слова — івент, івент індустрія, захід, COVID-19.

У зв'язку з кризовою ситуацією, викликану пандемією COVID-19, бізнес в 2020 році опинився в складних економічних умовах. Спад економіки, скорочення купівельної спроможності та зміна поведінки споживачів призвели до скорочення або навіть зупинки цілих галузей.

Метою дослідження є аналіз стану івент індустрії та наслідків пандемії й визначення тенденцій розвитку.

Розмір івент індустрії в світі оцінювався в 1135,4 млрд. доларів у 2019 році, і очікувалось, що він досягне 1552,9 млрд. доларів до 2028 року, що складе 11,2% зростання [5].

Але COVID-19 змінив весь світ, і Україна, на жаль, не стала винятком. Найбільш негативні наслідки через обмеження пересування, самоізоляцію, запровадження режиму карантину зазнала івент індустрія (фестивалі, виставки, конференції, презентації, бізнес-івенти, промоушн-івент тощо).

В дослідженні [3] зазначається, що втрати в івент індустрії склали близько 666 млн. доларів станом на квітень 2020 року внаслідок скасування заходів у всьому світі і без роботи залишились 85,9 млн. чоловік.

Проаналізувавши всі масштабні події в усьому світі, було визначено три шляхи вирішення проблем, пов'язаних з карантинном [1]: повне скасування заходу; перенесення заходу на невизначений термін;

перехід в онлайн-простір. На рис. 1 наведена глобальна статистика змін через COVID-19 в проведенні івентів.

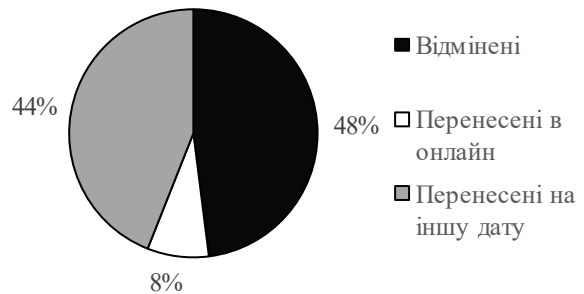


Рис. 1. Глобальна статистика змін у проведенні івентів [1]

Відповідно до прогнозу, зробленому в роботі [4], очікуються деякі тривалі негативні наслідки настроїв як для внутрішньої, так і для міжнародної участі у заходах, що призведе до зменшення середньої відвідуваності івентів в 2021 та 2022 роках на 25% та 5% відповідно, а повне відновлення прогнозується у 2023 році. Такий прогноз базувався на основних факторах, що обумовлюють вплив пандемії COVID-19 на індустрію івентів. До таких факторів в дослідженні [4] віднесені наступні:

1) скасування подій або затримки, здійснені добровільно організаторами або у відповідь на урядові обмеження щодо обмеження масових заходів;

2) офіційні обмеження на регіональні та міжнародні поїздки;

3) індивідуальна неохочість до ризику, яка може призвести до того, що потенційні учасники скасовують свою присутність на заході.

Не зважаючи на тимчасові послаблення карантину, сфера організації заходів все ще страждає найбільше. Як зазначає автор [3],

загроза захворювань увійшла в свідомість людей, і політика розваг та організації заходів деяких країн веде до серйозного спаду та краю рецесії для таких та взаємопов'язаних галузей.

Пандемія справила глибокий вплив на те, як люди живуть своїм життям, і прискорює зміни в поведінці споживачів.

Reed Exhibitions [2] провели дослідження, як впливає COVID-19 на поведінку споживачів щодо участі в офлайн та онлайн заходах. Серед основних змін у споживчій поведінці було виявлено наступні:

– COVID-19 прискорює зміни в поведінці споживачів. 84% споживачів івент індустрії випробували під час локдауну принаймні один новий цифровий сервіс.

– Прийняття цифрових інструментів з часом зростає. Спостерігається зростання використання цифрових сервісів з 3,3 у червні 2020 року до 3,6 на кінець 2020 року.

– Зростання позитивного ставлення до онлайн-івентів. Більш ніж 90% споживачів під час пандемії відзначили, що хотіли б відвідати один або кілька заходів у цифровому форматі.

– COVID-19 не зменшив значення реальної участі в івенті для учасників, які прагнуть повернутися, як тільки будуть зняті обмеження. Важливість проведення та участі у заходах залишається незмінною як для організаторів, так і для відвідувачів.

– Споживачі дедалі більше готові до участі в онлайн івентах поряд із офлайн заходами, коли вони повернуться. 65% споживачів та 57% організаторів заходів вважають, що digital продовжить працювати на івенти після COVID-19.

Зазначені вище наслідки COVID-19 для івент індустрії та тенденції дозволили сформулювати базові тенденції на найближче майбутнє для індустрії івентів:

1. Використання нових цифрових технологій для проведення онлайн і офлайн заходів.

2. Проведення онлайн і офлайн івентів в рівній мірі.

3. При організації заходів поважати особистий простір.

4. Особисте здоров'я і самопочуття кожного учасника – запорука успіху івенту.

5. Альтернативні варіанти участі в заході – запис, онлайн-трансляція, тощо.

6. Використання безконтактних заходів безпеки на івентах (безконтактні візитні картки; цифрові бейджи; безконтактна оплата, в'їзд та парковка; доступ до інформації про події без використання брошури або цифрового екрану на місці).

Проведене дослідження дозволило визначити вплив COVID-19 на індустрію івентів. Основним наслідком пандемії є серйозні втрати в галузі через скасування та перенесення івентів. На сьогоднішній день індустрія «виживає» за допомогою віртуальних подій. Тому вплив COVID-19 на івент індустрію є серйозним і вимагає підтримки урядів та спонсорів.

Список використаної літератури

1. Як український ринок event послуг переживає кризу 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://ubi-hall.com.ua/uk/2020/05/14/yak-ukrayinskyy-rynok-event-posluh-perezhyvaye-kryzu-2020-roku/> - UBI Конференц Холл.

2. COVID-19 and How it's Changing the Event Industry / Reed Exhibitions [Electronic resource]. – Access mode: <https://reedexhibitions.com/sites/default/files/pdfs/COVID-19%20and%20How%20it's%20Changing%20the%20Event%20Industry.pdf>.

3. Madray J. S. The impact of COVID-19 on event management industry / Jaskaran Singh Madray // International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology. – 2020. – Vol. 5, Issue 3. – P. 533-535.

4. Poland Meetings and Events Industry. Report 2020 [Electronic resource]. – Access mode: www.pot.gov.pl.

5. Vig H. Events Industry by Type, Revenue Source, Organizer, and Age Group: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2021–2028 / H. Vig, R. Deshmukh [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market>.

Автори

Мазоренко Оксана Володимирівна, доцент кафедри менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (oksana.mazorenko@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 005.336.6

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ІВЕНТ-АГЕНСТВА

Немашкало Каріна Ромеовна, к.е.н, доцент Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Бутенко Дар'я Сергіївна, к.е.н, доцент Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Робота присвячена обґрунтуванню засобів формування позитивного іміджу івент-агенства. Запропоновано використовувати як інструмент формування позитивного іміджу майстер-план. Наведений приклад сформованого майстер-плану для івент-агенства «Душевні свята» за усіма його компонентами.

Ключові слова – імідж, позитивний імідж, зовнішній імідж, закладка фундаменту, внутрішній імідж, невловимий імідж.

Розвиток діяльності будь-якої компанії івент індустрії залежить від позитивних оцінок його діяльності від постійних клієнтів, та сформованого позитивного іміджу. Питаннями формування позитивного іміджу у різних сферах діяльності займається багато зарубіжних та українських вчених Данчева О., Королько В., Лембрик Л., Орбан-Уотермен І., Решетілова Т., Семенов А., Смирнова Ю., Томилова М., Хаванов А., Химич І., Швалб Ю та інші науковці. Кожен з них присвятив свої праці проблемам іміджу підприємства в різних його аспектах.

Мета дослідження полягає у використанні майстер-плану як інструменту формування позитивного іміджу івент-агенства.

Формування позитивного іміджу є передумовою довготривалого, стабільного та успішного функціонування компанії на ринку. Існує безліч методів, засобів та інструментів формування позитивного іміджу. Одним з інструментів є майстер-план, що складається з принципів, правил, зобов'язань і обмежень, яких повинні дотримуватися співробітники та клієнти компанії [1]. Його створення спрямоване на регулювання взаємодій і вза-

ємин як між співробітниками в колективі, так і безпосередньо в роботі з клієнтами.

Майстер-план повинен складатися з чотирьох основних частин: закладки фундаменту, зовнішнього, внутрішнього і невловимого іміджу, кожна з яких спрямована на досягнення трьох головних завдань [2]: досягнення високого рівня компетенції та ефективної роботи, підтримання позитивного іміджу, встановлення емоційної зв'язки з громадськістю. Розглянемо сформований майстер-план на прикладі івент-агенства «Душевні свята» за усіма компонентами. Першим компонентом є закладка фундаменту, що характеризується для даного агентства наступним чином:

Принципи компанії: розвиток духовної культури суспільства, доброзичливість, ввічливість, гарний настрій, взаємоповага, подяку, талант, творчий підхід, ентузіазм, оригінальність, колективізм, приємна спокійна атмосфера, прагнення до успіху, саморозвиток, пунктуальність, цензура.

Положення про цілі компанії: не бути схожими на інших; нехай цілі надихають; положення повинно бути точним і чесним; викладіть концепцію компанії; зосередьтеся на потребах клієнтів.

Філософія компанії: задоволення замовників, створення приємної атмосфери, створення заходів за затвердженим сценарієм, забезпечення унікальності, творчий підхід до виконання поставлених завдань, злагоджена робота колективу, а також вірність принципам.

Довгострокові цілі: створення свого власного стилю, залучити якомога більше потенційних клієнтів, побудова відомого агентства по всій території України.

Стандарти: розробка стандартів поведінки.

Другий компонент це зовнішній імідж компанії івент-агентства «Душевні свята», який формується з сприйняття його клієнтом за допомогою його п'яти почуттів. Враження складається з того, що він бачить, чує, відчуває, чіпає і вдихає. Зовнішній імідж складається:

Якість продукту: менеджери агентства завжди чемно спілкуються з клієнтом, обов'язково вислуховують думку клієнта і ненав'язливо пропонують свої ідеї. Оренда місця проведення, обладнання завжди полягає заздалегідь для того, щоб не підвести клієнта і чітко діяти планом підготовки. Спілкування з замовників ведеться в період підготовки заходи і також після.

Відчутний імідж: перш за все клієнт бачить красивий і комфортний офіс зі зручною транспортною розв'язкою, назва, яку легко запам'ятати, охайний зовнішній вигляд співробітників агентства (діловий стиль одягу), хороша репутація агентства.

Суспільна діяльність: агентство періодично приймає участь в кінематографічних та музикальних фестивалях, виховних акціях, соціальних проектах.

Реклама: на сьогодні реклами через клієнтів та періодичних заходів не досить, агентство обов'язково повинно мати офіційні сторінки в соціальних сторінках, через це з'явиться більше молодих та прогресивних замовників.

Зв'язки з інвесторами: агентство не має постійних інвесторів зараз, але після рекламної кампанії і збільшення клієнтської бази буде можливість співпраці з великими компаніями та інвесторами.

Зв'язки зі ЗМІ: на даному етапі агентство не співпрацює зі ЗМІ, але дотримуючись рекомендацій, завдяки публікаціям в місцевих газетах та журналах, роботі з локальними телеканалами рейтинг агентства зростає.

Відношення персоналу до роботи та зовнішнього вигляду: співробітники підходять до своєї роботи відповідально, вчасно виконуючи свої обов'язки, завжди готові піти на зустріч один одному в робочих моментах. Всі дотримуються офіційного стилю одягу і виглядають охайно.

Третій компонент – це внутрішній імідж компанії івент-агентства «Душевні свята»:

Фінансове планування: планування витрат на рекламу, оновлення стилю агентства, розвиток напрямків.

Кадрова політика: всі співробітники агентства складають творчу команду, яка працює як механізм, бо у кожного є свої обов'язки і навички. При виборі потенційних кандидатів завжди враховується наявність своєї думки і вміння працювати в команді.

Тренінги співробітників: директор і керівник проводять тренінги самостійно або ж відправляють співробітників на семінари до інших фахівців. До нових знань і технікам співробітники ставляться позитивно і завжди з радістю дізнаються про новинки івент-сфери.

Програми заохочення: щомісяця вся команда вибирає співробітника місяця по результату роботи, це зміцнює моральний дух і мотивує. Так само надаються знижки на послуги агентства для співробітників і їх близьких.

Та остання, четверта компонента це невольний імідж, який залежить від здатності встановлювати емоційний зв'язок з оточуючими. Всі співробітники івент-агентства повинні навчитися мистецтву встановлення емоційних зв'язків, для чого їм необхідно оволодіти трьома його рівнями:

Ввічливість: вміння шанобливо і тактовно спілкуватися з людьми, готовність знайти компроміс і вислухати протилежні точки зору.

Встановлення контакту: вміння чути і розуміти клієнта.

Вміння привертати до себе увагу клієнта: відповідна реакція покупця на відчутне, на обслуговування і ставлення до нього співробітників агентства, сервіс.

Тобто, позитивний імідж компанії залежить від добре сформованого майстер-плану, який розкриває зміст соціально значущої діяльності, суспільну корисність послуг, відповідає вимогам суспільства і демонстрував індивідуальність компанії.

Список використаної літератури

1. Седова Л. Н. Могущество имиджа : учебное пособие. Ч. 2 / Седова Л. Н. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400.
2. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб. : Питер, 2000. – 200 с.

Автори

Немашкало Каріна Ромеовна, доцент кафедри менеджменту ті бізнесу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (hneu.nemashkalo@gmail.com)

Бутенко Дар'я Сергіївна, доцент кафедри менеджменту ті бізнесу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (butenko.hneu@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції.

УДК 33.330.659.126

JUSTIFICATION OF CORPORATE IMAGE FOR THE PURPOSE OF CREATING A SUPERBRAND

Maistrenko Olga PhD, associate professor, management and business department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine.

Abstract — the article highlights the main issues of the essence of corporate image; the model of corporate image is formed.

Keywords — brand, image, corporate image, model, business-image

Corporate image should be considered as the image of the organization as a whole, not individuals, employees, departments or the results of their work [1]. This should include the company's reputation, its achievements, successes, awards, degree of stability. The main means of forming a corporate image include: 1) corporate identity, which should be the basis of the image, the main means of its formation; 2) visual means of image: packing, registration of show-windows, offices, exhibition halls, development of models of announcements; 3) verbal (verbal) means – with a specific intention selected style, which is focused on a specific customer, consumer; 4) advertising tools that should promote the formation of a positive attitude towards the products of the enterprise; 5) PR-activities – clearly meaningful and planned efforts to form a positive understanding between the company and the public. These include exhibitions, presentations, press conferences, charity sponsorship and other events [2].

The corporate image of the organization is a holistic perception of the company by different target audiences, which is formed on the basis of information about its activities. Corporate image can be defined as a set of ideas, images and associations that arise in public groups about a particular company [3].

The corporate image model is based on axioms [3, 4] ∴

1. There is a direct linear relationship between image and consumer behavior. A positive image evokes the desired consumer behavior, so it is assumed that it directly affects the success

of the organization. In fact, the relationship between image and action is more complex and poorly understood by consumers.

2. Corporate identity is directly related to corporate image. Corporate identity is understood as a personal «I», characteristic of the organization, which distinguishes you from others. The traditional model assumes: what is the identity of the organization, as well as the corporate image. In fact, there are fans who love the image of the organization, and many of them may be inappropriate for their personality.

3. The dominant source of information visualization is the organization itself. The impact of other sources is underestimated.

4. Uniqueness and interpretation don't play a significant role in shaping the image. Traditional models do not take into account the peculiarities of life experience, cultural, historical memories and internal current attitudes.

5. Image is a one-dimensional structure. The traditional view does not know that there are many evaluations and impressions of the same object, even at the level of one recipient.

6. Image-forming factors are mainly based on the public relations and PR-company of the organization.

7. Business-image. The company's business image is important for the company's partners and characterizes its business reputation, competitiveness, stability and other indicators that characterize the company as a successful, dynamically developing.

Corporate image is a necessary condition for a company to succeed in business. For this purpose, a corporate image model was formed in order to create a superbrand, which is shown in Figure 1.

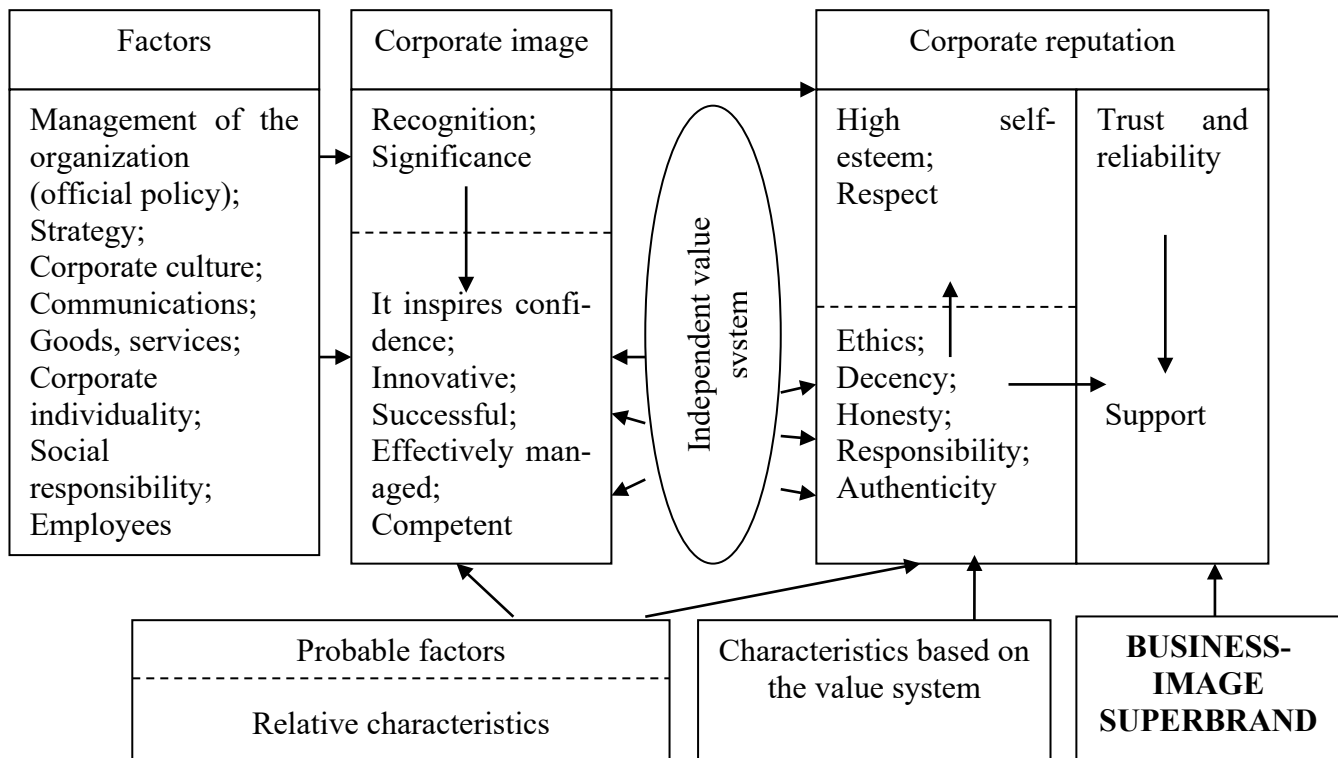


Fig. 1. Model of corporate image in order to create a superbrand

The corporate image consists of many components, namely: product image, consumer image, internal image of the organization, image of the head, image of the personnel, visual image of the organization, social image of the organization, business image of the organization.

Creating a corporate image is a long process. The end result of this process is the perception of the company by individual target audiences.

References

1. Велешук С. С. Івент-менеджмент в стратегічному розвитку підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності) / С. С. Велешук. – Київ, 2008. – 20 с.
2. Імідж організації [Електронний ресурс] // Портал «Stud.co.ua». – Режим доступу: https://stud.com.ua/21960/etika_ta_estetika/imidzh_organiza_tsiyi
3. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом / К. Л. Келлер; [пер. с англ.]. – [2-е изд.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 704 с.

4. Maistrenko O. Modern problems of the branding: basic concepts, essence / O. Maistrenko // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика – матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 18-19 березня 2019 року. – Харків: ФОП Панов А.М., 2019. – С. 29–32.

5. Тімонін К. О. Формування та використання бренда в процесі управління / К. О. Тімонін // Управління розвитком: зб. наук. статей. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2011. – №4(101). – С. 39–41.

Author

Maistrenko Olga PhD, associate professor, management and business department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine (mayolia@ukr.net)

Manuscript received 10 February 2021.

Published as submitted by the author(s).

УДК 338.4

MODERN MEANS OF SOCIAL PROJECTS DIGITALIZATION

Andriichenko Zhanna, Ph.D, docent, S.Kusnetz KhNEU, Kharkiv, Ukraine

Abstract — The entire event industry is experiencing certain difficulties and losses in the context of the coronavirus. Therefore, an extremely urgent task is to find alternative options for generating income that will allow organizers to reengineer their business processes and make money even during a period of rapid decline in the share of traditional events, and, accordingly, solve the economic problem of reducing costs against the background of income growth. One of the ways to solve this problem is the widespread use of specialized software in the field of event management. Theses discusses the most widely used software in the field of event management.

Keywords — digitalization, event management, platform, social disaig, social project, software.

Social projects are the results of scientific and theoretical and at the same time practical activities aimed at the development of social systems, institutions, objects based on social foresight, forecasting and planning of their social qualities and properties. Social projects are used to manage social processes and to form something new that characterizes trends in social development. Therefore, social design is associated with innovation and the introduction of social innovation [1].

Despite the contradictions that arise in the market economy between business and social projects, in practice their gradual interpenetration takes place. Thus, market-oriented and highly profitable companies in the IT industry are developing multifunctional software products that can be used by various economic entities and for various fields of activity, including social design.

On the one hand, a number of parameters should be laid in the basis of social design:

- the inconsistency of the social object;
- multi-vector development of a social object;
- the multiplicity of factors of his being;

- subjective components of the formation of social expectations and forecast;

- factors that determine various criteria for assessing a social object.

The set of these parameters and the multivariate nature of the development of a social object and, accordingly, a social project, push to the realization of the need to automate project activities. On the other hand, the rapid digitalization, further enhanced by lockdowns, social distancing and the impossibility of holding events in the previous format, leads to the need to search for new ways of interacting with social groups - the addressees of a social project. Therefore, the use of new software tools in event management is becoming a condition for survival in new realities.

Today, the IT market has a huge variety of resources for solving problems of this kind. Using the Internet-resource g2.com [3], which helps businesses discover, buy, and manage the technology they need to reach their potential, software and platforms in the field of event management were analyzed. Firstly, appropriate products were ranked by the number of reviews and the average score (the number of stars assigned by customers on a 5-point system). Then they were divided into 4 groups according to the criteria of their scope. Each group is represented by the 6 highest rated products. Results of this research are presented in the tabl.1.

Also, tab. 1 shows the distinctive, unique characteristics of the product, whether the event manager has the opportunity to try them in a free trial version or not, and the target group of users.

As we can see on tab.1 some products have specialization in accordance with their profile, for example, Crowdpuurr, Slido, Glisser are specialized audience response software. If a client needs a variety of options and functionality there exists such product as Aventri which provides many possibilities.

Table 1

Ranking of the most used programs and platforms for event management

Name of product / platform	Star (review)	Unique Categories	Free trial (+/-)	Users
Audience Response Software				
Kahoot!	4.6 (303)	Assessment, Study Tools, Sales Training and Onboarding, and Microlearning Platforms	–	Mid-Market
Quizizz	4.9 (221)	Study Tools	+	Small-Business
SpotMe	4.6 (105)	Mobile Event Apps	+	Enterprise
Crowdpurr	4.9 (101)	–	+	Small-Business
Slido	4.6 (54)	–	+	Mid-Market
Glisser	4.8 (5.4)	–	+	Small-Business
Conference Intelligence Software				
Aventri	4.2 (143)	Mobile Event Apps, Lead Capture, and Conference Intelligence	–	Small-Business
Hubilo	4.7 (83)	Event Registration & Ticketing, Mobile Event Apps, Event Management Platforms, Lead Retrieval, and Virtual Event Platforms	+	Small-Business
DataFox	4.6 (68)	Sales Intelligence, Lead Scoring, Account Data Management, and Marketing Account Intelligence	–	Mid-Market
JiffleNow	4.8 (39)	–	–	Enterprise
Circa	4.4 (21)	Virtual Event Platforms, Event Management Platforms, Event Planning, Lead Retrieval, and Event Marketing	+	Mid-Market
Cven Universal Appointments	4.6 (20)	–	–	Small-Business
Event Management Platforms				
Cven	4.2 (1337)	Virtual Event Platforms and Event Planning	+	Mid-Market
Eventbrite	4.4 (681)	Event Management Platforms and Customer-to-Customer (C2C) Community Marketing	+	Small-Business
EventMobi	4.6 (166)	Mobile Event Apps	+	Small-Business
Aventri	4.2 (143)	Mobile Event Apps, Lead Capture, and Conference Intelligence	–	Small-Business
Splash	4.6 (141)	Virtual Event Platforms and Event Management Platforms	+	Mid-Market
Bizzabo	4.6 (136)	Virtual Event Platforms, Mobile Event Apps, and Event Management Platforms	–	Small-Business
Event Marketing Software				
Constant Contact	3.9 (4417)	Shopping Cart, Domain Registration, Survey, Social Media Management, Search Advertising, Email Marketing, Social Media Advertising, E-Commerce Tools Show More	+	Small-Business
Cven	4.2 (1337)	Virtual Event Platforms and Event Planning	+	Mid-Market
Eventbrite	4.4 (681)	Event Management Platforms and Customer-to-Customer (C2C) Community Marketing	+	Small-Business
Hopin	4.7 (219)	Virtual Event Platforms	+	Small-Business
EventMobi	4.6 (166)	Mobile Event Apps	+	Small-Business
Aventri	4.2 (143)	Mobile Event Apps, Lead Capture, and Conference Intelligence	–	Small-Business

Tab. 1 was built by the author on basis of g2.com data [3]

As we can see on tab.1 the multifunctional products are much more than specialized. In addition, with the most of these products (almost

70%) potential users can get acquainted with a free trial version. The dominant part of the products is created for small business (62.5%),

and only 1% is developed for enterprises. It means that there are a lot of technical means with multivariate set of options which are created for different categories of users.

It is not necessary to count on the fact that with the end of COVID-19 life will return to the old way. Even 1 year spent in the regime of restrictions and changes led to serious economic losses, both at the macro- and micro- levels, as well as social and psychological changes [2,4]. And even if some of the events return to offline mode, neither society nor individuals will forget the enormous opportunities that are provided by transferring part of the operations online. Accordingly, now is the time to think about reforming the business processes of social design and creating qualitatively new digitalized social projects based on the capabilities of modern CT and IT.

The use of software, digital platforms for business events and social projects, as well as the use of world experience in the content and format of social events, will promote the

development not only of the event industry, but also of society as a whole.

References

1. Мисик В. М. Сутність та характеристика івент-менеджменту в системі управління підприємства / В. М. Мисик // Економіка та управління підприємствами 2020. – № 50-1. – С.143–148.
2. Ткаченко Т. Івент-індустрія та туризм у світовій економіці / Т. Ткаченко, Т. Дупляк, Ю. Забалдіна // Вісник КНТЕУ. – 2020. – № 4. – С. 55–63.
3. Internet resource for searching IT products, software and platforms. URL: <https://www.g2.com>.
4. Мухайличенко Н. Planning of event portfolio for tourism destination in post quarantine period. / Н. Мухайличенко, S. Kravtsov, Y. Zabaldina. // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – 2020. № 2. – С. 36-47.

Author

Andriichenko Zhanna, associate professor, S. Kusnetz Kharkiv National Economic University (zhanna.andriichenko@hneu.net)

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.001.1 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ EVENT РИНКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Ларіна К.В., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – У статті розглянута ситуація на ринку івент послуг в умовах пандемії COVID-19, описані способи адаптації операторів івент ринку до карантинної ситуації, а також сучасні можливі варіанти реалізації заходів та просування бізнесу. Визначені подальші тренди розвитку ринку. А також напрямки трансформації комунікацій в онлайн. Описані важливі акценти в організації та проведенні заходів після карантину.

Ключові слова – онлайн комунікації, прогноз ринку, тренди ринку, COVID-19, event ринок, Internet реклама, соціальні мережі, трансформація комунікацій, організація івентів після пандемії.

У зв'язку з кризовою ситуацією, викликану пандемією COVID-19, український бізнес в 2020 р. опинився на межі виживання. Спад економіки, скорочення купівельної спроможності та зміна поведінки громадян, відсутність підтримки (або її неефективність) з боку держави призвели до скорочення виробництва та надання послуг, або навіть зупинки цілих галузей господарства. В умовах кризи держава запровадила жорстку регуляторну політику, що створила перепони для роботи, знижуючи рентабельність бізнесу. Насамперед під загрозою опинилися малі та середні підприємства. Великі корпорації також змушені скорочувати штат, відправляючи працівників у безкоштовні відпустки [1].

З найбільшими проблемами стикнулися підприємства та організації, які працювали повністю в офлайн та у яких зник зв'язок зі своїм безпосереднім споживачем. Саме ринок івент послуг поряд із туризмом та сегментом HoReCa знаходиться в топі найбільш

постраждалих від карантину та зараз намагається виживати.

На початку пандемії в 2020 році механізмами адаптації виступали стандартні заходи оптимізації витрат: урізання внутрішніх бюджетів, знижки та акції на попередні замовлення, ведення переговорів з партнерами про зниження цін на оренду, про перенесення івентів. Після мораторію на проведення масових заходів, всі почали шукати альтернативні шляхи реалізації івент-проектів. Насамперед шляхом проведення заходів в онлайн-форматі з використанням сучасних інформаційних телекомунікаційних технологій. Глобальна статистика змін в проведенні світових значущих заходів в 2020 році наведена на рис. 1.

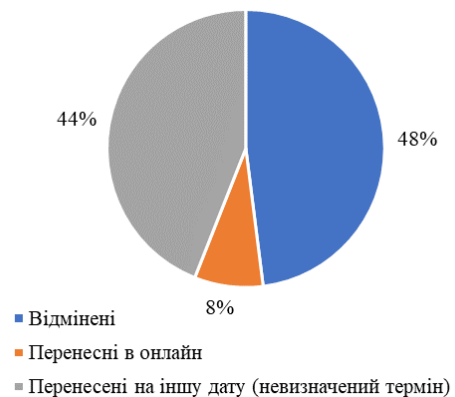


Рис. 1. Глобальна статистика змін всіх значущих подій 2020 року в світі

В свою чергу технології спілкування в реальному часі, такі як ZOOM, отримали своє почесне місце в сфері ведення бізнесу та організації зустрічей, конференцій, семінарів, форумів, тренінгів, презентацій, симпозіумів тощо. Безліч проектів за період карантину були ус-

пішно здійснені саме завдяки віртуальним нарадам та віддаленій роботі [2].

Ці ж механізми впроваджувалися і в роботу івент-агентств. Настав час переглянути бізнес-процеси, а всі нововведення на час карантину скоріш за все збережуться і після повернення до звичайного режиму.

На сьогодні діловий клімат характеризується словом «невизначений». Всі шукають можливості. І одна з них – оптимізувати існуючий набір комунікацій, змінювати формат організації заходів задля задоволення потреб ринку та успіху.

В такій ситуації більшу значущість отримують онлайн-комунікації, оскільки обмежені в пересуванні споживачі активно почали використовувати Інтернет-ресурси.

Статистика свідчить: лише під час першого тижня карантину в Україні кількість унікальних користувачів і час сеансів у Facebook, Instagram, Youtube зросли приблизно втричі. За одночасного скорочення рекламних бюджетів у рекламодавців це призвело до здешевлення рекламного трафіку. В період пандемії його можна купувати на 30–50% дешевше та в набагато більших обсягах, аніж у докризовий період [4].

Окремі напрямки медіабізнесу, як-то радіо або журнали, взагалі через вплив кризи опинилися під питанням. Якщо реклами не буде у друкованих журналах, вони з високою вірогідністю можуть перейти в онлайн.

Радіо буде трансформуватися в агрегат подкастів – слугувати для збору думок, тобто буде його джерелом. Натомість, сайти та онлайн будуть і надалі інтенсивно розвиватися, за інтернет ресурсами майбутнє.

Сильнішими з точки зору обсягів переглядів та підписників стають медіа, що використовують альтернативні платформи діяльності та репрезентації (актуальності набуває використання таких каналів комунікації з читачами і глядачами як соціальні мережі та месенджери («Telegram», «Facebook», «Instagram»). З'явилася та популяризується нова аудіо соціальна мережа «Clubhouse».

Отже, основні види онлайн-комунікацій, які будуть актуальними і надалі в умовах пандемії COVID-19, наступні:

1. Рекламна діяльність в Інтернеті в поєднанні з рекламою в інших видах, а також із такими прийомами, як стимулювання збуту, програми лояльності, налагодження ділових зв'язків.
 2. Пошукова Інтернет-реклама Google – механізм, який дає змогу зацікавленим особам показувати свої рекламні оголошення у відповідь на пошуковий запит користувача за гроші.
 3. Таргетована реклама через рекламний кабінет Ads Manager в Facebook Business Suite, яка дозволяє налаштовувати таргетовані рекламні кампанії на цільові сегменти споживачів, виходячи з їх соціально-демографічних характеристик, геолокації, детальних інтересів та поведінки в соціальних мережах і на сайтах.
 4. Використання соціальних мереж: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn, Twitter, нової соцмережі аудіокомнат Clubhouse, а також месенджерів Viber, Telegram, WhatsApp. Це забезпечить інформування та взаємодію з аудиторією, налагодження тісного зв'язку, формування впізнання, лояльності та іміджу брендів, буде сприяти вирішенню бізнес-завдань.
- Які загальні тренди будуть мати місце на event-ринку за прогнозами експертів [5]:
- крупний корпоративний бізнес виступатиме основним замовником на event-ринку, оскільки його бюджети дозволять проводити заходи. Він не тільки платоспроможний, а й має як «відкладений» попит та бажання проводити заходи та шукає можливості для виходу з карантину;
 - зовнішні та внутрішні івенти середнього бізнесу будуть діяти в двох напрямках: або самостійно організовувати або запроваджувати жорсткий тендер від багатьох івент-агентств;
 - весільні заходи та проведення церемоній будуть стагнувати відповідно до підсилення базового інстинкту людини «виживання»;

- такі індустрії як подорожі, розкіш, бізнеси для офісів, пасажирські перевезення, сервісні компанії на найближчу перспективу підуть з івент-ринку, якщо не зможуть трансформувати свої компетенції;
- агентства, у яких основний або єдиний напрямок тільки event – вірогідно покинуть ринок на найближчі – 1-2 роки. А агентства з багатоканальними компетенціями, вимушені будуть підсилювати географію присутності, щоб підтримувати клієнтів в інших країнах експертизою на місцях;
- власники компаній, директори, режисери, всі співробітники вимушені будуть включитись в операційну діяльність – почати продавати, шукати нових клієнтів, переформатувати послуги та здійснювати активне просування саме шляхом використання інструментів онлайн. А не тільки працювати за сарафанним радіо.

Важливі акценти організації та проведення заходів після карантину [2]:

1. Гнучкість та адаптація до настроїв людей.
2. Зміщення фокусу уваги при організації івентів на нові запити.
3. Концентрація на необхідності забезпечення санітарно-епідеміологічних норм і правил соціального дистанціювання, поваги до особистого простору кожного.
4. Гарантії якості продукції, з якою взаємодіє учасник івенту.
5. Особисте здоров'я та самопочуття кожного – як запорука успіху заходу.
6. Здійснення альтернативних варіантів участі в заході: відео запис, одночасна онлайн-трансляція, паралельні прямі ефіри в соціальних мережах.

На тлі позитивних новин щодо вакцинації проти COVID-19, яка почалась з 2021 року, Мінекономіки передбачає поступове відновлення економіки з переходом до зростання та прогнозує наступні економічні показники [1]:

зростання ВВП на рівні 4,6% у 2021 році, 4,3% у 2022 році;

індекс споживчих цін (грудень до грудня попереднього року) очікується на рівні 107,3% у 2021 році, 106,2% у 2022 році;

збільшення реальної середньомісячної заробітної плати працівників на рівні 12,1% у 2021 році, 6,0% у 2022 році;

рівень безробіття у 2021 році – 9,2%, у 2022 році – 8,5%;

зростання експорту товарів і послуг на рівні 2,9% у 2021 році з подальшим нарощуванням темпів зростання до 6,4% у 2022 році.

Драйверами розвитку економіки стануть: IT сфера, сфера рекламних та консалтингових послуг, розвиток безготівкових розрахунків і ряду інших цифрових елементів нової економіки; високотехнологічні виробництва та виробництва з технологіями середньовисокого рівня (зокрема, хімічне та фармацевтичне виробництво, машинобудування), а також легка промисловість.

Отже, прогноз для івент ринку в цілому може бути оптимістичний. Оскільки пандемія нагадала, що всі ми досить соціальні і особисте спілкування нам просто необхідно. Онлайн-формат для заходів – це рятівний круг, але не початок нової ери віртуального життя. Тому важливим завданням є збереження ресурсів для подальшого розвитку та використання нових можливостей ринку.

Список використаної літератури

1. Наслідки пандемії COVID-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України. Дослідження за результатами глибинних інтерв'ю з власниками та топ-менеджерами українських компаній. – Київ-Харків: Видавець О. А. Мірошніченко, 2020. — 188 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://cpd.com.ua/ukr-eng%20covid-19_economics_ukraine.pdf
2. Як український ринок event послуг переживає кризу 2020 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ubi-hall.com.ua/uk/2020/05/14/yak-ukrayinsky-rynok-event-posluh-perezhyvaye-kryzu-2020-roku/>
3. Васильців Н.М. Застосування маркетингових комунікацій у період пандемії COVID-19 / Н.М. Васильців // Економіка та управління підприємствами. – С. 77–79. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/47_2020_ukr/15.pdf

4. Що відбувається з рекламним ринком під час кризи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zn.ua/ukr/internal/abo-pomerti-vzabutti-344287.html>

5. Covid-19 VS Event: Экономический анализ и обзор перспектив event-рынка на ближайшие годы от ЕМІ Agency. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://event.ru/companies/covid-19-vs-event-ekonomicheskij-analiz-i-obzor-perspektiv-event-ryinka-na-blizhayshe-godyi-ot-emi-agency/>

Автор

Ларіна Катерина Володимирівна, к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця
(larina.bc@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

СЕКЦІЯ 5
Сучасні педагогічні технології
в навчанні менеджменту

УДК 371.13

МЕНЕДЖЕР, ЙОГО МІСЦЕ І РОЛЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Аджиба Олександра Георгіївна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Ткач Ганна Валеріївна, канд. педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Одне з основних завдань менеджера - створити спонукальні стимули для людини, при яких у неї виникає бажання працювати так, щоб сприяти досягненню цілей організації. Звідси впливає ще один принцип менеджера: управляти - значить вести до успіхів інших. Отже, центральною фігурою в системі менеджменту будь-якої організації є менеджер-керівник, який керує власне організацією, якимсь конкретним видом діяльності, максимальних результатів. функцією, підрозділом, службою, групою людей тощо. Американські дослідники Роберт Блейк та Джейн Моутон підкреслюють, що сильне та ефективне керівництво сприяє створенню атмосфери участі та колективної підтримки цілей діяльності організації, у якій її члени отримують стимул в усуненні перепон і досягненні максимальних результатів.

Ключові слова — менеджер, організація, функції менеджера.

Неможливо прагнути управляти людьми, якщо і керівникам, і підлеглим цілі цілком не ясні. Управляти — значить спонукати інших до досягнення ясної мети, а не змушувати інших робити те, що вважаєш правильним.

Одне з основних завдань менеджера - створити спонукальні стимули для людини, при яких у неї виникає бажання працювати так, щоб сприяти досягненню цілей організації. Звідси впливає ще один принцип

менеджера: управляти - значить вести до успіхів інших. Відомий український економіст Валерій Терещенко підкреслював, що завдання керівника - диригувати, підібрати гарний персонал, розробити організаційну структуру підприємства, вибрати загальний напрям його діяльності, координувати всю роботу, боротися з непродуктивними витратами часу. Слід виділити ще одне з найважливіших завдань — вчитись інтенсивно працювати, поліпшувати якість роботи. Отже, центральною фігурою в системі менеджменту будь-якої організації є менеджер-керівник, який керує власне організацією (підприємством), якимсь конкретним видом діяльності, функцією, підрозділом, службою, групою людей тощо. Американські дослідники Роберт Блейк та Джейн Моутон підкреслюють, що сильне та ефективне керівництво сприяє створенню атмосфери участі та колективної підтримки цілей діяльності організації, у якій її члени отримують стимул в усуненні перепон і досягненні максимальних результатів.

Насамперед необхідно відзначити, що для правильної, раціональної й ефективної організації праці, менеджер незалежно від організації, у якій він працює, повинен мати відповідні навички, відповідати визначеним кваліфікаційним вимогам, а також менеджери повинні мати спеціальні знання і володіти здібністю використовувати їх у повсякденній роботі управління організацією. Здібності до керівництва обумовлені наявністю таких розумних особистих цінностей і чітких особистих цілей, як: здатність управ-

ляти самим собою, уміння навчати і розвивати підлеглих, формувати ефективні робітничі групи.

Менеджер, встановлює цілі. Він визначає завдання в кожній групі цілей. Він вирішує, що має бути зроблено, щоб досягти цих цілей. Він робить їх ефективними, повідомляючи їх іншим людям, чия робота потрібна, щоб їх досягти. Він аналізує види діяльності, рішення, відносини, потрібні для виконання цілей. Він розділяє їх на керовані сукупності, а ці сукупності - на керовані трудові завдання. Він групує ці сукупності і завдання в організаційну структуру. Він вибирає людей для управління людьми для управління цими сумами і для вирішення завдань, які потрібно виконати. Не менш важливий елемент в роботі менеджера - вимір. Він встановлює одиниці виміру - найбільш важливі для успіху організації. Він домагається, щоб у кожної людини були показники, сфокусовані, на роботі всієї організації в той же час на роботі даного індивіда і допомагали, йому робити. Він аналізує, оцінює і інтерпретує результати. Як і у всіх інших областях роботи, він повідомляє про них своєму керівництву, підлеглим і колегам [7].

В сучасних умовах постійно збільшується кількість великих підприємств. Це ставить додаткові проблеми, пов'язані з труднощами одноосібного управління подібними організаціями. З цієї причини в даний час роль глави корпорації зводиться не до управління організацією, а до координації діяльності менеджерів, відповідальних за окремі функціональні області: маркетинг, виробництво, фінанси і т.п.

Робота менеджера не мислима без контактів з іншими людьми. В процесі роботи менеджер змушений спілкуватися як з колегами, так і з клієнтами. Тому менеджер повинен бути хорошим комунікатором. Слово «комунікатор» з'явилося не так давно; використовується для позначення людини, яка вміє ефективно спілкуватися, володіє високою культурою спілкування і вміє впливати на людей. Ця роль менеджера вимагає від нього найрізноманітніших умінь і навичок. По-перше, це мовна грамотність, вміння

правильно і красиво говорити, грамотно писати і точно, емко і коротко висловлювати свої думки. Жодна людина ще не зробив кар'єри, не вміючи добре писати ділові листи. По-друге, це високий рівень загальної культури, знайомства з основними досягненнями людства в духовних і матеріальних сферах, вміння говорити не тільки на спеціальні, але й на загальні теми. Людина, яка вміє підтримати бесіду і ненав'язливо показує свої глибокі знання, за всіх часів викликав повагу, симпатію і інтерес. Маючи справу з діловими партнерами, усвідомлюється, що успіх операції часто залежить не тільки від її вигідності для сторін, але і від того враження, яке людина залишає про себе [5].

Практика показує, що одні керівники вміло ведуть людей за собою, успішно долаючи виникаючі труднощі, інші ж а подібних ситуаціях викликають лише недовіру з боку підлеглих і зазнають невдачі. Невміння переконати, мотивувати дії підлеглих, нарешті, вплинути на людину, щоб він захотів виконає рішення, яке прийняв менеджер, - свідомство того, що у лідера немає повного набору якостей, необхідних менеджеру.

Здатність мислити масштабно, перспективно. Менеджери можуть демонструвати прекрасні результати і водночас погубити всю компанію, якщо їхня робота не орієнтована на майбутнє. Зрозуміло, компанія повинна отримувати прибуток, але вона повинна отримувати прибуток як можна довше. Якщо ви станете думати тільки про прибуток, ви не побачите можливостей, що відкриваються попереду. Мислення менеджера постійно повинно тренуватися на масштабність

Список використаної літератури

1. Андреева Н. Перші 100 днів молодого менеджера, 2000.
2. Виханский О.С. Менеджмент / Виханский О.С. Сорокіна А.В. Корпоративна соціальна відповідальність. 2015
3. Егоршин А.П. Управление персоналом. Виханский О.С. Н. Новгород: НИМБ, 2007
4. Кириченко О. Менеджмент зовнішньо економічної діяльності. К.: Видавничий дім "Фінансист", 2009

5. Курс для высшего управленческого персонала. / Пер. с англ. Науч. ред. В. И. Терещенко. — М.: Экономика, 1971. — 807 с.

6. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие для вузов. — М., 2000.

7. Румянцева Н., Саломатина Н. «Менеджмент організації». Навчальний посібник — М.: Інфа-М, 2009.

Автори

Аджиба Олександра Георгіївна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені

Семена Кузнеця, Харків, Україна (adzhibasasha90210@gmail.com)

Ткач Ганна Валеріївна, канд. педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна (annatkach2311@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 23 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.015

МОДЕЛЬ АДАПТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОСВІТНІМ ПРОЦЕСОМ В УМОВАХ ГУМАНІЗАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бацула Олександр Сергійович, магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, м. Харків, Україна.

Борова Тетяна Анатоліївна, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — У статті розглянуто модель адаптивного управління освітнім процесом в умовах гуманізації вищої освіти. Проаналізовано праці вчених з даного питання, зокрема матеріали стосовно положення теорії і методики педагогічної освіти. Окрема увага приділена технології впровадження запропонованої моделі. Доведено, що найбільш ефективним механізмом оцінювання якості є освітній моніторинг.

Ключові слова — гуманізація, гуманістичний підхід, адаптивна взаємодія, управління, модель адаптивного управління освітнім процесом.

Виклики сьогодення потребують від системи вищої освіти створення умов для відповідного розвитку людського (інтелектуального) потенціалу, що є вирішальним фактором забезпечення її якості, доступності та ефективної діяльності. Тобто, ця система повинна створювати умови для появи вільної творчої особистості, не лише обізнаної, а й духовної.

Гуманізація освіти розкривається у процесі створення потрібних умов задля самореалізації студентів у сучасному просторі та сприяє формуванню критичного мислення та моральних якостей, розкриттю потенціалу кожної особистості [6, с. 23]. Тому сам процес гуманізації вищої освіти дозволяє через ідеальне створення системи адаптивного управління, визначення її структури та напрямів управлінської діяльності здійснювати

модельовання адаптивних процесів управління освітнім процесом в умовах закладу вищої освіти. Таким чином, постає проблема дослідження можливості моделювання адаптивності освітнього процесу в умовах гуманізації вищої освіти.

Теоретико-методичні основи професійної діяльності науково-педагогічних працівників закладу вищої освіти; положення теорії і методики педагогічної освіти висвітлені в працях Т. Борової, Г. Єльнікової, І. Жерносека, Г. Кравченко, В. Лугового, В. Олійника тощо.

Розглядаючи модель адаптивного управління освітнім процесом в умовах гуманізації вищої освіти, вважаємо за доцільне виділити наступні блоки: теоретико-методологічний, змістовний, технологічний та результативний. Важливим етапом застосування будь-якої моделі є її впровадження. Технологія впровадження запропонованої моделі адаптивного управління освітнім процесом в умовах гуманізації вищої освіти являє собою здійснення наступних етапів

1. Визначення рівня професійної компетентності суб'єкт-суб'єктного управління педагогічним процесом.
2. Розробка рекомендацій щодо управління педагогічним процесом як засобу гуманізації освіти.
3. Організація процесу навчання та виховання засобами гуманізації освіти.
4. Оцінювання якості програм та проєктів освітньої діяльності.

5. Розробка рекомендацій щодо організації педагогічного процесу гуманістичного підходу в освіті.

6. Оцінювання якості процесу суб'єкт-суб'єктного управління педагогічним процесом ЗВО.

7. Розробка рекомендацій щодо підвищення якості процесу суб'єкт-суб'єктного управління педагогічним.

У процесі дослідження визначено, що найбільш ефективним механізмом оцінювання якості є освітній моніторинг. Для здійснення моніторингу якості адаптивного управління освітнім процесом, а також оцінки рівня реалізації гуманістичної парадигми освіти в закладі вищої освіти розроблено відповідний маркетингово-моніторинговий інструментарій у вигляді факторно-критеріальних субмоделей.

Перевагою оцінної кваліметричної технології є те, що її використання дає можливість виміряти результати, які фіксують досягнення мети на певний момент часу.

Застосування кваліметричного підходу в освітній діяльності передбачає наступні етапи (за узагальненням 2;5;7:9).

1. Структурування об'єкту та визначення показників.

2. Визначення коефіцієнтів вагомості кожного показника, вибір шкали оцінювання.

3. Складання кваліметричної моделі.

4. Застосування моделі на практиці (оцінювання об'єкта).

5. Висновки, розробка рекомендацій.

Всі розрахунки за факторно-критеріальними субмоделями доцільно проводити за допомогою комп'ютерної техніки. Для простоти та доступності користування може бути використаний табличний редактор Excel. В даному редакторі може бути розроблена програма, яка дозволяє провести необхідні розрахунки за побудованою моделлю.

Для використання на практиці запропонованої субмоделі оцінювання якості адаптивності освітніх процесів в умовах гумані-

зації в закладі вищої освіти необхідно дотримуватися наступних рекомендацій.

1. Визначити структурний підрозділ, який відповідає за проведення оцінювання та технічну підтримку процесу оцінювання.

2. Розробити технологію збору та обробки інформації, необхідної для оцінювання за даною субмоделлю.

3. Призначити експерта (або експертів), який залучений до процесу оцінювання.

4. Встановити періоди оцінювання.

5. Всі розрахунки слід проводити за допомогою комп'ютерної техніки. Для простоти та доступності користування може бути використаний табличний редактор Excel.

6. За результатами розрахунків керівництвом закладу вищої освіти розробляються заходи щодо поліпшення якості процесу гуманізації педагогічного процесу та адаптивного управління.

Експериментальна перевірка проводилася в природному освітньому середовищі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця. Шляхом експериментальної перевірки доведено, що розроблені факторно-критеріальні субмоделі спрямовують діяльність ЗВО у зазначеному напрямку гуманізації, а їх використання допомагає провести об'єктивну оцінку якості впровадження моделі адаптивного управління освітнім процесом в умовах гуманізації вищої освіти.

Список використаної літератури

1. Борова Т. А. Розвиток професіоналізму у науково-педагогічних працівників через коучингово-моніторингову технологію адаптивного управління. 2019. № 5. С. 6-11. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23249>
2. Вакуленко В.М. Розвиток теорії й практики вищої педагогічної освіти України, Росії, Білорусі на основі акмеологічного підходу: [монографія] / Володимир Михайлович Вакуленко. – Луганськ: Альма-матер, 2007. – 496 с.
3. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник / С. У. Гончаренко. К.: Либідь, 2017. 376 с.
4. Григораш В.В. Кваліметричний підхід до експертного оцінювання навчально-виховного

процесу / Віктор Валентинович Григораш // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2014. – № 34(87) С. 140 – 146.

5. Дворянкiна Є. К. Розвиток суб'єктної позиції педагогів у закладі вищої освіти як гуманістична основа їх професійного навчання: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. Київ, 2014. 240 с.

6. Дьюї Дж. Моральні принципи в освіті / Дж. Дьюї. Львів: Літопис, 2011. 32 с.

7. Єльнікова Г.В. Адаптивне управління розвитком професійно-технічної освіти в умовах ринку закладу [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. Електронні дані. Адаптивне управління: теорія і практика. 2016. – №1. Режим доступу : http://am.eor.by/images/adapt/vol1/16_am_01_yelnykova.pdf

8. Кравченко Г.Ю. Моделювання в теорії управління освітніми системами / Г. Кравченко, О. Почуєва / Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Випуск 25 – 1/2017. С. 152 – 155.

9. Кузьміна Н. В. Основи вузівської педагогіки/Н. В. Кузьміна.Л.: Вид-во ЛДУ, 2014. 150 с.

Автори

Бацула Олександр Сергійович, магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (baculapata@i.ua).

Борова Тетяна Анатоліївна, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу, організація (borovat71@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 06 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 371.13

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бойко Олег Миколайович магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Харків, Україна

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація - Розглядається необхідність впровадження системи мотивації професійної діяльності науково-педагогічних працівників у закладах вищої освіти, як однієї з головних умов забезпечення сучасної науки та освіти якісними кадрами, підвищенню її конкурентоспроможності на світовому ринку наукових та освітніх послуг. Формування дієвої системи мотивування передбачає впровадження певних заходів як на державному рівні, так і на локальному (рівень вишу).

Ключові слова - мотиваційні чинники, науково-педагогічні працівники, підвищення конкурентоспроможності, професійна діяльність, система мотивації.

Науково-педагогічні працівники (далі – НПП) належать до особливої соціально-професійної спільноти, від компетентності, цінностей, моральних орієнтирів, розумових здібностей якої залежить професійне й соціальне становлення молоді. Часто, через недостатню матеріальну мотивацію діяльності, яка не відповідає сучасним реаліям життя, працівники втрачають бажання до продуктивної праці, саме тоді використання нематеріальної мотивації є критично необхідним.

Діяльність науково-педагогічних працівників є високоінтелектуальною і суспільно значущою, характеризується великою кількістю функціональних обов'язків і завдань. Тому важливо, щоб вона стимулювалась в узгодженні зі складною структурою мотивів. Критично важливим завданням керівника

закладу вищої освіти (далі - ЗВО) є розробка і використання гнучкої системи нематеріальної мотивації науково-педагогічних працівників, розробка та впровадження широкого спектру практичних способів стимулювання і мотивації працівників з врахуванням людського фактору.

Загострення конкуренції сучасних закладах вищої освіти та їх оцінювання за допомогою міжнародних та національних рейтингів зумовлює пошук шляхів, механізмів та засобів підвищення ефективності діяльності ЗВО. На думку О. Яковенко, «застосування в процесі управління ЗВО теорій мотивування дає можливість визначити індивідуальні потреби і мотиви кожного працівника та вибрати дієві та обґрунтовані стимули, які забезпечуватимуть оптимальне поєднання зацікавленості НПП, результативності наукової роботи, та досягнення цілей ЗВО на усіх рівнях» [4, с.193].

Над дослідженням впровадження системи мотивування професійної діяльності науково-педагогічних працівників у закладах вищої освіти працювало багато вчених, зокрема: О. Павлова, С. Рудченко, О. Ярошенко, О.Жабенко, Ю. Скиба, Н. Дівінська, І. Регейло, Г. Чорнойван, О. Яковенко та інші зарубіжні і вітчизняні вчені.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні та розкритті системи мотивації професійної діяльності науково-педагогічних працівників у закладах вищої освіти, доведенні ефективності заробітної плати як основної

складової мотивації в умовах ринкової економіки.

На думку С. Рудченко, «мотивування НПП є інтегрованим результатом управлінських функцій, що реалізуються органами державної влади та керівництвом ЗВО. Органи державної влади здійснюють зовнішнє регулювання у сфері вищої освіти та наукової і науково-технічної діяльності, встановлюючи межі і правила для управлінців ЗВО» [2, С. 173]. Розроблення на їх підставі внутрішніх систем мотивування є важливим інструментом, який спонукає учасників освітнього та наукового процесу не лише до активної діяльності, а й створює довгострокову зацікавленість до роботи саме у даному ЗВО.

З метою підвищення престижу наукової праці та статусу наукового працівника, заохочення обдарованої молоді та молодих учених до наукової та науково-технічної діяльності, необхідно вжити такі заходи:

На державному рівні:

збільшення щорічних видатків на освіту і науку;

запровадження Державних цільових науково-технічних та соціальних програм, спрямованих на розвиток наукової та науково-технічної сфери, удосконалення матеріально-технічної бази наукової діяльності у ЗВО, розширення можливостей для наукового стажування за кордоном;

удосконалення Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів із оплати праці шляхом встановлення оптимальної диференціації тарифних ставок і посадових окладів різних груп наукових та науково-педагогічних працівників ЗВО з урахуванням складності й результатів їх праці [1, с.199];

усунення диспропорцій у рівнях оплати праці працівників однакової кваліфікації, які виконують однакову за складністю та функціональними ознаками роботу

вдосконалення системи нарахування надтарифних елементів заробітної плати (надбавок, доплат та премій стимулюючого характеру);

реалізування завдань щодо соціальної підтримки молодих учених, задекларованих

у чинних законодавчих та нормативно-правових документах;

врахування всіх видів наукової, науково-технічної діяльності, які здійснюються за договорами правового та цивільно-правового характеру та за сумісництвом при нарахуванні пенсій науковим працівникам.

На рівні ЗВО:

розроблення та запровадження комплексних систем матеріального, трудового і статусного мотивування, та ознайомлення з ними кожного з працівників з метою їх орієнтування на конкретні поточні та кінцеві результати ЗВО; застосування індивідуального підходу при розробленні цих систем;

розроблення чітких критеріїв додаткової винагороди працівників, а також більш чітких залежностей розміру премій від результатів роботи;

розроблення прозорих і об'єктивних систем оцінювання НПП та кафедр з метою забезпечення змагальності та здорової конкуренції; оприлюднення результатів рейтингів НПП та кафедр на сайті університету [3, с.182];

оптимізування та удосконалення організаційних процедур, які супроводжують наукову та науково-педагогічну діяльність;

систематичне визначення рівня задоволеності персоналу шляхом проведення опитувань у ЗВО.

Застосування та удосконалення мотиваційних чинників наукової діяльності у ЗВО є однією з головних умов забезпечення сучасної науки та освіти якісними кадрами, підвищенню її конкурентоспроможності на світовому ринку наукових та освітніх послуг.

Список використаної літератури

1. Павлова О. Г. Теоретичні основи професійної мотивації до педагогічної діяльності // Наукові записки кафедри педагогіки. 2015. №38. С. 196-204.
2. Рудченко С. М. Стимулювання трудової діяльності науково-педагогічних працівників // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2012. №56. С. 171-176.
3. Теоретичні основи і технологія професійного розвитку науково-педагогічних працівників університетів в умовах інтеграції вищої освіти і науки : монографія / Авторський колектив: О. Г. Ярошенко, О. В. Жабенко, Ю. А. Скиба, Н. О. Дівінська, І. Ю.

Регейло, Г. П. Чорнойван; за ред. О. Г. Ярошенко. К.: Інститут вищої освіти НАПН України, 2019. 236 с

4. Яковенко О. Засоби нематеріальної мотивації як складова ефективного управління науково-педагогічним персоналом // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2016. № 6. С. 187-203.

Автори

Бойко Олег Миколайович магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та пе-

рекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Харків, Україна texkrep3@gmail.com

Кравченко Ганна Юрївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Харків, Україна innovatica@ukr.net

Тези доповіді надійшли 28 січня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.015

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Гришко Аліна Богданівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна

Петренко Вікторія Олександрівна, канд. педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація – Розглянуті особливості менеджменту в освітньому процесі, визначені основні поняття освітнього менеджменту та аспекти впливу на процес управління освітою.

Ключові слова – освітній менеджмент, управління, освітні установи, людські ресурси, процес соціалізації.

Освітній менеджмент в сучасний період є наукою, що розвивається, яка базується на теорії менеджменту і теорії систем, теорії управління соціальними об'єктами. При цьому багато авторів застосовують до освіти загальні принципи теорії управління, розглядаючи освітню систему як соціальну, але це є недостатнім. Виділення системних закономірностей поряд з урахуванням особливостей освітньої системи і визначення завдань, функцій і принципів освітнього менеджменту на цій основі є перспективним завданням освітнього менеджменту.

Сучасний менеджмент - це специфічний засіб, специфічна функція, специфічний інструмент для досягнення організаціями економічних і соціальних результатів їх діяльності. Виконання цього надзавдання вимагає розширення сфери відповідальності менеджера, в яку входять як фактори, що впливають на діяльність організації, так і її результати - внутрішні і зовнішні, підконтрольні і повністю від неї не залежать.

Менеджмент - не тільки наука, а й мистецтво практичного управління людьми. Як і у всякій іншій сфері інтелектуальної та практичної діяльності, науковість управлін-

ня і мистецтво управління доповнюють один одного.

Отже, ефективність системи управління забезпечується умінням керівників опанувати мистецтво творчого застосування наукових принципів управління в конкретних ситуаціях.

В сучасних умовах, коли освіта стає важливим фактором соціально-економічного розвитку будь-якої держави, інвестиції в «людський капітал» є потужним стимулом безперервної освіти людини, його навчання протягом усього життя.

У зв'язку з цим особливо значимо розглянути управління даним процесом, як в різних видах освітніх установ, так і в організаціях виробничого призначення, сфери обслуговування та ін. Інваріантну частину такого управління визначають дві найбільш загальні функції освіти: професійна і особистісна.

Перша покликана забезпечити соціалізацію людини в умовах невизначеності через створення умов для освоєння нових професійних ролей, розвиток професійної компетентності і мобільності [4].

Друга дозволяє доповнити і збагатити процес соціалізації шляхом залучення особистості до загальнолюдських цінностей, мови, культури мислення та відчуття, діяльності та спілкування. Варіативну частину управління безперервним освітою людини визначають специфічні особливості соціально-економічного розвитку конкретної сфери професійної діяльності людини, що дозволяють визначити індивідуальний освітній маршрут людини.

Головним завданням менеджменту є вміння досягати результатів. Ефективний менеджмент полягає в тому, щоб весь процес, починаючи від постановки мети і до кінцевого результату, відбувався з якомога меншими витратами і як можна більшої результативністю. Причому, вигоду повинен отримати не тільки замовник, але і сам виробник послуги. Ефект полягає в тому, що витрати повинні коштувати менше, ніж кінцевий результат. А коли мова йде про освітню організацію, ефект повинен бути не тільки економічний, а й соціальний [3].

Успішний керівник представляє організацію у вигляді системи, що складається з незалежних один від одного елементів. І ця система повинна безперервно рухатися і розвиватися.

В умовах ринкової економіки буде справедливо стверджувати про можливість застосування механізмів менеджменту до сфери освіти, оскільки «освіта - це теж процес управління, управління соціальним інститутом підготовки і включення індивідів в різні сфери життєдіяльності суспільства, їх залучення до культури людства». Але необхідно враховувати специфіку управління в педагогічній сфері, тому як освітній менеджмент покликаний вивчати питання як управління освітою, так і управління процесами управління освітою. З огляду на той факт, що менеджмент як поняття трактується досить широко, як визначення використовуємо наступне: менеджмент - управління соціально-економічною організацією, мета якої, як правило, економічні. Якщо звернутися до категорій менеджменту, то однією з них є об'єкт-суб'єкт. В освітньому менеджменті - суб'єкт-суб'єкт, так як об'єктом управління є особистість, котра управляє вплив теж надає особистість [2]. Таким чином, освітній менеджмент - управління, в основі якого лежать суб'єкт-суб'єктні відносини, спрямовані за допомогою сукупності методів, засобів, прийомів і принципів на досягнення цілей освіти. Функції менеджменту та освітнього менеджменту в цілому схожі: там і там є функції планування, організації, контролю, мотивації і координації. Але механізм діяльності менеджменту має загальні і функціона-

льні особливості, як то: інноваційний менеджмент, менеджмент персоналу, постачальницький менеджмент, виробничий менеджмент, маркетинговий менеджмент, менеджмент якості, фінансовий менеджмент, міжнародний менеджмент, екологічний менеджмент [1].

Системна складність і хаотичний характер освітніх процесів істотно ускладнює управління системою. У зв'язку з цим зняття протиріччя між економікою, педагогікою та інтересами держави, суспільства і особистості бачиться можливим при реалізації процесного підходу в освітньому менеджменті на всіх рівнях системи, що дозволяє не тільки встановити межі освітніх і допоміжних процесів, структурувати їх входи, виходи і ресурси, а й здійснювати управління якістю всіх названих процесів, тим самим задовольняючи потреби освіти.

Формування, погодження та затвердження основних компонентів в області якості є однією з найважливіших функцій адміністрації освітнього закладу. Система якості може розглядатися як інструмент, як засіб здійснення політики в області якості. Пропонуючи чітку програму дій по досягненню певних результатів, чітко формуючи цілі, робота в області якості здатна виконувати мотивуючу роль для персоналу організації, підтримуючи його професійні якості і примушуючи його до вдосконалення педагогічної та методичної майстерності [5].

Формування роботи в області якості тісно пов'язане з процесом стратегічного планування якості, що дозволяє сформулювати довгострокові пріоритети і сприяє раціональним змінам в розвитку організації і діяльності її персоналу.

Провідні цілі стратегічного планування визначаються не тільки розробкою загального плану розвитку освітньої установи на певний часовий період, а й осмисленням і переглядом головних напрямків освітніх послуг, що надаються даним навчальним закладом, а й їх відповідністю запитам споживачів.

Підводячи підсумок, можна зробити наступні висновки: економічні зміни в країні позначилися і на процесі управління освіт-

німи установами. Тому управління освітою все більше наповнюється новим змістом, співвідноситься з таким поняттям, як менеджмент.

Однак головним завданням освітнього менеджменту є створення умов для освітньої діяльності студентів і навчальних закладів, тому кінцевий результат діяльності освітнього закладу можна побачити тоді, коли студенти визначилися в суспільстві, знайшли себе і своє місце. Використовуючи функції, методи і принципи менеджменту, освітній менеджмент співвідносить їх, перш за все, з людьми. Ефективність його залежить від системного підходу.

Список використаної літератури

1. Базанова, П. С. Освітній менеджмент: від теорії до практики / П. С. Базанова. - Текст: безпосередній // Молодий вчений. - 2018. - № 21 (207). - С. 227-229. - URL: <https://moluch.ru/archive/207/50770/>
2. Варченко, О. І. Управління якістю освіти в освітній установі / Є. І. Варченко. Текст: безпосередній // Молодий вчений. 2013. № 3 (50). С. 471-474. URL: <https://moluch.ru/archive/50/6384/>
3. Мухаметзянова Ф. Ш., Ібрагімов Г. І. Розвиток фундаментальних досліджень в галузі професійної

освіти (результати досліджень ІПП ПО РАО в 2013 році). Казанський педагогічний журнал. 2014. № 1 (102). С. 9-27.

4. Паперна Н. В. Педагогічний менеджмент в організації професійної освіти. Текст: безпосередній // Молодий вчений. 2017. № 25 (159). С. 307-309. - URL: <https://moluch.ru/archive/159/44932/>

5. Krohner, S., Timmermann, D.: Qualitätssicherung durch Qualitätsmanagement, Bielefeld 1997

Автори

Гришко Аліна Богданівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна (a.grishko66@gmail.com).

Петренко Вікторія Олександрівна, канд. педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Тези доповіді надійшли 10 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 378.147

ВЕРБАЛЬНІ КОМПОНЕНТИ ВЕБ-КУРСУ

Дубцова Ольга Вячеславівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки та іноземної філології Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Мішина Ольга Миколаївна, викладач кафедри педагогіки та іноземної філології Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація - у роботі обґрунтовано доцільність врахування вербальних компонентів при створенні веб-курсу, як факторів, що відіграють провідну роль у сприйнятті навчального матеріалу.

Ключові слова - веб-курс, вербальні компоненти комунікації, інформаційно-комунікаційні технології, навчальний процес.

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології навчання займають одне з провідних місць серед багатьох нових напрямів розвитку освіти. Дисциплінарний мультимедійний курс (веб-курс) є одним з ефективних інструментів, що сприяє досягненню цілей навчального процесу. Основною метою веб-курсу є «підвищення ефективності навчальної діяльності студентів за рахунок використання дидактичних засобів інформаційно-комунікаційних технологій та покращення якості підготовки фахівців за допомогою організації системи управління навчанням і самоосвітою студентів» [4; 205].

Для створення успішного веб-курсу викладачу необхідно чітко усвідомлювати його цілі, зокрема:

- орієнтація на конкретну освітню програму;
- відповідність віковим та психофізіологічним особливостям студента;
- відповідність рівню предметної підготовки студента;
- відповідність навчальному плану за кількістю годин, необхідному на проходження програми [3; 14].

Для того, щоб забезпечити якісну доставку навчальної інформації слід особливу увагу приділяти використанню мовних засобів. Під вербальними компонентами розуміють «засоби мовного коду, тобто слова, словосполучення, речення (повідомлення), за допомогою яких передається інформація» [1; 62]. Вербальні компоненти справедливо вважають «найважливішими складовими комунікативного акту, оскільки саме вони в нормальному (неспеціалізованому) міжособистісному спілкуванні є основними носіями значень (смислів) повідомлень» [1; 64].

При формуванні навчального тексту необхідно враховувати наступні вимоги та рекомендації:

1. Навчальні матеріали повинні бути ретельно вивірені на наявність фактичних помилок у науково-предметній галузі, і забезпечувати науковість при викладі навчального матеріалу.

2. Текст повинен забезпечувати коректність викладу навчального матеріалу з позиції освіти вищого навчального закладу, що передбачає відсутність граматичних і синтаксичних помилок в навчальному матеріалі; грамотну мову в звукових фрагментах і т.п.

3. Текст повинен забезпечувати доступність викладу навчального матеріалу з урахуванням вікових особливостей групи студентів, на яких пріоритетно орієнтований електронний навчальний курс.

4. У змісті навчального курсу бажано використовувати приклади, що сприяє конкретизації теоретичного матеріалу. Особливо виразними є приклади, що апелюють до осо-

бистого досвіду студента, його спостережень, оскільки вони не тільки конкретизують теорію, але й стимулюють мотивацію студента до вивчення предмету.

5. Текст навчального курсу має містити чіткі та зрозумілі вказівки щодо послідовності виконання дій: прочитати, відповісти на запитання, виконати завдання або вправи тощо [2; 90].

Також особливу увагу слід звернути на стилістику навчального тексту. Бажано використовувати стилістику, відповідну жанру навчальної та науково-популярної літератури, уникаючи складних граматичних конструкцій. Нові поняття і терміни слід роз'яснювати при першому згадуванні в тексті [2; 91].

При складанні тестових завдань для контролю і самоконтролю знань необхідно дотримуватись наступних правил:

- формулювання питання повинне бути однозначним і не допускати різних трактувань;

- якщо в завданні потрібно структурувати або систематизувати матеріал, то він повинен бути підібраний таким чином, щоб була лише одна підстава для систематизації або структурування;

- питання повинні бути орієнтовані на значущі фрагменти змісту, а не на дрібниці;

- формулювання питання або завдання не повинно містити підказок;

- запитання та завдання краще розташовувати в порядку поступового зростання складності;

- завдання для самоконтролю і закріплення не повинні дублюватися в контрольних питаннях;

- бажано, щоб після виконання тренувального завдання була забезпечена перевірка

правильності його виконання з необхідним коментарем [2; 91–92].

Веб-курс є лише одним із засобів навчання студентів, у якому важливу роль відіграють вербальні компоненти. Ось чому особливу увагу слід звернути на мову, якою подається інформація, адже вона повинна бути доступною, прозорою та зрозумілою, для того, щоб зацікавити студента та утримати його увагу якнайдовше.

Список використаної літератури

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Ф. С. Бацевич. – [2-е вид., доп.]. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 376 с.
2. Давыдова И. П. Педагогам о дистанционном обучении : [методическое пособие] / И. П. Давыдова, М. Б. Лебедева, И. Б. Мылова и др. – [под ред. Т. В. Лазыкиной]. – СПб : РЦОКОиИТ, 2009. – 98 с.
3. Мылова И. Б. Инновации в образовании: дистанционное обучение : [методическое пособие] / И. Б. Мылова, В. Л. Матвеев, А. И. Мочкина, Т. М. Прокофьева. – Санкт-Петербург : СПбАППО, 2009. – 119 с.
4. Ребрина Ф. Г. Этапы разработки электронного учебного курса на платформе LMS MOODLE / Ф. Г. Ребрина, И. А. Леонтьева // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2014. – № 2. – С. 204–213.

Автори

Дубцова Ольга Вячеславівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки та іноземної філології ХНЕУ імені Семена Кузнеця (olgadubtsova@ukr.net)
Мішина Ольга Миколаївна, викладач кафедри педагогіки та іноземної філології ХНЕУ імені Семена Кузнеця (magistratura24@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 12 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 371.13

ТРЕНІНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ

Коломійцева Світлана Олегівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, вчитель початкових класів Комунального закладу «Харківський ліцей №8 Харківської міської ради Харківської області» м. Харків, Україна

Рябова Зоя Вікторівна, доктор пед. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту освіти і права ЦІПО ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України

Анотація — У змісті статті зазначено, що тренінги дозволяють сформувати необхідні професійні навички за обмежений проміжок часу. Акцентовано увагу на тому, що залежно від мети та особливостей проведення виділяють тренінги особистісного зростання, соціально-психологічні тренінги, бізнес-тренінги. Розкрито особливості організації освітнього процесу в умовах закладу освіти з використанням тренінгових технологій навчання.

Ключові слова — тренінг, компетентнісний підхід, тренінгові технології, комунікативні тренінги.

Стрімке реформування системи освіти на сучасному етапі вимагає докорінних змін в організації навчального процесу в системі підвищення кваліфікації фахівців. Сповідуючи принципи гуманізації та демократизації сучасна педагогічна наука орієнтується на оновлення змісту, форм і методів, що сприятимуть індивідуальному розвитку особистості.

Серед тенденцій розвитку освіти пріоритетними є: академічна мобільність, цифровізація та використання інформаційно-комунікаційних технологій, забезпечення якості освіти, модернізація освітнього процесу на засадах компетентнісного підходу, урізноманітнення форм та методів навчання [56].

Дієвим засобом адаптації людини до професійної діяльності, зміни моделі існуючої поведінки та діяльності, джерелом формування стійких знань, вмінь на основі набутого досвіду є чи не найпопулярніша серед

інноваційних технологій навчання дорослих – тренінгова.

Дослівний переклад терміну «тренінг» (від англ. train, training) має ряд значень: виховання, тренування, дресирування.

Тренінги дозволяють сформувати необхідні професійні навички за обмежений проміжок часу, однак їхня кількість має бути невеликою.

У контексті компетентнісного підходу можна додати, що навчальний тренінг – це організаційна форма навчання, яка ґрунтується на активних та інтерактивних технологіях, інтенсивних міжособистісних і групових комунікаціях, орієнтована на набуття соціального та професійного досвіду, розвиток професійно значущих та особистісних якостей і здібностей здобувачів освіти, формування ключових та предметних компетентностей [56, с. 11].

Отже, тренінговим технологіям навчання властиві такі ознаки: наявність стійкої мотивації до навчання; комфортне навчальне середовище, що сприяє досягненню мети; використання ефективних технік, форм, методів; опора на досвід, активне залучення знань, умінь й навичок тих, хто навчається; наявність відчуття контролю над процесом свого навчання; задоволення актуальних пізнавальних потреб та потреби в самореалізації, створення ситуації успіху; гнучкість змісту навчання та позицій учасників в процесі спільної діяльності.

Залежно від мети та особливостей проведення виділяють такі види тренінгів:

- тренінги особистісного зростання, що спрямовані на усвідомлення та подолання

своїх психологічних проблем (страхів, відсутності ефективних життєвих установок), які перешкоджають самовизначенню, самоусвідомленню та гармонійному розвитку в суспільстві;

- соціально-психологічні тренінги, що спрямовані на зміну соціальних установок і розвиток умінь та досвіду в сфері міжособистісного спілкування;

- бізнес-тренінги, що зорієнтовані на формування фахових компетентностей з метою вирішення актуальних конкретних професійних завдань (ведення переговорів, підвищення продажів, ведення проєктної роботи).

Залежно від цільової аудиторії та особливостей проведення виділяють:

- корпоративний тренінг, який спрямований на формування командного духу в трудових колективах, встановлення ефективної взаємодії між співробітниками, досягнення здатності до вирішення складних практичних завдань;

- відеотренінг – це тренінг, заснований на показі готового навчального матеріалу або використанні запису тренінгової роботи;

- навчальний тренінг, який спрямований на формування фахових і загальних компетентностей у осіб, що навчаються, в рамках окремої навчальної дисципліни або певного напрямку підготовки майбутніх фахівців або підвищення кваліфікації.

Залежно від тривалості виділяють півторагодинний тренінг, одноденний тренінг, багатоденний тренінг (тривалістю два дні та більше) [56, с. 10].

Тренінг, як форма організації освітнього процесу, має свої особливості:

- дотримання певних принципів групової роботи;

- спрямованість на психологічну допомогу учасникам групи в саморозвитку, при цьому допомога надходить не тільки від ведучого групи, а й від самих учасників;

- наявність більш-менш постійної групи з 8-16 учасників, що періодично збираються на зустрічі чи працюють безперервно протягом двох-п'яти днів (за певних умов

кількість учасників може бути більшою до 24-25);

- певна просторова організація (частіше за все – робота у зручному приміщенні, де учасники переважну частину часу сидять у колі);

- акцент на взаємовідносинах учасників групи для аналізу та розвитку в ситуації «тут і тепер»;

- використання активних та інтерактивних методів групової роботи;

- об'єктивізація суб'єктивних почуттів та емоцій учасників групи стосовно один одного та подій, які відбуваються в групі, рефлексія;

- атмосфера розкнутості та свободи спілкування між учасниками групи, клімат психологічної безпеки.

Широко використовуються комунікативні тренінги. Комунікативний тренінг – це процес навчання, спрямований на усвідомлення, актуалізацію, формування та вдосконалення особистісних якостей, необхідних у ситуаціях взаємодії з партнерами. Це навчання вмінню будувати процес спілкування, враховуючи стан, інтереси та цілі клієнта, колеги, колективу.

Цілі комунікативного тренінгу:

- дати уявлення про основи комунікації;

- виявити, усвідомити, сформувати і практично відпрацювати комунікативні навички;

- сформувати команду з метою підвищення якості та ефективності її подальшої взаємодії;

- усвідомлення учасниками закономірностей ділового спілкування, що визначають його ефективність при співпраці з партнерами;

- формування та відпрацювання навичок: встановлення контакту; активного слухання; аргументації; емоційної регуляції в процесі спілкування;

- усвідомлення кожним учасником групи його сильних сторін і ресурсів у сфері ділового спілкування.

Комунікативний тренінг може проходити у формі міні-лекції, дискусії, спеціалізовані ігрові вправи, ділові та рольові ігри,

короткий консультування в ході спеціальних вправ, релаксаційні і ментальні сесії, рефлексія для усвідомлення, придбання і розвитку необхідних практичних навичок [8].

Тренінгове навчання в структурі освітнього процесу виконує функцію практико-орієнтованого, контекстного навчання, моделювання виробничих ситуацій, розвитку здатності здобувачів освіти проводити аналіз різних ситуацій і, відповідно, приймати самостійні рішення.

Здебільшого, навчальний тренінг дозволяє вирішувати широке коло завдань: від формування знань і актуальних навичок до вироблення складних ідей, стратегій, планів, підготовки програм і проєктів.

Тренінгове навчання може бути реалізоване шляхом використання окремих тренінгових технологій під час навчальних занять, проведення тренінгів як організаційної форми навчання та практичної підготовки фахівців.

У ході тренінгу відбувається спостереження конкретного досвіду, його аналіз та оцінювання, перевірка гіпотез, експериментування та практичне втілення різних ідей і пропозицій.

Список використаної літератури

1. Лефтеров В. О. Історія становлення групових тренінгових методів навчання, розвитку і корекції. НУЦЗ України, 2016. С.129–135.

2. Романова Н. Особливості тренінгового навчання майбутніх фахівців у вищому навчальному закладі / Н. Романова, Г. Полякова // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 11. Соціальна робота. Соціальна педагогіка : збірка наукових праць. Випуск 17, ч. 3. 2013. С. 177–185.

3. Тренінгове навчання в закладі вищої освіти : навчально-методичний посібник / М. В. Афанасьєв, Г. А. Полякова, Н. Ф. Романова та ін. ; за заг. ред. професора М. В. Афанасьєва. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 323 с.

4. Федорчук В. М. Тренінг особистісного зростання: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2014. 250 с.

Автори

Коломійцева Світлана Олегівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, вчитель початкових класів Комунального закладу «Харківський ліцей №8 Харківської міської ради Харківської області» (лана20982@gmail.com)

Рябова Зоя Вікторівна, доктор пед. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту освіти і права ЦПО ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України ryabova69@gmail.com

Тези доповіді надійшли 15 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

JEL 378.147.227

PROJECT-BASED LEARNING IN THE DEVELOPMENT OF STUDENTS' PROFESSIONAL SKILLS

Maksymova Iryna, senior teacher, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics/ Pedagogy, Foreign Philology and Translation department, Kharkiv, Ukraine

Abstract — The work reveals the peculiarity of Project-Based Learning methodology. The main advantages of this method are described. It is underlined that Project-Based Learning is an interdisciplinary method. Largely a lot of subjects are underpinned by a real practice. The impact of Project-Based Learning in developing professional skills of students is highlighted. The ways how teachers can implement Project-Based Learning in their classroom activities are provided in the article.

Key Terms — Constructive learning environment, an interdisciplinary method, progressive teaching methodology, Project-Based Learning, a team work.

Project-Based Learning, or PBL, is an instructional approach based on learning activities and real tasks that have brought challenges for students to solve. Project-based Learning can be considered as a dynamic classroom approach when students actively analyze real-world challenges. PBL is generally prepared by groups of students working together towards a common aim.

Project Based Learning is a method at which students gain knowledge during the practice. They research a topic, consult a teacher and apply the digital technologies. Students unite themselves in groups where they brainstorm the ideas and distribute their responsibility. PBL teaches students not just contents of a subject, but also important life skills in ways students have to be able to function like adults in our society. These essential skills comprise interpersonal communication and presentation skills, time management and organizational

skills, research and brainstorming skills, self-assessment and reflection skills, self-monitoring, group participation and leadership skills, critical thinking and tolerance for others.

Project-Based Learning gives students an opportunity to ponder their own ideas and points of view, and take decisions that impact project outcomes and the learning process on the whole [1].

So, let's consider some important issues and the peculiarity of PBL methodology. Education has been one of the most conservative and invariable sphere of human activity for a long time. The appearance of computers, interactive boards, projectors and other equipment is just subsidiary tools. The way of teaching has not changed: a teacher explains, pupils listen to, write down and then answer. Project-Based Learning methodology is supposed to immerse every student deeply into the learning process. A teacher strives to coordinate the teaching-learning process, gives almost free hand for creativity, students try on the experts' role in the different spheres [2].

Basing on the methodology name it is clear that a key moment in the learning is a project. A project can be any research in any sphere, an organization of an exhibition, creative work in making videos, films and so on. Students are given a topic, limited time and precise criteria of assessment and no other limits. A project is a team work so every student gets his own role. A great deal of concentration on a specific task allows students to find out a lot of nuances of a studied question. Pupils have scientific achievements of the third millennium in strong disposition to explore and discover.

The Project Approach is built on natural curiosity, enabling students to interact, ques-

tion, respond the situation, connect, problem-solve, communicate, reflect and react, and more. This kind of authentic learning extends beyond the classroom to each student's home, community, nation, and the world. It essentially makes learning the stuff of real life and students are active participants in it [1].

The main advantage of PBL method is an increased students' involvement in the learning process. PBL teaches not to answer the questions at the end of the paragraph but to put the questions. During Project-Based Learning students not only master the material for their exam but they learn how to apply it. PBL also helps students understand, apply, and retain information. Project-Based Learning can give students an opportunity to work in teams and build fruitful collaboration with classmates. Needless to say that PBL can be more productive than traditional methods of teaching, and increase academic achievement. Students who work on projects demonstrate increased motivation and involvement in their studies [3].

Project-Based Learning is an interdisciplinary method. Largely a lot of subjects are underpinned by a real practice.

It is very important to define the teacher's role in PBL. The teacher's role is decisive. He or she runs the process, monitors, reacts to all the changes and assesses work. The ability to use Project-Based Learning is an indicator of high teacher's qualification, his progressive teaching methodology and his students' development. For good reason these technologies refer to XXI century technologies which are supposed to have an ability to adapt to rapidly fluctuating human life conditions. [4]

This task is quite complicated for teachers. They should observe this method before using it. Teacher should start with a short-term project. Some teachers use PBL extensively as their primary curriculum and instructional method. Others use PBL occasionally during an academic year. Project-Based Learning can be included into a current module or adapted from PBL online-library or any another recourses. Projects vary in length, from several days to several weeks or even a semester. PBL can be effective at all grade levels and subjects, as well as at alternative programs. [2]

Some researchers claim that Project-Based Learning raises academic achievements and encourages student motivation to study. Research studies also have shown that PBL can: be more productive than traditional ways in enhancing academic achievements on annual state assessment tests; be more effective than traditional method for life skill development and satisfaction of students and teachers; be fruitful with backward pupils; improve students' skills such as critical thinking, imagination and creativity, interpersonal communication, collaboration and innovation. Of course, as any teaching method, PBL can be used effectively or ineffectively. To be effective, projects should be planned to put crucial questions, require students to apply their critical thinking, and demand deliberate thought and ongoing feedback. Usage of new technologies has made PBL easier to implement. Gadgets help students take photos or video, search for information and make presentations. Using technology, students can more easily collaborate with classmates and consult teachers anywhere and anytime.

Project-Based Learning varies from classroom to classroom, but is often characterized by the following features: 1. PBL is organized around a problem or challenge without a predetermined solution; 2. PBL requires critical thinking, problem solving, collaboration and various forms of communication; scientific achievements of the third millennium; 3. Students create the process for reaching a solution; 4. Students learn to work independently and take responsibility for making decisions; 5. Students regularly reflect on what they are doing; 6. A final product is produced and is evaluated for quality; 7. The classroom has an atmosphere that tolerates errors and changes; 8. A teacher is more a facilitator rather than a leader.[3]

The Project-Based Learning method produces a Constructive learning environment in which pupils construct their knowledge. While a teacher of the "old school" model was the task master, and the teacher of the "new school" has become the facilitator.

Let's consider the several ways to implement PBL in the classroom.

1. Students as teachers. The new model of learning is called "side-by-learning" when stu-

dents taking on both informal and formal roles as teachers of their peers and younger students, and in many cases of teachers.

2. Teachers as coaches. Teachers who involve their pupils in PBL activities also find their own role changing. They teach students how to question, how to develop strategies for searching information, and how to brainstorm new ideas.

3. Parent and community involvement. Because of popularization of the internet, students make more and more connections and closer relationships inside schools and universities as well as outside in the real world. Parents and many other members of the community can play effective and crucial roles as motivators, sources of new information, assessors and guiders.

4. Learn to learn. Fruitful online projects encourage students to work on a problem in depth, rather than cover many aspects briefly. Students select the material thoroughly to solve the problem or complete a project; rather the teacher takes a decision relevant to a curriculum.

5. Lifelong Learning. Students work on projects connecting with real life experience and develop their life skills.

6. Active Learning. All people learn best by doing. They explore, gather new material, create, brainstorm and organize information. Pupils have to communicate and develop their social skills to find out the best ways of problem-solving.

7. Cooperative Learning. Cooperative Learning is the usage of small students' groups in the real or in the virtual class. This method pays great attention to team goals and team success which can be reached only in ongoing collaboration and interconnection between all the team members. Students work directly with students from other places and cultures, and communicate not only with peers, but with experts in a large number of fields [4].

English teachers are really interested in Project-Based Learning. A significant advantage of this methodology is a fact that students use a target language to prepare for a project. During PBL speech content is in the center of attention, which assists to involuntary memo-

rizing of lexical material and grammar structures. [1].

Projects should be implemented at the final stage of a definite unit or a topic, at the end of a semester or a term. Project-Based Learning provides students for a foreign language practice. Projects which can be applied at English lessons can be divided into two groups: individual and group projects.

Traditionally Project-Based Learning is still comparatively fresh idea for most teachers. The importance of PBL can be linked back to the skills required by the 21st century workforce. Scientific achievements of the third millennium and digital-age technologies bring some changes into the teaching-learning process. Completely new methods are demanded in the classroom and for the majority of teachers it may be hard to implement these ideas into action [3].

Fortunately, as lifelong learners, we all have experiences by which we discover new knowledge and information and learn to use modern tools to achieve our aims.

References

1. Boss S., Krauss J. Reinventing Project-Based Learning: Your Field Guide to Real-World Project in the Digital Age / Suzie Boss, Jane Krauss. – London, 2008. – 381 p.
2. Brandon Goodman and J. Stivers, Ph.D, Project-Based Learning, Educational Psychology, Fall 2010 ESPY 505
3. Dudeney, G., Hockley, N. How to teach English with technology [Text] / G. Dudeney, N. Hockley. – Pearson Longman, 2007. – 192 p.
4. Maher, D. & Yoo, J. Project based learning in the primary school classroom. / D. Maher and J. Yoo // Progress in Education, Volume 43. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers. – 2017. – P. 3-10.

Authors

Maksymova Iryna, senior teacher, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (maksymoviryna@gmail.com).

Manuscript received March, 15, 2021

Published as submitted by the author.

JEL I23

ASPECTS OF INNOVATIVE EDUCATION ENVIRONMENT FORMATION IN THE PROCESS OF VOCATIONAL DEVELOPMENT OF MANAGERS

Marchuk Alisa, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics / Pedagogy, Foreign Philology and Translation, Kharkiv, Ukraine

Urazova Svitlana, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics / Pedagogy, Foreign Philology and Translation, Kharkiv, Ukraine

Abstract — Vocational training of modern competitive managers must take into account changes taking place in the modern information society. In the given system, higher vocational education plays one of the leading roles. In our opinion, transformation processes in the sphere of education are of particular interest because this is the sector of economics, in which highly skilled workers are formed. New demands of the information society and the issues of the education quality foster sustainable development of education being both a theoretical and applied science. Therefore, the harmonious development and modernization of science as well as compliance with the societal demands and education quality enhancement form the need to develop an innovative environment.

Key Terms — education environment, innovative education, pedagogical interaction, vocational training.

Effective management of any educational processes primarily requires understanding of what the concept of an education environment is for the reason that education processes must take place, namely, within the framework of vocational training in higher education institutions (further IHE). The concept of “education environment” is complex and subjective. In order to analyze the importance of an education environment in the process of managers’ vocational training, this concept is worth a more in-depth study. H. Poliakova determines the education environment of an IHE as a system of conditions, impacts and opportunities for personality

and professional development and self-development of the subjects of the education process [4]. N. Horbunova considers the possibility of regarding the education environment of an IHE as the means of studying and a factor of successful social and vocational adjustment of future specialists [2].

Therefore, having analyzed the abovementioned, we may make a conclusion that the education environment is defined as: a set of organization and pedagogic conditions and factors and as a means of studying, which encourage students’ self-development and self-education, and is an integral part of future specialists’ professional growth.

However, the modern education environment is forced to evolve, thus, further appropriate functioning of this system must be based on the methods of innovativeness and an innovative education environment must be formed.

Having the concept of “innovative educational environment” under scrutiny, we ground on the idea of V. Yasvin that a personality is simultaneously the product and the creator of the innovative environment, which is “the system of influences and conditions for identity formation following the given pattern as well as opportunities for its development, which exist in the social as well as special and objective environment” [5, p. 14]. Regarding the components of the innovative education environment, scholars distinguish the personality as its dominant element that continually self-develops and self-improves. The innovative education environment of an IHE is an integrative structured entity with a three-level organization: a dynamic mechanism,

which integrates liaisons of spatial relationships among the architectural, material and technical, socio-cultural, information and technological as well as scientific and pedagogical environments; which facilitates formation of intersubjective interaction and professional and personality development of future specialists.

With emphasis made on the process of introducing innovations in the vocational training of managers, L. Marchenko proposes the model of the innovative process, which encompasses six stages: 1) identification of the need in innovation; 2) data mining concerning possible innovations to provide for problem solution; 3) evaluation of innovation projects by the criteria of implementation and educational feasibility; 4) decision making as for implementation of innovations; 5) implementation of innovations; 6) institutionalization of innovations [3; p. 250].

When providing for the future specialist's professionalism development, the system of education plays an integral part. Specialist literature analysis enables to assert that formation of future managers is only possible on the grounds of gradual specialist vocational training based on the combination of scientific and theoretical achievements and the experience of the leading management schools, which provide for the high level of highly-qualified specialists' training. The prerequisites of high quality vocational training of a professional manager are the educational process appropriately organized at an IHE and the sustainable development of business education [6].

Therefore, the modern education must be grounded on the principles of innovativeness, which encourage qualitative changes in the interaction of lecturers and students and enables formation of competences for the future successful professional activity. Modern innovative vocational training is the means of socialization, i.e. harmonization of a person's relationship with the world; development of the national morale of a person, formation of conditions for the person to acquire comprehensive education base, which enables to adapt quickly in the society; professionalization, i.e. acquisition of professional competences as well as fundamental and applicative knowledge and professional activity organization and realization culture; self-

realization, i.e. acquisition of skills necessary for productive living, self-actualization [1; p.50]

On balance, it can be stated that the main aspects of innovative environment formation in the process of managers' vocational education must encompass application of advanced information technologies, harmonization of the student's personality in the process of personal and professional development and development of valid innovative academic programs for managers' vocational training. Under the current conditions, management becomes one of the most important professions and education in the sphere of management forms the grounds for training professional executives. Tough world competition demands modern managers' ability for continual innovations, new ideas, knowledge and skills, which would comply with the requirements of the modern society. Thus, formation of an education environment for students in management is a long-term investment into the development of world economy because it helps to educate a modern competitive specialist of a new breed.

References

1. Balyihin, G. A. Upravlenie razvitiem obrazovaniya: organizatsionnoekonomicheskiy aspekt / Grigoriy Artemovich Balyihin. – M. : Ekonomika, 2003. – 427 s.
2. Gorbunova N.V. Informatsionno-obrazovatel'naya sreda vuza kak sredstvo formirovaniya informatsionnoy kompetentnosti studentov / N.V. Gorbunova // Vestnik Ishimskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo instituta im. P.P. Ershova. – 2012. – No 6. – S. 50-54.
3. Marchenko, L. Yu. (2009). Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu pedahohiv v umovakh profilnykh zahalnoosvitnikh navchalnykh zakladiv Management of innovative activity of teachers in the conditions of profile general educational institutions. Collection of scientific works of Berdyansk State Pedagogical University: pedagogical sciences. Berdiansk, Vol. 2, pp.248– 250. [in Ukrainian].
4. Poliakova, H. A. Rozvytok osvithnoho seredovysshcha zakladu vyshchoi osvity v umovakh neperervnoi osvity / Vyshcha shkola: udoskonalennia yakosti pidhotovky fakhivtsiv: zb. tez II mizhnar. nauk. Internet konf., 26-27 kvitnia 2018 r., m. Kyiv / Ukl. N. V. Paziura. – K.: Alfa-PIK, 2018. – S. 110-113.
5. Yasvin, V. A. Obrazovatel'naya sereda: ot modelirovaniya k proektirovaniyu / - M.: Smyisl, 2001. - 365 s.

6. Yevtushenko, H.I. Formuvannia menedzhera, yak fakhivtsia: problemy ta perspektyvy / Naukovyi visnyk NUDPS Ukrainy. – 2012. – №1. – S. 12-21.].

7. Nychkalo N. H. Neperervna profesiina osvita yak filosofska ta pedahohichna katehoriia / Neperervna profesiina osvita: teoriia i praktyka. – 2001. – Vyp. 1. – S. 9–22.

Authors

Marchuk Alisa, postgraduate, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (marchuklice27@gmail.com).

Urazova Svitlana, senior lecturer, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (svitlana.urazova@hneu.net).

Manuscript received March, 12, 2021.

Published as submitted by the author(s).

УДК 371.13

ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦІ ПЕДАГОГІВ, УЧНІВ, БАТЬКІВ В УМОВАХ УПРОВАДЖЕННЯ ОСВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАВЧАЛЬНО- ВИХОВНИЙ ПРОЦЕС ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Мотуз Ганна Альбертівна, директор комунального закладу «Харківська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 32 Харківської міської ради Харківської області імені двічі Героя Радянського Союзу О.О.Головачова», м. Харків, Україна

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — У статті проаналізовано принципи та можливості педагогіки партнерства як системи взаємодії учителів, учнів та батьків з метою особистісного розвитку всіх учасників освітнього процесу.

Ключові слова — нова українська школа, педагогіка партнерства, співробітництво, освітні технології, ефективна взаємодія.

Новий вектор освітніх можливостей тісно пов'язаний з Концептуальними засадами реформування середньої освіти «Нова українська школа» й має спрямування на активне впровадження в освітній процес педагогіки партнерства як одного із основних факторів ефективної синергії його учасників. [3].

Створення Нової української школи - це програма на десятиріччя, яка буде йти поступово, згідно з календарем реформи і Законом «Про освіту», та створення партнерського соціуму - невідкладне завдання сьогодення [5].

Закон «Про освіту» надає батькам вибір впливати на навчання власної дитини, на визначення траєкторії її навчання, на організацію навчального процесу у закладі. У батьків з'явилась можливість більш активно брати участь у розробці проектів, стратегії розвитку школи, у виборах її директора, вони мають змогу обирати зручну для себе форму допомоги школі, вчителям, дитячому колективу, разом з педагогами брати

відповідальність за реалізацію поставлених завдань, активно долучатися до змін в освіті [6].

Аналіз досліджень й публікацій свідчить, що вперше термін «педагогіка співробітництва» з'явився у 1986 році у «Маніфесті» («Учительская газета», 18.10.1986 р.) за авторством педагогів-новаторів: С.М. Лисенкової, В.Ф. Шаталова, І.П. Волкова, Є.М. Ільїна, Ш.А. Амонашвілі, С. Соловейчика та ін.. В його основі — ідея зміни стосунків з учнями, заснована на увазі вчителя до учня, залучення до навчання що викликає в нього радісне відчуття успіху, руху вперед, розвитку [7].

В основі педагогіки партнерства – формальне і неформальне спілкування, взаємодія та співпраця між учителем, учнем, батьками та громадою [5]. Учні, батьки та вчителі, об'єднані спільними цілями та прагненнями є добровільними і зацікавленими співниками, рівноправними учасниками освітнього процесу, відповідальними за результат [4].

До процесу навчання – як впорядкованої взаємодії педагога з учнем, напруженої на досягнення поставленої мети [8], додається важливий компонент – громадське, в тому числі батьківське, самоврядування, як право учасників освітнього процесу як безпосередньо, так і колективно вирішувати питання організації та забезпечення освітнього процесу в закладі освіти, захисту їхніх прав

та інтересів [3]. Мова йде про модель державно-громадського управління, яка упродовжується практично в усіх країнах світу де технологія управління школою побудована на реалізації чотирьох блоків: учитель, учень, батьки, громадянське середовище [1].

Серед основних положень партнерської технології: учитель і його учень (учні) як суб'єкти освітньої діяльності, які співдіють у досягненні мети. Основа співробітництва – домовленість з точно визначеними обов'язками, термінами, результатами та фінансуванням. Відповідно Закону України “Про освіту” мета учня: отримати якісні результати навчання — знання, уміння, навички, способи мислення, погляди, цінності, інші особисті якості, набуті у процесі навчання, виховання та розвитку, які можна ідентифікувати, спланувати, оцінити та виміряти та які особа здатна продемонструвати після завершення освітньої програми або окремих освітніх компонентів [3]. Завдання педагога надання освітніх послуг — комплексу визначених законодавством, освітньою програмою та/або договором дій суб'єкта освітньої діяльності, що мають визначену вартість та спрямовані на досягнення здобувачем освіти очікуваних результатів навчання [3].

Організація освітнього процесу потребує створення системи розвитку (з опорою на індивідуальні особливості), саморозвитку (при максимальній самостійності учня), та самореалізації його учасників, упровадження дієвих стимулів самомотивації, використання технологій та засобів, що можуть сприяти прискоренню процесу. При цьому вчитель є провідною фігурою успішної педагогічної взаємодії що покладає на нього відповідальність оперативно враховувати особистісні якості вихованців, які постійно змінюються під впливом зовнішніх обставин та індивідуального зростання [8].

Співпраця вчителів та батьків з метою формування всебічно розвиненої, компетентної особистості, здатної до самореалізації – одна із важливих складових педагогічного партнерства. Головними завданнями роботи я вважаю повинні бути такі: пропаганда педагогічних знань з метою

підвищення педагогічної грамотності батьків; організація заходів, спрямованих на оволодіння батьками системою умінь, необхідних у стосунках між ними та дітьми; презентація успішного досвіду сімейного виховання; гуманізація змісту та форм роботи з родиною і взаємовідносин «педагоги — батьки».

Заклад освіти та батьківська громада – це два соціальних інститути, від узгодженості дій яких залежить ефективність освітнього процесу.

Досить актуально звучать слова В.О.Сухомлинського і сьогодні: «Час і батькам, і вчителям глибоко усвідомити, що ні школа без сім'ї, ні сім'я без школи не можуть впоратися з найтоншими, найскладнішими завданнями становлення людини» [10].

Педагогіка партнерства, як система взаємовідносин, які відбуваються в процесі та заради спільної діяльності потребує освітнього середовища, у формуванні та розвитку якого братимуть участь не тільки педагоги, а і батьківський колектив, об'єкти соціально-педагогічного партнерства, наукові установи та заклади вищої освіти.

Висновок

Вчителі повинні ініціювати і залучати родини до участі у побудові нової української школи, у здобутті спеціальних знань про вікові особливості дитини, знайомити з ефективними методами виховання дитини. Саме ми, педагоги, разом з батьками співпрацюємо не тільки у навчальному процесі в ліцеї, але батьки є першими помічниками і авторами всіх виховних заходів в класі.

В свій час Василь Сухомлинський наголошував, що час і батькам і вчителям глибоко усвідомлювати, що ані школа без сім'ї, ані сім'я без школи не можуть упоратись з найтоншими, найскладнішими завданнями становлення людини [9].

Список використаної літератури

1. Бочкарев В.И. Концепция государственного общественного управления образованием (проект) [Электронный ресурс] / В.И. Бочкарев. – Режим доступа: <http://doxa.ru>

2. ГО «Смарт освіта» спільно з Міністерством освіти і науки України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Сайт НУШ, 30.06.2019 р

3. Закон України “Про освіту” //Законодавчі акти України з питань освіти /Верховна Рада України/ Документ 2145-19, поточна редакція від 05.09.2017.

4. Концептуальні засади реформування середньої освіти “Нова українська школа”/ під. заг. ред. Бібік Н.М. – К.; ТОВ “Видавнича дія” Плеяди”.

5. Нова українська школа: порадник для вчителя / під. заг. ред. Бібік Н.М. – К.; ТОВ “Видавнича дія “Плеяди”.

6. Нова українська школа. «Концептуальні засади реформування середньої школи» Міністерство освіти і науки України 27.10.2016.

7. Педагогика сотрудничества / С. Лысенкова, В.Шаталов, И.Волков и др.//Учительская газета. – 1986. 18 октября.

8. Підласий І.П. Продуктивний педагог. Настільна книга вчителя (1-7 розділи) Х.: Вид. група “Основа”, 2010.

9. Сухомлинський В. О. Батьківська педагогіка. - К.: Радянська школа, 1978.

10. Сухомлинський В.О. Вибрані твори в п’яти томах. Том 5. – К.: Видавництво “Радянська школа”, 1977.

11. Фіцула М.М. “Педагогіка” “Академвидав”, Київ, 2003.

Автори

Мотуз Ганна Альбертівна, директор комунального закладу «Харківська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 32 Харківської міської ради Харківської області імені двічі Героя Радянського Союзу О.О.Головачова» (annetbrunet@gmail.com).

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківського національного економічного університету імені Семе́на Кузне́ця, м.Харків, Україна (innovatica@ukr.net).

Тези доповіді надійшли 21 грудня 2020 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 371.13

ПЕДАГОГІЧНИЙ КОУЧИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДОМ ОСВІТИ

Наумова Олена Андріївна, заступник директора з навчально-виховної роботи ХСШ № 29 Харківської міської ради, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – У статті обґрунтовано педагогічний коучинг як інноваційну технологію, яка сприяє підвищенню якості управління закладом освіти, формуванню у вчителів педагогічної дії нової якості, здатності неперервно навчатися протягом усього життя. Розкрито алгоритм коучингу, що передбачає партнерство, розкриття потенціалу, результат. Охарактеризовано особливості застосування технології коучингу у закладі освіти з метою стимулювання професійної освіти, здатності прийняття етичних управлінських рішень, розвитку відповідальності, впевненості у власних можливостях.

Ключові слова: компетентність, коучинг, коучинговий підхід, педагогічна майстерність, потенціал, професійна діяльність, управління.

У сучасному світі, коли інформація змінюється майже щоденно, особистість має вміння діяти автономно, використовувати засоби навчання і набуті вміння інтерактивно, повноцінно функціонувати, для чого вона повинна навчитися вчитися впродовж життя.

XXI століття – час суттєвих змін. Це століття нової культури, вік впровадження нових технологій, що пред'являють до особистості вимоги на рівні оновленої свідомості, розуміння нових можливостей. Нові умови розвитку суспільства, в першу чергу, зачіпають найважливіший інститут соціалізації – освітній простір.

Державний освітній стандарт загальної освіти задає якісно нове уявлення про те, якими мають бути зміст освіти і його освітній результат.

Коучинг як сучасна технологія дозволить підготувати нове покоління молодих фахівців: самодостатніх, цілеспрямованих, позитивних, які вміють жити і працювати в гармонії з самим собою. Коучинг є одним із різновидів інноваційної освітньої практики, де коуч займає позицію фасилітатора, який спрямовує процес отримання людиною суб'єктивно і об'єктивно нового досвіду. Коучинг (від англ. coaching — тренерство) – це мистецтво створення, за допомогою бесіди й поведінки, середовища, яке полегшує рух людини до бажаних цілей, так, щоб воно приносило задоволення, підвищувало результативність, сприяло всебічному розвитку особистості.

Як зазначає С. Романова, коучинг визначають як творче партнерство, що дозволяє реалізувати особистісний і професійний потенціал людини. Завдання тренера-коучера – допомогти людині розвиватися і бути готовою до змін [3, с. 83]. Як навчальна взаємодія, коучинг за О. Пометун, унеможливає неучасть студента у «колективному взаємодоповнюючому, базованому на взаємодії всіх його учасників процесі навчального пізнання» [2, с. 19]. Розрізняють декілька видів коучингу: індивідуальний, груповий, командний, кар'єрний, корпоративний, бізнес-коучинг, лайф-коучинг, коучинг конфліктів тощо. Незважаючи на різ-

новиди, коучинг дозволяє особистості подивитися на себе з іншого боку, оцінити ситуацію, що склалася, знайти різні способи вирішення проблеми, проаналізувати їх і обрати найоптимальніший, скласти план дій на майбутнє, навчитися контролювати свої дії та активно співпрацювати з іншими [6].

Нові освітні стандарти передбачають особистісно-орієнтований підхід у навчанні. Коучинг – це технологія для розкриття потенціалу особистості, для максимізації власної продуктивності та ефективності. Коучинг – це не тільки техніка, яка застосовується в певних обставинах; ефективний коучинг – це метод управління, метод взаємодії з людьми, спосіб мислення (У.Тімоті Голв). Початковою передумовою коучингу є віра в те, що кожна людина – унікальна творча особистість, яка здатна домогтися неймовірних успіхів в житті і професійній діяльності.

В умовах інновацій та реформ освітні заклади повинні змінювати свої методи та підходи в системі роботи освітнього процесу. Адже одна з основних вимог закону України «Про освіту» – компетентнісний підхід, а це фактично орієнтація на комбінацію знань, методів комунікації, способів розвитку критичного мислення та інших якостей дитини, які дадуть їй можливість успішно себе реалізувати.

Ефективною технологією науково-методичного супроводу є педагогічний коучинг як інноваційна технологія, яка сприяє розвитку потенціалу особистості та групи спільно працюючих людей (команди, організації), а також забезпечує максимальне розкриття та ефективну реалізацію цього потенціалу. Педагогічний коучинг передбачає системність, вертикальну і горизонтальну цілісність неперервного освітнього процесу; інтеграцію формальної, неформальної та інформальної освіти, навчальної, практичної і самоосвітньої діяльності; урахування змісту навчальних потреб педагога на різних стадіях життєвого циклу; єдність професійної, загальної і гуманітарної освіти тощо. В основі педагогічного коучингу покладено ідею про те, що кожна особистість неповторна, відрізняється власними потребами, цілями, інтересами, мотивами, задово-

лення яких передбачає індивідуальні способи, форми, підходи до підвищення професійного та особистісного рівня. Тобто кожен педагогічний працівник виступає осередком освітнього процесу в системі освіти, цілісним суб'єктом професійної діяльності, активним, вільним і відповідальним у проектуванні, здійсненні та творчому реформуванні власного професійного розвитку [4, с. 174].

Основні загальноприйняті значення терміна «педагогічний коучинг» такі: індивідуальне консультування (професійно-фахове, технологічне, психолого-педагогічне, навчально-методичне) для досягнення вищих професійних та особистісних досягнень; адаптивний стиль управління персоналом, спрямований на неперервний розвиток педагогічної майстерності педагогічного працівника за індивідуальною освітньою траєкторією протягом усього життя, уміння вчитися і самовдосконалюватися; форма індивідуального і групового консультування для проект-менеджерів і керівних працівників середнього і/або вищого рівнів. Метою застосування педагогічного коучингу в системі загальної середньої освіти є підвищення якості освітніх послуг і забезпечення на цій основі конкурентоспроможності педагогічних працівників відповідно до європейських стандартів і найкращих вітчизняних традицій.

Таким чином, коучинг може виступити каталізатором професійних та особистісних досягнень педагога, сприяти формуванню прийняття інновацій (позитивного ставлення до них) і готовності до інноваційної діяльності. В процесі коучинга формується інноваційне мислення (готовність прийняти нове без страхів і сумнівів), розвивається впевненість у собі, формуються нові опорні точки в свідомості, що веде до планування послідовності дій, готовність до цих нових дій.

Застосування коучингу у педагогіці доцільно не тільки для педагогічного складу школи, але і для її керівників. У всіх сучасних стратегічних документах сказано про необхідність розвитку школи, що передбачає формування і розвиток інноваційного мис-

лення кожного з учасників цього процесу. Кожен керівник закладу освіти зацікавлений в мотивації персоналу, його підготовці і навчанні, усунення конфліктів у колективі, грамотному підборі і оцінці педагогічних працівників ввіреній йому освітньої організації. В даному випадку коучинг і буде однією з нових технологій, вводять педагогічний колектив в інноваційну діяльність.

Однак, звертаючись до теми «коучингу в освіті» рідко розглядається другий (але не менш важливий) варіант застосування цього найефективнішого інструменту – «підтримка управлінської роботи та організаційних змін в освітніх установах» [5, с.63].

Цінність керівника в освіті, що володіє вище позначених набором характеристик, без сумніву висока, тому що часто навіть молоді фахівці, що вимагають особливо пильної уваги на початку своєї кар'єри, не мають необхідного зв'язку з керівником, не отримують повноцінний зворотній зв'язок, не мають можливості ефективно планувати свою діяльність.

На основі вище сказаного можна зробити висновок про те, що процес застосування коучингових технологій в форматі «підвищення ефективності управлінської діяльності» керівниками освітніх організацій практично не застосовується, однак показує високу ефективність в практиці зарубіжного досвіду. Підвищення ефективності управління в цілому і якості прийняття управлінських рішень керівниками всіх рівнів, що, безумовно, є серйозним аргументом за застосування даного методу в практиці управління в сучасній освіті. Коучинг, якщо він стане офіційною частиною педагогічної системи, сприятиме ефективному використанню педагогом власних професійних і особистісних ресурсів і часу; об'єктивної та системної оцінки процесу і результату професійної діяльності; комплексному баченню освітньої ситуації; високому рівню розвитку інноваційної діяльності; узгодженості особистісно-професійних цілей педагога і вимог Державних Стандартів.

Список використаної літератури

1. Горук Н. М. Коучинг як ефективна технологія формування самоосвітньої компетентності студентів / Н. М. Горук // Проблеми підготовки сучасного вчителя. - 2015. - № 11. - С. 99-104.
2. Пометун О. І. Сучасний урок: інтерактивні технології навчання [Електронний ресурс] / О. І. Пометун, Л. В. Пироженко. - К.: А.С.К., 2004. – Режим доступу : http://pedagogika.ucoz.ua/knygy/Suchasnyj_urok.pdf.
3. Романова С. М. Коучинг як нова технологія в професійній освіті / С. М. Романова // Вісник Нац. авіац. ун-ту. Серія: Педагогіка. Психологія. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/VisnikPP/article/view/2145/21>
4. Рудницьких О. В. Коучинг як інтерактивна технологія в освіті / О. В. Рудницьких // Вісник Дніпропетровського у-ту імені Альфреда Нобеля. Серія: Педагогіка і психологія. - 2014. - № 2(8). - С. 173-176.
5. Сидоренко В.В. Положення «Про педагогічний коучинг у системі післядипломної освіти» [Текст] / Вікторія Вікторівна Сидоренко. – Донецьк: Витоки, 2014. – 63 с.
6. Хмельницька О. С. Коучинг як сучасна технологія підвищення ефективності навчального процесу [Електронний ресурс] /О.С. Хмельницька. Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/6m.pdf>

Автори

Наумова Олена Андріївна, заступник директора з навчально-виховної роботи ХСШ № 29, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (elenaumchick@gmail.com).

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна (innovatica@ukr.net).

Тези доповіді надійшли 02 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 373.2

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ДІЛОВОДСТВА ТА ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ЗАКЛАДІ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

Ноготушкіна Анастасія Дмитрівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна

Анотація — У статті показано необхідність удосконалення системи діловодства, розкрито можливості впровадження інноваційних технологій у веденні ділової комунікації у закладі дошкільної освіти.

Ключові слова — діловодство, ділова комунікація, заклад дошкільної освіти, інноваційні технології.

Актуальність теми зумовлена зростанням ролі документаційного забезпечення в системі підвищення ефективності діяльності закладів дошкільної освіти. На систему діловодства необхідно покласти завдання не тільки створення документації та забезпечення її руху, але головним чином питання інформаційної підтримки всіх управлінських рішень на підставі досконалої організації їх документаційного забезпечення.

Система діловодства, як серцевина організації, що відображає і забезпечує її діяльність, сьогодні мусить бути потужним інструментом, що в змозі через процеси ділової комунікації орієнтувати всі інші підрозділи та окремих виконавців на спільні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників, виховуючи в них почуття єдності і відданості своєму підприємству, поліпшувати процеси ділової комунікації й корегувати організаційну поведінку всіх його членів [4].

Діловодство - це суто визначений процес організації роботи з вже створеними документами, основною метою якого є регулювання їх руху, з точки зору доцільності і

раціональності, а також здійснення контролю за ними у межах конкретної управлінської системи. На жаль, жорсткі регламенти, притаманні діловодним процесам, не можуть задовольнити сучасне різноманіття інформаційних потреб менеджменту.

Особливості сучасного діловодства полягають, у широкому застосуванні комп'ютерних систем оброблення та друкування документів, необхідності дотримання вимог чинних державних стандартів у цій галузі, впровадження раціональних прийомів роботи [1].

Виходячи з інформаційного навантаження на управлінський документ, документаційне забезпечення ділової комунікації є більш ширшим поняттям, і включає, поряд з діловодством, процес документування управлінських дій з метою прийняття найбільш ефективних рішень. Використання цього системного поняття в сучасному менеджменті потребує розроблення принципово нової системи діловодства та ділової комунікації під час управління закладом дошкільної освіти.[2]

Організація системи діловодства впливає на оперативність, економність, надійність функціонування апарату управління, організацію і культуру праці працівників. За умови раціонально організованого діловодного процесу фахівці і керівники звільняються від невластивих для них операцій. Внаслідок цього підвищується ефективність праці, скорочуються витрати, пов'язані з функціонуванням апарату управління.[5]

Діловодство як функція управління не може існувати без належної нормативно-правової бази, тобто сукупності законів, нормативних, правових актів та методичних документів, які регламентують технологію створення, обробки, зберігання та використання документів. Для зручності аналізу складу нормативно-правових документів вони були поділені на такі групи: загальні питання діловодства; архівне зберігання документів; автоматизація діловодства; інструкції з діловодства; діловодство за зверненнями громадян; робота з таємними та документами для службового користування; стандартизація у діловодстві; пересилання документів [3].

Система діловодства складається із сукупності документів, які використовують в процесі документаційного забезпечення управління. Для забезпечення ефективної роботи органів управління необхідно, щоб документи були оформлені за певними правилами та мали обов'язкові реквізити, розташовані у певному порядку, лише за такої умови вони будуть запорукою ефективної діяльності органів управління. Практичне значення управлінських документів є запорукою раціонального використання їх в установах та підприємствах, що підвищує ефективність управлінської діяльності. Документування управлінської діяльності — узагальнене системне явище, вияв вищої потреби об'єкта управління та необхідний елемент управлінського процесу [2].

Але ж система діловодства повинна завжди вдосконалюватись, бо час не стоїть на місці, а разом із часом модернізуються й з'являються усе нові інноваційні технології розвитку системи, вдосконалюється ділова комунікація в закладах дошкільної освіти.

Сучасна сфера діловодства, яка характеризується величезною кількістю документів, збільшенням обсягів інформації і великими змінами до попиту інформації, на сьогодні ставить нові вимоги до організації інформаційно-документаційного обслуговування у закладі дошкільної освіти.

Інформаційна технологія є найбільш важливою складовою процесу використання ін-

формаційних ресурсів. Системи, що реалізують інформаційну технологію для виконання встановлених функцій за допомогою персоналу і комплексу засобів автоматизації є автоматизованими системами (АС), які, зазвичай, розглядаються як інформаційні системи [1].

Автоматизація діловодства розпочалася ще з середини 1960-х років, коли розроблялись і впроваджувались організаційні автоматизовані системи управління, до функціональних підсистем яких входили локальні інформаційні підсистеми: “Автоматизований контроль виконання документів”, “Кадри”, “Облік і контроль за виконанням звернень громадян”, “Автоматизована реєстрація кореспонденції”. Та з часом все почало модернізуватись та пристосовуватись до сьогодення, додаючи до автоматизованих систем (АС) ті документи, які потрібні саме тій чи іншій організації [6].

На сьогоднішній день, на жаль, система діловодства та ділової комунікації у закладах дошкільної освіти бажає бути кращою, більш удосконаленою.

Сучасний світ інноваційних технологій дозволяє розширювати кордони розвитку та удосконалення системи, але неабиякою перешкодою для впровадження системи у закладі дошкільної освіти є некомпетентність багатьох працівників закладу.

Це зумовлено тим, що молодь не поспішає йти у заклади освіти, задля встановлення та модернізації системи, а більшість працівників вже є похилого віку, яким досить складно пристосуватись до нових систем, інноваційних технологій у діловій комунікації.

Хоча, на мій погляд, систему діловодства вкрай треба удосконалювати саме завдяки розвиненим технічним ресурсам. Якщо єдину систему діловодства впровадити у всіх осередках системи освіти, то настане неабияка економія особистих ресурсів, та буде підвищено результативність показників закладів освіти.

Список використаної літератури

1. Войнаренко М. П. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією / М. П. Войнаренко

ко, О. М. Кузьміна, Т. В. Янчук. Навч. посіб. – Вінниця: ПП Едельвейс і К, 2015. – 496 с.

2. Документування у менеджменті: Підручник: Навчальне видання. - К.: ЦНЛ, 2003.- 216 с.

3. Електронний документообіг: Нормативні документи // Інвестгазета (рус.).- 2007.- № 29.

4. Корбутяк В.І. Діловодство: навчальний посібник / В.І. Корбутяк, З.О.Топланов. — Рівне, 2010. — 121 с.

5. Піддубна Л.П. Стан законодавчого та нормативно-методичного регламентування діловодства в державному управлінні України / Л.П. Піддубна // Науковий вісник Академії муніципального управління. Сер.: Управління. — 2011. — Вип. 4. — С. 139—145.

6. Супронюк Ю. Використання сучасних інформаційних технологій у навчальному процесі / Ю. Супронюк // Досвід організації та активізації навчального процесу на основі впровадження інноваційних технологій : зб. матер. навч. метод. конф. 5-8 лютого 2008 р. – К. : КНЕУ, 2008. – С. 479-480

Автори

Ноготушкіна Анастасія Дмитрівна, вихователь-методист ЗДО № 357, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (nogotushkinaanastasia@gmail.com).

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (innovatica@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 21 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 658.015

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Панченко Владислава, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна.

Пилаєва Тетяна Володимирівна, канд. педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна.

Анотація – Сучасний рівень розвитку управління виходить з того, що об'єктом управління є організаційна культура того чи іншого типу - визнана і підтримана учасниками організації система цінностей і сукупність норм поведінки як в організації, так і у взаємодії із зовнішнім середовищем. Культура є головною рисою успішніших закладів освіти, їх найважливішою конкурентною перевагою, чинником їх успіху.

Ключові слова – культура, культура організації, організаційна культура, організаційні цінності, особистість.

Сьогодні визнається, що культура є головною рисою успішніших закладів освіти, їх найважливішою конкурентною перевагою, чинником їх успіху.

Організаційна культура є внутрішнім джерелом формування репутації закладу вищої освіти. Вона координує всю його діяльність з моменту зародження. Якщо порівняти заклад з живим організмом зі своїми органами, системами, живленням та продуктами діяльності, то саме організаційна культура являє собою дух закладу. Тому не підлягає сумніву, що організаційна культура чинить величезний вплив на всю діяльність, розвиток та досягнення цілей.

Поняття "організаційна культура" увійшло до розвинених країн в двадцять роки минулого століття, коли виникла необхідність

впорядкування взаємовідносин усередині великих фірм і корпорацій, а також усвідомлення їх місця в інфраструктурі економічних, торгових і промислових зв'язків [1].

Культура (від лат. "culture" – "виховання, освіта") є "специфічним способом організації і розвитку людської життєдіяльності, який відображено в продуктах матеріальної та духовної праці, в системі соціальних норм і засад, духовних цінностей, у сукупності відношень людей до природи, між собою і до самих себе" [1].

Д. Елдрідж і А. Кромбі вважають, що організаційна культура – це унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, які визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення встановлених перед нею завдань [3].

К. Голд вважає, що організаційна культура – це унікальні характеристики сприйнятих особливостей організації, того, що вирізняє її серед інших у галузі [3].

Організаційна культура – це не тільки імідж компанії, а й ефективний інструмент стратегічного розвитку бізнесу. Її формування завжди пов'язане з інноваціями, спрямованими на досягнення бізнес-цілей і, отже, підвищення конкурентоспроможності.

Організаційна культура, за визначенням, не може бути сконструйована і впроваджена. Вона не може бути навіть запозичена. Запозичені, можуть бути лише деякі структури і механізми зв'язків, що відображаються в організаційних проектах. Кожен колектив унікальний: статево-віковий склад, про-

фесійно-кваліфікаційна структура кадрів, галузева, географічна специфіка і т.п. – все це накладає свій відбиток. Велике значення має історія становлення підприємства, формування самого колективу і сформовані традиції [3].

Насьогодні виокремлюють три види організаційної культури [6]:

1) поверхневий (символічний) рівень – це все, що людина може побачити і помацати: організаційна символіка, логотип, фірмові календарі, прапор фірми, гімн фірми, особлива архітектура будівлі і т.п. Також до символічного рівня відносять міфи, легенди та історії, пов'язані із заснуванням фірми, діяльністю її керівників і видатних співробітників. На цьому рівні речі та явища легко виявити, але не завжди їх можна розшифрувати й інтерпретувати в термінах корпоративної культури.

2) підповерхневий рівень – об'єднує цінності і норми, свідомо зафіксовані в документах організації і покликані бути керівними в повсякденній діяльності членів організації. Типовим прикладом такої цінності може бути установка "клієнт завжди правий" на відміну від установки про першість виробника в радянський період. На цьому рівні вивчення піддаються цінності і вірування, що розділяються членами організації, у відповідності з тим, наскільки ці цінності відображаються в символах і мові. Сприйняття цінностей і вірувань носить свідомий характер і залежить від бажання людей.

3) базовий (глибинний) рівень – базові припущення, що виникають у членів організації на підставі особистих патернів, підкріпжених чи змінюються успішним досвідом спільних дій і в більшості випадків не усвідомлювані, деяке "повітря" організаційної культури, яке без запаху і смаку, яким всі дихають, але у звичайному стані не помічають. Ці базові припущення важко усвідомити навіть самим членам організації без спеціального зосередження на цьому питанні. Ці приховані і прийняті на віру припущення направляють поведінку людей, допомагаючи їм сприйняти атрибути, що характеризують організаційну культуру.

По відношенню до організації культура виконує ряд важливих функцій [1]:

1) охоронна функція полягає у створенні бар'єру від небажаних зовнішніх впливів. Вона реалізується через різні заборони, що обмежують норми;

2) інтегруюча (об'єднує) функція культури полягає в формуванні у людей почуття єдності, приналежності до організації, гордості за неї;

3) регулююча функція підтримує необхідні правила і норми поведінки членів організації, їх взаємини, контакти із зовнішнім світом. Це є гарантією її стабільності, зменшує можливість небажаних конфліктів;

4) адаптивна функція полегшує взаємне пристосування людей один до одного і до організації. Людям, які дотримуються однакових норм поведінки, що беруть участь в одних і тих же ритуалах, які пройшли через обряди, легше зрозуміти один одного і пристосуватися вимогам організації;

5) орієнтуюча функція культури направляє діяльність організації та її учасників в необхідне русло;

6) мотиваційна створює для цього необхідні умови. Відомо, наприклад, що великі цілі пробуджують в людях активність, прагнення до їх досягнення, реалізації;

7) функція формування іміджу організації, тобто її образу в очах оточуючих.

Деякі дослідники вбачають організаційну культуру як: колективне програмування думок, які відрізняють членів однієї організації від іншої; сукупність певних цінностей, норм і моделей поведінки, які декларуються, поділяються й реалізуються на практиці керівниками установ та їх підлеглими (персоналом), доводячи свою ефективність у процесі адаптації до потреб внутрішнього ринку організації та вимог зовнішнього середовища; сукупність поведень, символів, ритуалів і міфів, які відповідають узгодженим цінностям, властивим підприємствам і передаються кожному новому члену організації в якості життєвого досвіду; прийняті членами організації позиція, філософія, ідеологія, цінності, норми, які пов'язують організацію в єдине ціле [2; 5].

Організаційна культура об'єднує найкращі позитивні якості та прояви культури професорсько-викладацького складу закладу вищої освіти. Викладачі в системі вищої освіти мають виділити головні пріоритети у своїй діяльності, до яких доцільно віднести: професійну майстерність, наукові досягнення, участь в ефективному управлінні навчальним закладом, громадську роботу й участь у різноманітних радах і комісіях, а також сприяти високому становищу фахівця в університетському й академічному співтоваристві. Життя підтверджує аксіому: організаційна культура викладача сприяє формуванню організаційної культури закладу вищої освіти і навпаки.

Вивчення організаційної культури викладачів закладу вищої освіти стало механізмом цілісної інтеграції, за допомогою якого окреслюються різноманітні шляхи підвищення ефективного розвитку організаційної культури освітніх установ.

Підводячи підсумок, можна зробити наступні висновки: організаційна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників. Вона існує в будь-якій організації незалежно від її розмірів і сфери діяльності.

Організаційна культура освітнього закладу є інструмент управління поведінкою співробітників освітнього закладу разом із цим педагогічним колективом загалом. Використовуючи цей управлінський інструмент, керівник освітнього закладу формує певну модель поведінки педагогів, підтримує домінування певного типу культури у своєї партії, підвищує і який використовує його позитивний потенціал.

Ефективне управління організаційної культурою освітнього закладу через приховані компоненти є усвідомлений і цілеспрямований багатоетапний процес із формування та розвитку організаційної культури освітнього закладу у вигляді корекції і правил поведін-

ки, цінностей, традицій, психологічного клімату педагогічного колективу.

Управління формуванням та розвитком організаційної культури освітнього закладу, зокрема і, служить визначальним чинником ефективного процесу, детермінує його результати. Так як організаційна культура будь-якого освітнього закладу впливає на виховний процес.

Список використаної літератури:

1. Абрамова С. Г., Костенчук И. А. О понятии "организационная культура" / С. Г. Абрамова, И. А. Костенчук // Служба персонала. Суми: 2009. с.18 – 22.
2. Аніщенко В.О. Роль організаційної культури у прийнятті управлінських рішень / В.О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. Суми: 2009. с.64 – 72.
3. Артеменко Н. Организационная культура как фактор эффективности управления социально-производственной системой / Н. Артеменко // Теорія і практика управління соціальними системами. Питер: 2007. с.82 – 89.
4. Белоусова О.С, Пашенко Н.А. Влияние организационной культуры на формирование позитивного имиджа организаций / О.С. Белоусова // Держава та регіони. Серія Економіка та підприємництво. Київ: 2011. с. 199 – 202.
5. Бойко Е.В. Организационная культура как основа эффективного управления предприятием / Е. В. Бойко // Актуальні проблеми економіки. Одеса: 2008. с.52 – 58.
6. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник / Ф.І. Хміль. К.: Академвидав, 2003. 607 с.

Автори

Панченко Владислава, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна (panchenkovladislava@gmail.com).

Пилаєва Тетяна Володимирівна, канд. пед. наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна (tvpilasha@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 10 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 372

DISTANCE LEARNING BENEFITS IN PANDEMIC CONDITIONS

Полежаєва Олена Вікторівна, старший викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

Abstract - Some people think that distance learning can bring more benefits than schools or university so it will disappear. In the modern world study is gradually complemented or even replaced by new technologies of distance learning. Developments in technology continue to make it easier for the current and future students to achieve their dreams through distance learning programs. Distance learning has a lot of benefits that make it really a strong and prospective competitor against a traditional education. The purpose of this article is to consider the advantages of pursuing a degree through distance education.

Key words: distance learning, flexibility, convenience.

Recently education has changed a lot due to the external factors and almost all schoolchildren and students have switched to a distance learning.

During Covid-19 pandemic period distance learning became almost the only way to study, but what exactly are the benefits of this form of education? In my opinion, the most important benefit is the freedom of choice that distance learning provides you with.

Distance education is amazingly flexible for both teachers and students. Additionally, remote access to distance learning courses helps students worldwide to study from the comfort of their homes, or while on the move. Students remain independent to organize their own schedule and develop their time management skills by managing a learning calendar.

Distance learning is being able to combine work and study without sacrificing any of them. Opening a new application on your computer is

faster and easier than physically moving from university to work, especially in rush hours. Time is the most important resource we have and distance learning helps us to use it as efficiently as possible.

The internet provides students with the enormous advantages of the world of information at their fingertips.

With the rise of fantastic technological solutions for communication, a wealth of education opportunities have become available to modern students.

We need to acknowledge that we do live in the world of technological overdose. Just compare your current day-to-day routine with the one you followed 5 years ago. It is surprising how dependent we are on modern technologies.

Excessive technology in our lives is not necessarily a bad thing. It can make our lives easier by saving our time, money, and energy.

On the other hand, online learning has opened doors for personalized learning where students can learn anything and everything at their own pace. Thanks to technologies, students are blessed with this wonderful platform called The Internet where they can read, research, and learn about anything they need or want.

Technology combined with education is a very powerful tool that can change the way we learn, think, and see the world. But, it is also essential to strike a perfect balance between educational technology learning and traditional learning so that we can ensure the overall development of our students.

One of the primary benefits of distance education is that students can fit schoolwork around co-curricular and family commitments. With students leading increasingly hectic lives, this sort of flexibility comes as a massive relief (to

you as well as your students!) It is important to factor in structured time where students can (virtually) engage with you directly, but you don't need everyone to sit in front of a screen for eight hours a day. Instead, you might set regular 'office hours' where you can be contacted for help or schedule a virtual class discussion to take place. Students can structure the remaining time around their other commitments (and hopefully learn something about time management in the process).

Technological fluency – the fact that our students are constantly attached to screens doesn't mean that they know how to adapt to technology effectively. Distance education provides valuable lessons in how to adapt to new systems and software, and how to independently troubleshoot technical issues. Responsible use of technology – similarly, while our students might be proficient gamers and social media users, chances are they could use some skills when it comes to using technology responsibly and for a mature purpose. As with the above skill, this has never been more relevant in 'the real world' than it is now.

Remote teamwork – let's not forget that 'distance' is no longer a barrier in many workplaces where technology is used to cross borders and link teams across the world. Far from being an inferior method of instruction, distance teaching exposes students to the global practices shaping the 21st century workplaces and equips them accordingly. No classroom is perfect for every student.

Distance education removes the need for this compromise. Learning from home provides students (in most cases) with a stable and secure environment that can be more easily tailored to their specific needs. The benefits don't just extend to students with specific and diagnosed needs, but also to those who might otherwise struggle to keep up with the pace and intensity of a regular classroom environment. It's a safe space for students who might usually avoid speaking up, and it allows students struggling with the content to review material as much as they like at their own pace. Learning from home comes with plenty of potential distractions, but it also poses a golden opportunity for students

to develop a more mature and responsible outlook on their own education.

You might be surprised by how well your older students rise to the challenge of this approach. Allowances will have to be made for younger students who simply don't have the same capacity to work independently, but in this case, it pays to have the support of parents who can keep them on track. 'Lifelong learning' is an expression that gets thrown around in education circles these days, but it's always a challenge getting students to understand how learning can take place outside of school.

Distance education, by its very nature, integrates university and home life, exposing students to the real possibility of learning independently outside of a structured context. Home is no longer a place to simply crash out – it's a learning environment. Students no longer confined behind a desk, the possibilities for bringing learning to life and establishing real-world links are endless. Try to factor real, practical home activities into your planning. With the challenges of distance teaching come some exciting possibilities. Done right, it might just change student attitudes to education in a way that the classroom never could.

Distance learning leaves you no excuses not to study, and most important it makes you appreciate real life communications more. There are several benefits that come along with this type of learning.

Students can pursue a job along with studies. In distance learning, there is no need to quit your current job because these courses are available. You can study on the weekends, when you are back from work or even in the middle of the night. Moreover, a student who studies remotely can decide when and how much time to devote during a semester to studying the material. They make an individual study schedule for themselves. Some educational institutions give their students the opportunity to postpone and return to their studies.

Students save time. There is no time wasted in going to and from college, no time wasted waiting for a bus or train. In a distance learning program, your classroom is right in your bedroom - the study material on the e-material on your computer. Students can study without

leaving their home or office, anywhere in the world. To start learning, you must have a computer with internet access. Students who do not have enough time on their hands can turn to distance education as an option and pursue it from the comfort of their homes.

Student can learn at their own space. It is a known fact that different people learn in different ways and at different speeds. In a classroom, when everyone is being taught together, it is often difficult to have every student on the same page. You can always go back to studying more complicated questions, watch video lectures several times, read correspondence from the teacher, and you can skip already known topics.

Versatility: no problem, at any time a schoolchild or student will be able to pursue their education. Life becomes easier right away. Of course, this is a plus. You are not bound by time frames, you can allocate time as you want. After all, the main thing in our education today is the result. At least absorb all the material in a day, at least stretch it for a week.

Self-education: no teachers behind your back, no surveillance and time limits, you can learn rationally, use time, and master the material better. In addition, there are people who find it easier to learn when no one is monitoring the process. We can say "with a core" students.

Anytime and anywhere: teaching students at a distance allows them not to miss classes for one reason or another. For example, if a student is sick. It is enough just to turn on the computer, join the virtual conference - and you will be able to attend the lesson. And this is without harm to health. It turns out that absenteeism can be minimized. Yes, sometimes there are various failures with the Internet. But you can just check them. Often, it is distance learning that helps, even during a long illness or inability to attend school, to stay in the general stream and keep up with other students.

Convenience: it doesn't matter for what reasons - be it freedom of time and actions or saving time. Learning is thus simply convenient. Especially for teachers it is the best option. You cannot break away from your own affairs, and also do part-time jobs during the lesson. Everything is easy and convenient! It is important to work out the education system at a distance. But this does not negate the fact that such a technique will make learning accessible to everyone - both students and teachers!

In conclusion I must admit that distance learning is gaining popularity in the last few years among students like never before and many students are satisfied with this learning experience. To my mind, distance learning forces a student to understand the best ways they learn and implement those ways at the best times. Distance learning is our future. With the development of information technology, it is gradually coming to the fore. Many people choose this type of learning due to its advantages over the traditional form of learning

Список використаної літератури

1. Thompson John: The Media and Modernity pp.26-8, 74.
2. Фадеєв С.В. Про питання застосування комп'ютера в навчанні ІМ / С.В. Фадеєв // Іноземні мови в школі. – 2003. – №5.
3. Миргиязова, М. М. Innovative technologies in teaching English / М. М. М.: <https://moluch.ru/archive/159/44844/>.

Автори

Полежаєва Олена Вікторівна, старший викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу ХНЕУ ім. С. Кузнеця, lenchik8691@yandex.ua

Manuscript received March, 6, 2021.

Published as submitted by the author(s).

УДК 371.13

АНАЛІЗ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Правда Світлана Іванівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Будянська Вікторія Анатоліївна, к. пед. наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — У статті показано актуальність стратегічного розвитку закладу освіти, удосконалення аналітичної діяльності керівника, прогнозування результатів роботи управлінської діяльності та роботи закладу освіти на основі аналізу, стратегічний менеджмент як наукова галузь та ефективний інструмент управління, розкрито алгоритми аналізу результатів діяльності закладу освіти, можливості впровадження кваліметричних показників в аналізі роботи для розв'язання стратегічних завдань розвитку закладу освіти на сучасному етапі.

Ключові слова — аналіз, планування, стратегія, стратегічний менеджмент, внутрішній контроль, алгоритм, моніторинг, кваліметричні вимірювання.

Про пріоритетність якісної освіти у сучасному суспільстві проголошено на національному рівні. Одним з основних інструментів забезпечення якісної освіти є ефективна робота закладу освіти. А це залежить від управління закладом освіти, яке зумовлюється аналітичною діяльністю керівника. Аналіз – це вміння передбачити проблемні ситуації, стратегію розвитку, прогнозувати, формувати ці проблеми, ставити завдання [5]. Аналіз дає можливість прийняти обґрунтоване рішення.

Аналіз роботи – це своєрідна підготовка до чергового витка розвитку закладу освіти. Тому теоретичні знання та практичні навич-

ки аналітичної діяльності для керівника мають важливе і актуальне значення.

Аналітичну діяльність керівника розкрили в своїх роботах Г. Єльнікова, М. Поташник, В. Бондар, Ю. Конаржевський, В. Маслов, Л. Даниленко, М. Портнова, Л. Плахова та інші. Однак, незважаючи на високий рівень розробленості питання, визначення стратегічного розвитку закладу освіти керівником - це вміння працювати над аналізом результатів роботи закладу та результатів управлінської діяльності, є актуальною. Аналіз часто виконується формально і не завжди педагогічно компетентно, не розкриває позитивні і негативні сторони роботи закладу освіти. Не завжди керівники аналізують, систематизують і оцінюють інформацію щодо змін системи «школа і її підсистеми» з метою встановлення ефективності стратегічного розвитку і виявлення суперечностей та проблем, що ускладнюють функціонування і розвиток закладу освіти як соціально-педагогічної системи [4].

Стратегічний менеджмент є одним із загально визначених напрямів розвитку менеджменту в розвинених країнах світу. Майбутнє держави, організації, бізнесу, кар'єри розглядають з позиції здатності менеджерів до стратегічного мислення. Відповідно стратегічний менеджмент як наукова галузь та ефективний інструмент управління розвивається дуже стрімко. Останнім часом він привернув увагу освітян. Це можна пояснити, перш за все, позитивними результатами застосування технологій професійного управ-

ління, інтеграцією науки та діяльності менеджменту, і, по-друге, потребами управління розвитком організації, щоб забезпечити її конкуренто-спроможність.

Стратегічний менеджмент провідних країн світу ґрунтується на трьох концепціях розвитку: • Концепція управління за результатами характерна для європейських країн. Її сутність — постійно три-мати у полі зору прогнозований результат. Концепція управління за цілями притаманна менеджерам Японії. Особливість такого управління полягає у тому, що діяльність стає рефлексом мети.

Концепції стратегічних зон дотримуються управлінці США. Її підґрунтя — у визначенні пріоритетів розвитку. Основне завдання стратегічного менеджменту полягає у забезпеченні розвитку організації. Розвиток організації досягається через інноваційні процеси та якісні зміни [6]. Відтак, доцільно говорити і про стратегічний аналіз, і про стратегічне організування, і стратегію контролю, і стратегію регулятивно-корекційної діяльності. До основних компонентів стратегічного управління слід віднести: усвідомлення сутності та доцільності організаційних стратегій, їх адаптацію до зовнішнього середовища, внутрішню координацію діяльності та зусиль колективу. Усвідомлення організаційних стратегій є наслідком розвитку управлінського мислення, його концептуальності.

Таким чином, стратегія менеджменту — це масштабні прогнози щодо реалізації місії (призначення) організації та досягнення довгострокових цілей розвитку.

Слово «стратегія» пішло від грецького *strategia* (*stratos* — військо і *agx* - веду), що означало «мистецтво генерала». Керівник сучасного закладу освіти повинен вести колектив до нових досягнень і успіхів, формувати імідж установи, проявляючи високий рівень професійної майстерності. Це і є його «мистецтво генерала». Сутність стратегічного управління полягає у визначенні перспектив, довгострокових цілей, шляхів та організації колективу щодо їх досягнення.

Стратегічне управління базується на творчому підході, узагальненні кращого досвіду, впровадженні інновацій. Тобто, стратегія - це концепція досягнення перемоги.

Специфіка цілей у плануванні полягає в тому, що вони завжди конкретні та вимірні (в протилежному випадку вони втрачають зміст через неможливість відслідкувати ступінь їх досягнення і налагодження чіткого зворотного зв'язку в системі управління). Тому труднощі з їх формулюванням завжди існували не лише в системі освіти. Якщо досягнення цілей не можна виміряти (відобразити в конкретних показниках), тоді це вже не цілі, а завдання. У цьому випадку укладачі-розробники Державної національної програми «Освіта» (Україна XXI століття), назвавши в 1994 році її стратегічними завданнями «формування освіченої, творчої особистості, становлення її фізичного і морального здоров'я, забезпечення пріоритетності розвитку людини» [2].

Ще 1996 року з'явилися перші публікації [5] (а згодом [4] та ін.) про кваліметричні вимірювання рівня освіченості тих, хто навчається, а також рівень їх творчості, моральності, фізичного розвитку та здоров'я. Після появи кваліметричних підходів (кваліметрія — галузь знань про методи кількісної оцінки якісних явищ, яка виникла на початку XX століття для вимірювання кількісною мірою якості продукції) зазначені стратегічні завдання вже можна зраховувати до розряду стратегічних цілей. Наприклад, уже можна сформулювати їх як підвищення рівня освіченості (загальної та професійної) тих, хто навчається, підвищення рівня їх творчого, морального, фізичного розвитку та здоров'я. Такі цілі характеризують параметри гармонійно розвинутої особистості. Оскільки цей рівень вимірюється за допомогою кваліметричних моделей, то досягнення або недосягнення цілей стає процесом, за яким спостерігають, і може бути реальним фактом результативної діяльності персоналу як безпосередньо закладів освіти (починаючи від дошкільних закладів і закінчуючи ЗВО), так і органів державного управління цією засадничою сферою життєдіяльності суспільства. У такій ситуації виникає можливість спосте-

рігати відхилення від цілей та відповідно реагувати за зворотним зв'язком за допомогою свідомого усунення цих відхилень.

Отже, серед усіх інших функцій управління закладом освіти функція аналізу виявляється найменш розробленою в теоретичному та методичному плані, відсутні обґрунтовані рекомендації щодо здійснення аналізу в системі управління закладом освіти, хоча саме аналіз дає керівникові закладу змогу вивчити й оцінити зміни в освітньому процесі, їхні чинники, скласти стратегію розвитку закладу, ухвалити обґрунтоване та ефективне рішення.

Аналіз закладає основу для здійснення інших видів управлінської діяльності – підготовки рішення, планування, організації регулювання, в цьому і є його основне значення.

Саме тому проблема розвитку у керівника вміння працювати над аналізом результатів роботи закладу освіти та результатів управлінської діяльності, визначення стратегії розвитку закладу і є актуальною. Аналіз в системі управлінського циклу – єдина функція, реалізація якої дає можливість керівникові детально вивчити результати діяльності педагогічного колективу, розглянути шляхи їх формування.

Список використаної літератури

1. Бондар В. Принципи педагогічного аналізу.

Підручник для директо-ра: журнал управлінської компетентності. 2006. №2. С.13-26

2. Державна національна програма «Освіта» (Україна XXI століття). К.: Райдуга, 1994.

3. Дмитренко Г. А. Стратегічний менеджмент: цільове управління освітою на основі кваліметричного підходу: Навч. посібник. К.: ІЗМН, 1996.

4. Єльнікова Г.В. Новий погляд на управління загальною середньою освітою. Імідж сучасного педагога. Науково-практичний освітньо-популярний часопис. 2000. № 3-4 (14-15). С. 28-29.

5. Мешкова О. Аналітична діяльність у навчально-виховному процесі. Директор школи. 2009. № 41. С.19-21.

6. Дмитренко Г. А. Стратегічний менеджмент: цільове управління освітою на основі кваліметричного підходу: Навч. посібник. К.: ІЗМН, 1996.

Автори

Правда Світлана Іванівна, директор КЗ «ЗДО № 338», магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (metodist 112@Gmail.com).

Будянська Вікторія Анатоліївна, к. пед. наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, м. Харків, Україна (vikkbud@i.ua).

Тези доповіді надійшли 27 січня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 371.13

КОНТРОЛЬ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

Редька О.О., магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Харків, Україна

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету

Анотація — Розглядається контроль як кінцева функція менеджменту. Система внутрішнього забезпечення якості освіти не можна ввести одночасно. Система контролю якості вищої освіти неможлива без сучасної, комплексної системи забезпечення якості вищої освіти в цілому, так і всіх її складових окремо. У закладах вищої освіти вона формується послідовно, поетапно, відповідно до програми її становлення та розвитку.

Ключові слова — контроль в управлінні, якість освіти, система тотального управління якістю, система моніторингу і контролю якості.

Контроль – це особливий вид діяльності на підприємстві, який зосереджений на спостереженні за процесом управління та на його оцінці. Контроль є кінцевою функцією менеджменту, і прорахунки й недоліки у його виконанні призводять до погіршення результатів господарювання. Водночас належний контроль сприяє досягненню поставлених цілей.

Контроль є таким типом діяльності щодо управління фірмою, який дає змогу вчасно виявити проблеми, розробити і здійснити заходи, спрямовані на коригування ходу та змісту робіт в організації до того часу, коли проблеми набудуть ознак кризи. Одночасно контроль дає можливість виявити та поширювати позитивні починання, підтримувати найбільш ефективні напрями діяльності на підприємстві.

Головна мета контролю: сприяти зближенню фактичних і необхідних результатів

виконуваних робіт, тобто забезпечити виконання завдань (досягнення цілей), що стоять перед підприємством.

Отже, дослідження особливостей організації системи контролю на сучасному підприємстві є дуже цікавим та актуальним напрямком, якому і присвячена обрана тема курсової роботи.

Метою цієї роботи є дослідження теоретичних питань реалізації функції контролю в закладах вищої освіти.

Освіта, як і будь-який процес або результат діяльності людини, має визначену якість. На нашу думку, якість освіти - це комплекс характеристик компетентностей і професійної свідомості, що відбивають здатність фахівця здійснювати професійну діяльність відповідно до вимог сучасного етапу розвитку економіки, на визначеному рівні ефективності та професійного успіху, із розумінням соціальної відповідальності за результати професійної діяльності.

Якість освіти характеризує не тільки результат освітньої діяльності - набуті компетентності фахівця - випускника закладу вищої освіти, а й фактори формування цього результату, що залежить від мети освіти, її змісту, методології, організації та технології. Педагогам необхідно на ці характеристики свідомо впливати, а отже, керувати. Чим точніше побудована оцінка та повніше враховуються характеристики, тим більш успішним може бути управління якістю освіти.

У свою чергу, управління залежить від його методології й організації, що характеризують цілі та методи їхнього досягнення,

функції, повноваження та відповідальність за якість освіти.

І не випадково Закон України «Про вищу освіту» вимагає впровадження новітньої системи забезпечення якості вищої освіти на зразок тих систем, які існують у провідних країнах світу.

Сьогодні у світі існує міжнародний досвід управління якістю, що представлений системою тотального (загального) управління якістю TQM. (Total Quality Management). Філософія TQM відображає основні принципи, що лежать в основі концепцій, розроблених EFQM для моделі ділової досконалості [4].

Досвід використання TQM показує, що кожен працівник закладу вищої освіти повинен брати участь у досягненні високої якості навчання; кожна кафедра, факультет, інститут повинні мати своїх «замовників» і «постачальників», забезпечувати їх широким спектром освітніх послуг.

Система управління якістю не може бути ефективною тільки за рахунок окремих педагогів-ентузіастів чи структурних підрозділів; усі викладачі, кафедри та інші підрозділи закладу вищої освіти повинні виконувати свою щоденну роботу системно, згідно зі стандартним процесом з постійним його удосконаленням. Колективна наукова організація роботи дасть змогу найбільш ефективно використовувати творчі можливості кожного з учасників освітнього процесу

Традиційні педагогічні технології реалізації TQM покладають на викладачів та персонал забезпечення освітнього процесу (допоміжний персонал) велике навантаження щодо контролю та оцінки якості знань фахівців. Тут дослідникам необхідні не тільки значний набір необхідних показників чи можливостей комп'ютерної підтримки процедури оцінки показників якості, але й наявність серйозної професійної підготовки та особистісних якостей.

Згідно статті 16 Закону України «Про вищу освіту» система забезпечення якості вищої освіти в Україні складається із: системи забезпечення закладами вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої

освіти (система внутрішнього забезпечення якості); системи зовнішнього забезпечення якості освітньої діяльності вищого навчального закладу та якості вищої освіти; системи забезпечення якості діяльності Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти і незалежних установ оцінювання та забезпечення якості вищої освіти [3, с.12].

Система контролю якості вищої освіти неможлива без сучасної, комплексної системи забезпечення якості вищої освіти в цілому, так і всіх її складових окремо.

У наш час особливого значення набула система моніторингу і контролю якості навчального процесу та підготовки фахівців, яка охоплює: оцінювання знань та визначення рейтингу студентів у кредитно-модульній системі організації навчального процесу; оцінювання залишкових знань студентів з навчальних дисциплін; оцінювання практичної підготовки студентів; контроль на всіх рівнях поряд з контролем керівництвом; врахування вимог та очікувань основних користувачів освітніх послуг Університету - студентів, абітурієнтів, роботодавців та держави; своєчасне виявлення недоліків у навчально-виховному процесі та причини їх виникнення та ін. [2, с.28].

Таким чином, систему внутрішнього забезпечення якості освіти не можна ввести одночасно. У закладах вищої освіти вона формується послідовно, поетапно, відповідно до програми її становлення та розвитку.

Окреслена тематика може мати розвиток у напрямі вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду країн, що перебувають на етапі реформування управлінської структури освітньою галуззю та приведення системи вищої освіти до загальноєвропейських стандартів якості.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про вищу освіту» // Відомості Верховної Ради.- 2014.- № 37-38.- ст. 2004.
2. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд / Укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С., Линьова І., Луговий В., Прохор І., Рашкевич Ю., Сікорська І., Таланова Ж., Фініков Т., Шаров С.; за заг. ред. С. Калашнікової та

В. Лугового. - Київ: ДП "НВЦ "Пріоритети", 2015. - 84 с.

3. Рябченко В. Проблема якості вітчизняної вищої освіти в контексті освітянських реформ: ретроспектива і сучасність з позицій світоглядно-компетентісного підходу / В.Рябченко // Вища освіта України. - 2015. - №1. – С. 12-27.

4. European Teachers Towards the Knowledge Society [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.itd.cnr.it/tdmagazine/PDFLIBRI/European.pdf>.

Автори

Редька О.О., магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу

Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Харків, Україна (redkaolga17@gmail.com)

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Харків, Україна (innovatica@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 02 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 371.13

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ СТВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ВИХОВАТЕЛЯ ЯК УПРАВЛІНСЬКА ПРОБЛЕМА

Астахова М.С., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціально - гуманітарної освіти КВНЗ "Харківська академія неперервної освіти", м. Харків, Україна

Свинаренко М.С., вихователь – методист Комунального закладу «Дошкільний навчальний заклад (ясла-садок) № 464 комбінованого типу Харківської міської ради», м. Харків, Україна

У статті розглянуті наукові дослідження з іміджології, розкрито сутність поняття «імідж», особливості й структурні компоненти особистісно-професійного іміджу вихователя закладу дошкільної освіти, окреслено педагогічні умови формування іміджу вихователя.

Ключові слова: вихователь, заклад освіти, імідж, образ, професійний імідж вихователя закладу освіти, педагогічні умови.

Постановка проблеми. Імідж є необхідною складовою професійного успіху. Перебудова української економіки відповідно до інтеграції у європейський простір висуває нові вимоги до майбутніх фахівців у педагогічній сфері, зокрема до педагогів – вихователів. У зв'язку з цим виникає потреба у створенні позитивного іміджу закладу освіти, іміджу педагогічного колективу та професійного іміджу вихователя зокрема. Однією з умов створення позитивного іміджу є здатність вихователів до підвищення рівня фахової майстерності, самовдосконалення, побудови позитивного професійного іміджу, який великою мірою створює і репрезентує загальний імідж дошкільної установи.

На практиці виникає суперечність: з одного боку – усвідомлення керівником та педагогами закладу дошкільної освіти важливості та доцільності іміджотворчої діяльності, а з іншого – відсутність науково-методичних засад для системної, й продуктивної роботи з означеної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема іміджування – процес створення або конструювання іміджу – почала цікавити наукову громадськість із другої половини ХХ – початку ХХІ століття. У цей час починають з'являтися праці із безпосереднім уживанням і тлумаченням поняття «імідж», роз'ясненням способів його створення. Спочатку такі наукові розвідки здійснюються в Європі і США (Б. Андерсон, К. Боулдінг, С. Вільямс, Дж. Груніг, Ф. Джефкінс, М. Моффіт, Л. Робертс та ін.), а з кінця ХХ – на початку ХХІ століття й в Україні та близькому зарубіжжі (Н. Барна, Л. Данильчук, Г. Дідух, О. Змановська, А. Калюжний, О. Панасюк, О. Перелигіна, О. Петрова, Г. Почепцов, В. Шепель, С. Яндарова та ін.).

Підвищення вимог до професійної підготовки педагогів викликають зростання інтересу до педагогічної іміджології – наукового напрямку, що займається розробленням і застосуванням теорії та практики формування іміджу педагогічних працівників, освітніх закладів (С. Болсун, О. Горовенко, Н. Гузій, О. Ковальова, А. Кононенко, О. Мармаза, В. Стрельников, А. Черediajkova та ін.).

Питання специфіки та шляхів створення іміджу дошкільної установи розкрито в роботах Л. Даниленко, К. Крутій, Т. Піскунова та ін. Проблему формування професійного іміджу вихователя закладу дошкільної освіти досліджували М. Апраксина, Л. Загородня, К. Крутій, С. Попиченко, Р. Шулигіна та ін.

Проте системних і структурних досліджень, які б давали цілісне теоретичне підґрунтя для формування професійного іміджу вихователя закладу дошкільної освіти з урахуванням його особливостей, типів і структури, ефективних способів і умов створення, немає.

Мета статті: здійснити аналіз наукових досліджень з іміджології, розкрити особливості й структурні компоненти іміджу вихователя закладу дошкільної освіти і умови розвитку професійного іміджу.

Виклад основного матеріалу. Останніми роками значно зріс інтерес до «іміджеології» як науки. Іміджеологія – це вчення, яке склалося за допомогою наукового апарату, розробленого в останні десятиліття такими фахівцями, як Л. Бенедиктова, П. Гуревич, Т. Кизилова, Л. Лобарева, Г. Марченко, І. Носков, А. Пелих, Г. Почепцов, А. Пронченко, Р. Ромашкіна, В. Шепель та ін.

Першопрохідцем по розробці досвіду етичного і психолого-педагогічного підходів до вивчення проблеми формування іміджу є дослідження, проведене В. Шепелем, який багато років займаючись проблемою формування іміджу особистості, створив науку іміджологію. Він розумів під нею систему наукових та інших знань про технології особистого шарму. У своїй книзі «Іміджологія: секрети особистого шарму», виданої в 1994 р, він писав: «Доки б'ється серце, треба використовувати будь-який шанс, щоб подобатися людям. Кожен живе визнанням себе іншими. У досягненні цього величезна роль нової галузі наукового знання, назва якої – іміджологія» [3, с. 6].

Короткий психологічний словник під редакцією А. Петровського і М. Ярошевського визначає імідж як стереотипізований образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості. Як правило, поняття іміджу відноситься до конкретної людини, але може також поширюватися на певний товар, організацію, професію тощо.

І. Федоров визначає імідж як систему соціального програмування духовного життя і поведінки суб'єктів (індивідів і груп) загаль-

но-цивілізаційними і ментальними стереотипами і символами групової поведінки, опосередковану міццю мотивації успіху, еталоном бажаного враження [9].

И. Ладанов пов'язує імідж з авторитетністю і статусом людини. Він вважає, під іміджем розуміють образ людини, як правило, авторитетної яка має високий соціальний статус (позитивну оцінку з боку суспільства). Відомий соціолог Е. Гофман висловив думку про те, що імідж – це мистецтво управляти враженням.

У розумінні Т. Кізілової, А. Пелиха, А. Пронченко імідж – це, перш за все, оцінка людини оточуючими, самопрезентація, конструювання людиною свого образу для інших, вміння триматися з людьми в діловій і неофіційній обстановці. Ю. Панасюк розглядає імідж як «думку», яка склалася про будь-кого у певної групи людей і яка становить основу «репутації»[8].

А. Калюжний розглядає імідж як «стереотип образу педагога в уявленні учнів, колег і соціального оточення», «символічний образ суб'єкта, який створюється в процесі взаємодії педагога з учасниками педагогічного процесу» [5, с. 32–33].

Дослідники естетики іміджмейкінгу С. Уланова та Н.Барна визначають імідж як образ-константу, або цілепокладання, установку на певний ідеал, на який у кінцевому результаті має бути спрямована і діяльність. Але ідеал як зразок для наслідування, ідеал бажаний та необхідний для досягнення конкретної мети [2, с. 9].

Таким чином, на основі вищевикладеного аналізу, можна зробити висновок про те, що в даний час у вітчизняній психологічній науці склалися два близьких підходи до розуміння іміджу.

Перший з них об'єднує авторів (Г. Андрєєва, І. Ладанов, В. Шепель, М. Ярошевський), які розглядають імідж, як образ, що склався у свідомості, який емоційно забарвлений та за своїми характеристиками близький до стереотипу. Другий підхід зближує іншу групу авторів (О. Виханський, А. Звіринців, Ю. Панасюк), які визначають імідж як думку, уявлення, яке склалося у пе-

вної групи людей, про який-небудь об'єкт. Разом з тим необхідно відзначити, що автори тієї й іншої групи використовують в своїх роботах таке поняття, як образ, який допомагає розкрити сутність визначення іміджу.

Говорячи про формування іміджу, необхідно звернути увагу на те, яким чином він створюється: за допомогою демонстрації та в результаті цілеспрямованого і навмисного процесу – іміджування – індивід формує індивідуальний імідж (при цьому певні якості або демонструються, або маскуються). Створення іміджу – тривалий і складний процес, успішність протікання якого залежить від умов і технологій формування іміджу. За словами М. Апраксиной, іміджування, синонімічно таким поняттям, як самовизначення і самопрезентація [1].

К. Крутій вважає, що імідж педагога дошкільного навчального закладу може бути представлений як соціально-психологічний образ, формування якого зумовлено наявністю яскраво виражених спонтанно або усвідомлено презентованих якостей педагога, легко сприймається оточуючими при першому контакті, і відповідний очікуванням аудиторії, є прологом до формування авторитету [7].

Українська дослідниця проблеми формування професійно педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи В.Ісаченко, даючи власне визначення поняття «імідж», указує на певну його прагматичність. Так, учена розуміє під професійно-педагогічним іміджем «емоційно забарвлений психічний образ, який склався в масовій свідомості і має характер стереотипу, що легко трактується». Водночас «йому притаманні значні регуляторні властивості, він відчутно впливає на пояснювальні механізми свідомості, поведінки і вибір іншої людини як учасника й споживача сфери освітніх послуг» [4].

Українська дослідниця О. Ковальова, аналізуючи імідж педагога, виділяє в ньому три компоненти – професійний, що визначається якістю праці педагога, його рейтингом і репутацією, візуальний, представлений зовнішнім виглядом, предметним середовищем, невербальними засобами спілкування, та ау-

діальний, до якого входять комунікативна складова, ораторське мистецтво і думка інших [6].

Дослідники естетики іміджмейкінгу С.Уланова і Н.Барна визначають імідж як образ - константу, або цілепокладання, установку на певний ідеал, на який у кінцевому результаті має бути спрямована і діяльність. Але ідеал як зразок для наслідування, ідеал бажаний та необхідний для досягнення конкретної мети [2].

Огляд наукової джерельної бази з означеної проблеми показує існування різних підходів до визначення поняття «імідж». У нашому дослідженні під іміджем будемо розуміти цілеспрямовано і навмисно створюване уявлення про особистість або об'єкти, які наділяють останніх додатковими цінностями і дозволяють управляти враженням за допомогою затінення негативних даних і висвітлювання кращих характеристик.

Розглянемо деякі особливості іміджу вихователя закладу дошкільної освіти. Професійний педагогічний імідж охоплює такі образи: візуальний (культура зовнішнього вигляду, культура рухів, дотримання принципів і правил етикету); внутрішній (психотехніка); вербальний (культура мовлення і мовний етикет); акторський (акторські уміння).

У процесі формування педагогічного іміджу важливе значення має культура зовнішнього вигляду педагога. Загальне сприйняття вихователя, його особистості, внутрішнього стану, починається із враження, створеного його зовнішнім виглядом. Він відіграє велику роль у налагодженні емоційних контактів у спілкуванні, формуванні довіри чи недовіри до слів та дій вихователя. Стійкими категоріями зовнішнього вигляду вихователя є фізичний вигляд (обличчя, постава і типові пози, хода, голос і мовлення); зовнішність (одяг, зачіска, прикраси); риси характеру й поведінки (доброзичливість, привітність, привабливість, тактовність та ін.). Зовнішність педагога виконує специфічну роль, адже педагог має справу не просто із соціумом, а з вихованцями. Для цієї соціальної категорії він – своєрідний еталон, зразок для наслідування, тому зовнішність вихователя

має бути бездоганною. Вона – важливий елемент педагогічної техніки, яка є компонентом педагогічної майстерності.

У процесі формування педагогічного іміджу важливим є педагогічний етикет – сукупність правил і моделей моральної поведінки вихователя в типових ситуаціях та обставинах педагогічної діяльності. Педагогічний етикет характеризує зовнішній прояв ставлення педагога до власної роботи, до своєї країни, до вихованців, до своїх колег та педагогічного колективу, до керівництва, батьків дітей, самого себе.

Характеристикою внутрішнього образу майбутнього педагога є психотехніка. Доцільно виділити такі складові психотехніки вихователя: увагу і зосередження її на потрібному об'єкті; уяву і використання її в навчально-виховному процесі; оцінку власних емоцій та управління ними. Важливою складовою психотехніки є вміння оцінювати свої почуття й емоції в конкретний момент, управляти ними в процесі спілкування з дітьми, використовувати їх для створення оптимальних умов перебігу освітнього процесу, а також формування на їх основі емоційної культури.

Професійний імідж педагога неможливо уявити без сформованого вербального образу, який ґрунтується на культурі мови. Мову педагога повинні вирізняти такі ознаки: зверненість до аудиторії; спрямованість на вирішення певних навчально-виховних цілей; активність, внутрішня сила; виразність, образність, плавність; простота, стислість, логічна стрункість.

Образ вихователя зберігається у пам'яті його вихованців у найяскравіших зовнішніх характеристиках. На його основі формується стійкий стереотип образу вихователя, що має вплив на всіх учасників педагогічної взаємодії (вихованців, батьків, колег, керівників, громадськості).

Управління закладом освіти передбачає створення у закладі педагогічних умов, які б сприяли розвитку професійного іміджу педагога - вихователя:

– формуванню у педагогів позитивної мотивації до розвитку власного професійного іміджу;

– створенню сприятливого творчого, інформаційно-насиченого освітнього середовища;

– організації самоосвітньої діяльності педагогів з використанням сучасних комп'ютерних технологій

Для реалізації першої умови, яка спрямована на розвиток мотивації та пізнавального інтересу, необхідно сформувати у педагогів позитивне ставлення до себе, розвивати стійкий інтерес до професійного іміджу педагога.

Друга умова націлена на допомогу педагогам в оволодінні засобами ефективного розвитку з використанням інтерактивних форм і методів навчання. Для цього можна використовувати колективно – групове навчання кадрів, ситуативне моделювання, опрацювання дискусійних питань.

Третя умова дозволяє розвивати у педагогів усвідомлену активність щодо фахового самовдосконалення, саморегулювання професійного саморозвитку, креативності з використанням комп'ютерних програм і глобальної мережі Інтернет.

Використання комп'ютерних технологій значно розширюють простір самовдосконалення педагога щодо розвитку власного професійного іміджу через онлайн-участь у веб-конференціях, вебінарах, майстер-класах, семінарах, спілкування в електронній пошті, у чатах, на форумах, де педагоги можуть обговорювати актуальні проблеми й отримувати корисну інформацію, а також організувати наукові дискусії в зручний для них час.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, імідж як необхідний атрибут ділових стосунків є важливою складовою професійного успіху вихователя. Створення іміджу вихователя – це довготривалий процес, який передбачає не тільки поглиблення і систематизацію знань вихователя про створення, корекцію і розвиток позитивного педагогічного іміджу, а переведення їх у практичну площину. Одним з факторів успішності цього процесу є створення керівництвом закладу педагогічних умов, які б забез-

печили ефективне формування і протікання цього процесу.

Перспективи подальшого дослідження доцільно спрямувати на розроблення експериментальної моделі розвитку професійного іміджу вихователя в закладі освіти.

Список використаної літератури

1. Апраксина М. В. Имидж воспитателя дошкольного учреждения как педагогическая проблема / М. В. Апраксина. — Москва : Знание, 2000. — 134 с.
2. Барна Н. В. Эстетика имиджмейкингу. Монография / Н. В. Барна, С. И. Уланова. — К. : Видавничий Дім "Слово", 2012. — 176 с.
3. Имиджелогия: Как нравиться людям / [сост., науч. ред. В. М. Шепель]. — Москва : Народное образование. — 2002. — 576 с.
4. Ісаченко В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи [Рукопис] : дис. ... канд. пед. наук : спец. 13.00.04 / В. Ісаченко. — Одеса, 2004. — 215 с.
5. Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя / А. А. Калюжный — Москва : ВЛАДОС, 2004. — 222 с.
6. Ковальова О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів [Рукопис] : дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.07 / О. Ковальова. — Одеса, 2007. — 340 с.

7. Крутій К. Формування позитивного іміджу навчального закладу [Текст] / К. Крутій // Практика управління дошкільним закладом. — 2011. — № 1. — С. 21-26

8. Панасюк А. Ю. Имидж. Энциклопедический словарь [Текст] / А.Ю. Панасюк. — Москва : Рипол Классик, 2007. — 768 с.

9. Федоров І. А. Імідж як програмування поведінки людини / І. А Федоров. — Рязань : Новий час, 1997. — 168 с.

Автори

Астахова Марія Сергіївна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціально-гуманітарної освіти КВНЗ"Харківська академія неперервної освіти"(asmarta01@gmail.com)

Свинаренко Марина Сергіївна, вихователь – методист Комунального закладу «Дошкільний навчальний заклад (ясла-садок) № 464 комбінованого типу Харківської міської ради» (magnoli84@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 08 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 658.015

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Чумак Катерина Олександрівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна

Петренко Вікторія Олександрівна, канд. педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — У статті проаналізовано напрями реалізації електронного документування в українському освітньому просторі, використання електронних журналів у закладах вищої освіти.

Ключові слова: електронний документообіг, заклади вищої освіти, електронний журнал успішності, програмні продукти, освітній простір.

Світові тенденції активно демонструють якісно нові трансформації, де домінантна роль відводиться інформації та процесам технологізації. Безперечним залишається той факт, що якісний поступ інформаційного суспільства безпосередньо пов'язаний з необхідністю своєчасного збирання, оброблення й передавання масштабних обсягів інформаційних продуктів, що уможлиблює стрімкий розвиток найрізноманітніших сфер як у вітчизняному, так і міжнародному просторі.

Яскравим прикладом застосування інформаційних технологій у сучасному світі є освітня галузь, зокрема в контексті викладання низки навчальних дисциплін, моніторингу успішності та керування закладом вищої освіти. Активне використання новітніх інформаційних технологій у галузі освіти уможлиблює підвищення якості навчально-виховного процесу й забезпечення оперативності, дієвості та більшої ефективності діяльності адміністрації освітнього закладу.

Цілком слушно зауважує З.В. Савченко, що одним із пріоритетних напрямів реформування української освіти на сучасному етапі є впровадження інформаційних технологій, навчально-педагогічних комп'ютерних програм, мультимедійних засобів у навчальний процес та в управління освітою загалом і ЗВО зокрема [4].

Міністерство освіти України (МОН) розповідає, що після тестового запуску електронних журналів у школах керівництво місцевих університетів також попросило підключити послугу.

Важливо під час впровадження інформаційних технологій, електронного документування, використання програмного забезпечення в роботу навчального закладу визначити комфортні й оптимальні умови автоматизації робочих місць учасників освітньо-виховного процесу, адже це створить сприятливе підґрунтя для систематизації й зростання якісного рівня діяльності адміністрації, педагогів, психологів, соціальних педагогів, бібліотекарів тощо.

Однак однією з найголовніших функцій сучасних інформаційних технологій в освітній галузі є все ж таки якісне керування навчально-виховним процесом. За допомогою низки комп'ютерних програм розробляють розклад занять, організують Web-сайти та портали закладу освіти, метою яких є реалізація постійного двобічного зв'язку на кшталт «заклад освіти – студент», «студент

– студент», «студент – куратор», тощо. Також користувачі отримують доступ до розкладу занять в режимі онлайн з мобільних пристроїв або персонального комп'ютера. У цьому контексті постає нагальне питання впровадження системи електронного документообігу та створення постійного доступу до результатів навчальної діяльності для педагогів та студентів. Дієвим та ефективним вирішенням цієї проблеми є запровадження використання електронного журналу як інструменту інформування про успішність студента [2].

Електронний журнал – це он-лайн-сервіс, у якому міститься така ж інформація, як і у звичайному (паперовому) журналі. Доступ до нього можуть мати не тільки викладачі й адміністрація закладу, а й студенти. Першочерговим завданням електронного журналу є збереження конфіденційності успішності студентів та їхніх особистих даних. Викладач, що послуговується цим ресурсом, має доступ тільки до того предмету, який він викладає. У той час для студентів відкритий доступ до всіх дисциплін певного навчального року. Вони можуть переглянути результати успішності, відмітки про присутність чи відсутність на заняттях, але не мають можливості коригувати, змінити ці дані.

Перевагами використання електронного журналу для студентів є те, що вони можуть у будь-який момент уточнити домашнє завдання з будь-якого предмету. Перевагами використання електронного журналу для педагогів є можливість максимально ефективно вести діалог з студентами. Завдяки електронним журналам викладачі мають змогу оперативно розсилати повідомлення-сповіщення студентам групи про найближчі події, зміни в розкладі, про заміни занять, про зміни в режимі роботи закладу освіти.

Проте окремі дослідники розроблення електронних журналів акцентують на низці їхніх недоліків. Зокрема, П. Маланюк наголошує, що запис про заняття не має характерних для традиційних журналів атрибутів, наприклад, теми заняття; у традиційному журналі викладач часто робить низку помилок (наприклад, крапкою відмічає тих, з ким не закінчив працювати на поточному занятті

тощо). Зауважимо, що навіть поставити традиційну «н» проти прізвища відсутнього у комірку, якій присвоєно атрибут «числова», стає проблематичним. Ще більш проблематичним стає оброблення результатів, коли в комірці стоїть нечислове значення. Саме через це в журналі починають з'являтися характерні для MS Excel позначки ##### (помилка); робота з електронними журналами вимагає від викладачів постійно переміщати файли з одного ПК на інший, копіювати інформацію виключно в наперед описане місце, і кожна помилка може стати фатальною для структури журналу [3, с. 136].

У розрізі окреслених проблем важливим є високий фаховий та професійний рівень адміністрації ЗВО, викладачів, уміння адекватно послуговуватися комп'ютерними програмними засобами, тому питання про підвищення кваліфікації учасників освітньо-виховного процесу є винятково актуальним і постає на часі.

Важливим для управління сучасним закладом вищої освіти є створення та використання в інформаційній системі бази даних студентів та викладачів, бібліотечного фонду, матеріальних цінностей закладу. Для цього розробники комп'ютерних програм з управління ЗВО будують структуру бази даних, а під час впровадження та апробації програм у закладі освіти вводять відповідну базову інформацію та організують введення, контроль і підтримку оперативної інформації.

Ми поділяємо думку З. Савченко, що інформаційні системи, запроваджені в ЗВО, повинні виконувати збирання постійної актуальної інформації, здійснювати її своєчасне оброблення та підтримання в системі бази даних. Адже наявність такої оперативної інформації об'єктивно відображає дійсний стан справ у закладі вищої освіти, що є запорукою удосконалення навчального процесу. Інформаційна система покликана реалізувати такі основні завдання: збереження і відтворення відомостей про студентів, співробітників; формування груп, облік студентів та їхній перехід на наступний курс навчання; облік успішності студентів; керування навчальним навантаженням; облік навчальних

приміщень та обладнання; формування внутрішньої звітної документації; трансформація університетських бібліотек у медіатеку [4].

Отже, пріоритетність свого поступу диджиталізація знаходить і в українській освітній галузі. Система освіти постійно розвивається в контексті реформування: впроваджуються інноваційні методи роботи, популярності набувають інтерактивні заняття, важливим є процес комп'ютеризації та створення умов для відкритого доступу школярів до навчальних Інтернет-ресурсів тощо. Тому показовим є той факт, що в закладах вищої освіти активно застосовуються різноманітні інформаційно-комунікативні системи, а головна мета використання новітніх інформаційних технологій в освітній галузі – створення єдиного інформаційного середовища, яке містить усі необхідні складники для успішної реалізації навчально-виховної діяльності. Тому на прикладі шкіл, можна розробити електронні журнали для закладів вищої освіти.

Список використаної літератури:

1. Положення про електронний журнал обліку навчальної роботи студентів академічної групи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://kneu.edu.ua/userfiles/center/polojennya.pdf>
2. 2. МОН України, цифровізація освіти: пілотування державних шкільних е-журналів та е-

щоденників, [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/cifrovizaciya-osviti-mon-rozpocho-pilotuvannya-derzhavnih-shkilnih-e-zhurnaliv-ta-e-shodennikiv>

3. 3. Маланюк П. Розробка електронного журналу школи на основі використання клієнт-серверних технологій. Наукові записки Тернопільського національного університету. Серія: педагогіка. 2008. № 8. С. 134 – 139.

4. 4. Савченко З.В. Використання інформаційно-комунікативних технологій в управлінській діяльності загальноосвітнього навчального закладу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://Www.Ime.Edu-Ua.Net/Em8/Content/08Szveeg.Htm>

Автори

Чумак Катерина Олександрівна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (katya2701chumak@gmail.com).

Петренко Вікторія Олександрівна, канд. педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна (kafinmovy@hneu.edu.ua)

Тези доповіді надійшли 13 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 371.13

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Шапов Ренат Камільович, магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Почуєва Ольга Олексіївна, к. пед. наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – У статті визначено нормативно-правові та науково-методичні засади фізичного виховання. Структура та управлінське забезпечення фізичного виховання у закладі загальної середньої освіти (ЗЗСО).

Ключові слова – заклад загальної середньої освіти (ЗЗСО); організація діяльності; позаурочна діяльність; управлінська діяльність; фізичне виховання.

Правильно організована робота дає всі підстави для якісної підготовки учнів в загальноосвітній школі, що є прямою нормативною вимогою ст. 3 Закону України «Про загальну середню освіту», де йдеться про те, що середня освіта спрямована на забезпечення всебічного розвитку особистості шляхом навчання й виховання в інтересах людини, родини, суспільства та держави. У практиці виховного процесу деяких шкіл, як правило, не актуалізуються найкращі зразки управлінської діяльності, методики викладання фізичної культури, багатовіковий досвід наших предків щодо духовного становлення і фізичного загартування майбутніх трудівників та захисників Вітчизни. Сам процес їх фізичного, національно-патріотичного виховання здійснюється формально, без застосування сучасних педагогічних технологій та національного досвіду фізичної підготовки. Разом із тим, більшість керівників освіти й педагогів уже усвідомлюють потребу в удосконаленні організації фізичного виховання школярів [1, 5,].

Початковою стадією управління є *планування* — своєрідне визначення завдань, виконання яких пов'язане з іншими функціями. План — це головний елемент у керуванні. Дуже важливою в управлінні є проблема прогнозування. Саме в перспективних планах мають бути визначені основні напрями педагогічного пошуку. Необхідно навчитися передбачати в перспективі зміни й урахувувати їх [6].

Важливими є наступні принципи планування:

- вибір і конкретизація заходів;
- конкретність визначення часу та виконавців;
- розумний баланс у забезпеченні функціонування та внесенні необхідних змін.

Наступна функція управління — *організація*. Педагогічну ініціативу вчителя не можна розвивати адміністративним навіюванням, необхідно перейти від навіювань до спеціального організаційного впливу. Наприклад до інструктування. Йдеться про організаційні процеси: розчленування в часі й просторі необхідних заходів, об'єднання їх певною технологією, формування системи, якою управляють. Управлінська праця має будуватися на основі чіткого розподілу й кооперації. Узгодженість дій — одна з важливих умов управління, і вона знаходить своє вираження у функції координування.

Координування трактують як встановлення гармонії між частинами системи, встановлення співвідносності пропорцій.

Контроль — це перевірка відповідності реального ходу процесу планам, нормам, ін-

струкціям, рішенням. Неконтрольований процес — такий, що не управляється. Контроль — це не констатація окремих факторів, а виявлення причин, недоліків, що існують, і вироблення способів їх усунення. У практиці суттєвим недоліком контролю є його стихійність, безсистемність, відсутність глибокого аналізу [3, 4, 7,].

На основі контролю здійснюють *регулювання*, яке тісно пов'язане з продуктивністю управлінської праці, з дотриманням правил вивчення та об'єктивної оцінки важливості справ. Важелями регулювання (певними механізмами управління) є моральне й матеріальне стимулювання та поточна оперативна розпорядливість.

Аналіз (педагогічний аналіз) тісно пов'язаний з якісною характеристикою навчально-виховного процесу. Педагогічний аналіз — функція управління, мета якої полягає у виробленні рекомендацій щодо вдосконалення управління на основі вивчення стану справ, тенденцій розвитку, об'єктивної оцінки навчально-виховного процесу. Він є одночасно й засобом дослідження результатів діяльності колективу. На основі педагогічного аналізу роблять теоретичні висновки, практичні узагальнення, пропонують рекомендації [4, 6,].

Обов'язки посадових осіб загальноосвітніх навчальних закладів щодо організації фізичного виховання передбачають розв'язання багатьох завдань у процесі навчально-виховного процесу.

Завданнями фізичної культури у школі є:

- розвиток в учнів основних фізичних якостей та рухових здібностей;
- формування життєво важливих рухових навичок та вмінь;
- набуття елементарних знань у галузі фізичної культури, гігієни та здорового способу життя;
- виховання інтересу і звички до занять фізичними вправами;
- виховання бережливого ставлення до свого здоров'я як найвищої соціальної цінності особистості;
- формування основ здорового способу життя та безпеки життєдіяльності;

- формування усвідомленої індивідуальної установки на необхідність розвивати свої фізичні якості та рухові здібності;
- виховання морально-вольових і психологічних якостей особистості.

З організацією пов'язане впорядкування процесу, створення взаємозв'язків для приведення в дію управлінського рішення, регламентування діяльності всіх учасників [6, 8].

Всі організаційно-педагогічні методи можна поділити на організаційні (відображають статичний характер управління, його організаційну структуру, стабільні, стійкі комунікативні зв'язки) та розпорядчі (відображають динаміку процесу управління). До організаційних методів належать інструктаж, нормування тощо. Зокрема, метод інструктування полягає в ознайомленні працівників з умовами праці, в роз'ясненні змісту роботи й можливих проблем, передбачає рекомендації та поради щодо організації педагогічного процесу. Метод нормування визначає нормативи навчального навантаження, витрат часу, матеріалів, коштів і т. д.

Цілеспрямованість процесу управління також залежить від розпорядчих методів. Розпорядчі акти (Закони України, Типовий статут загальноосвітнього навчального закладу, Положення про загальноосвітній навчальний заклад, накази Міністерства освіти і науки, обласного управління освіти і науки, районного відділу освіти, накази та розпорядження директора школи) передбачають систему організаційних і розпорядчих впливів [2].

Фізичне виховання учнів загальноосвітніх навчальних закладів є невід'ємною складовою освіти, яка забезпечує можливість набуття кожною дитиною не-обхідних науково обґрунтованих знань про здоров'я і засоби його зміцнення, методику організації змістовного дозвілля і спрямована на формування в них фізичного, соціального та духовного здоров'я, а також на вдосконалення фізичної та психічної підготовки для ведення активного довготривалого життя та професійної діяльності.

Основу системи фізичного виховання дітей та юнацтва становить комплекс показників обсягу щотижневої рухової активності,

рівень спеціальних знань про особливості рухової активності сучасної людини, її фізичний розвиток, стан функціональних систем організму, фізичної працездатності та рухових здібностей.

Висновок

З метою здійснення ефективної організації впровадження фізичної культури у загальноосвітній школі необхідно керуватися нормативними інструктивно-методичними матеріалами, які регламентують діяльність педагогів і адміністрації навчального закладу.

Визначальним в організації управління загальноосвітнім навчальним закладом є забезпечення тісної співпраці директора, заступників, вчителів з органами державного управління, науковими центрами, спортивними організаціями.

Важливе значення має координація діяльності вчителів фізичної культури, класних керівників, адміністрації навчального закладу, батьківської ради, органів учнівського самоврядування, психолога і педагога-організатора щодо організації фізичного виховання учнів. Організація методичної роботи повинна спрямовуватись на підвищення рівня педагогічної майстерності вчителя фізичної культури і всього педагогічного колективу, оскільки мета і завдання фізичного виховання стосуються всіх працівників школи.

Таким чином, організація фізичного виховання школярів як напрямок роботи керівника закладу освіти містить всі аспекти управлінської діяльності: власне організація, планування, контроль і аналіз результатів.

Список використаної літератури

1. Бондар Т. С. Методологічні аспекти процесу формування та збереження здоров'я дітей та молоді /

Т. С. Бондар // Фізичне виховання в школі. — 2011. — № 6. — С. 5-9.

2. Бондарь В. И. Управленческая деятельность директора школы: дидактический аспект / В. И. Бондарь. — К.: Рад шк., 1987. — 156 с.

3. Васильев Ю. В. Педагогическое управление в школе: методология, теория, практика / Ю.В. Васильев. — М.: Педагогика, 1990. — 144 с.

4. Васьков Ю. В. Управление физическим вхождением в загальноосвітньому навчальному закладі / Ю. В. Васьков, І. М. Пашков. — Харків: ТОРСІНГ ПЛЮС, 2006. — 192 с.

5. Даниленко Л. І. Модернізація змісту, форм і методів управлінської діяльності керівника школи / Л. І. Даниленко // Освіта і управління. — 1998. — № 1.

6. Касьянова О. М. Управлінський супровід моніторингу якості освіти / Т. Б. Волобуєва. — Х.: Основа, 2004. — 96 с.

7. Єльнікова Г. В. Наукові основи розвитку управління загальною середньою освітою в регіоні / Г. В. Єльнікова. — К., 1999. — 302 с.

8. Зубалій М. Д. Програма «Фізична культура для загальноосвітніх навчальних закладів. 1 – 4 класи / М. Д. Зубалій, В. В. Дерев'янко, О. М. Лакіза, В. Ф. Шелімага. — Ранок. — 2006.

Автори

Шаїпов Ренат Камільович, магістрант кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (ren_shaip@ukr.net).

Почуєва Ольга Олексіївна, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, м. Харків, Україна (pochueva2204@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 03 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 371.13

ТИПОВІ КОНФЛІКТИ В СИСТЕМІ «АДМІНІСТРАЦІЯ - УЧИТЕЛЬ» І ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Кіресєва Наталія Миколаївна, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця,
м. Харків, Україна

Будянська Вікторія Анатоліївна, к. пед. наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця,
м. Харків, Україна

Анотація — У статті розглядаються окремі аспекти конфліктів у педагогічній діяльності, зокрема загальні ознаки, особливості, види таких конфліктів, причини та способи їх розв'язання.

Ключові слова — конфлікт, педагогічний конфлікт; види; причини; способи розв'язання педагогічних конфліктів.

Актуальність теми зумовлена її науковою нерозробленістю, необхідністю розв'язання існуючих суперечностей, недостатньо професійно компетентних педагогічних кадрів, які володіють методами передбачення, запобігання, регулювання конфліктів, що виникають у педагогічному процесі загальноосвітніх навчальних закладів.

Найкращі моменти свого життя ми пов'язуємо з ситуаціями, коли існує злагода між людьми, мир і взаєморозуміння. Однак, взаємини між людьми бувають різними: як такими, що стимулюють співпрацю і товарицькість, так і тими, що призводять до суперечок і протистоянь. Ці та подібні негативні ситуації називають конфліктами.

Конфлікти є вічним супутником нашого життя. Тому навіть найпоспідовніша політика гуманізації на підприємствах і в установах та кращі методи управління не захистять від необхідності жити в умовах конфліктів.

Слово "конфлікт" — означає "зіткнення". Існує достатня кількість визначень цього поняття.

Конфлікт — боротьба за цінності та певний статус, владу, ресурси, у якій цілями є

нейтралізація, нанесення збитку або знищення суперника. У даному визначенні чітко і ясно вказані цілі конфліктної взаємодії, можливі дії у разі опору опонента, причому дії перераховуються в порядку наростання сили [1]. Але, існує достатня кількість визначень цього поняття. Оскільки конфлікти повністю викоринити неможливо, потрібно навчитися розпізнавати їх.

Метою роботи є дослідження систематизації теоретичних ідей вирішення конфліктних ситуацій між учасниками освітнього процесу та їх застосування на практиці.

Аналіз психолого-педагогічної літератури, досліджень із загальних питань конфліктології, педагогічної конфліктології, а також проблем професійної компетентності вчителя, що стало теоретичною базою дослідження, свідчить про те, що проблема конфлікту і пов'язаних з ним явищ, формування конфліктологічної компетентності педагога вивчаються в працях таких українських та зарубіжних вчених, як Т.Алексеєнко, М.Пірен, А.Анцупов, Д.Мартін, А.Гірник, М.Бобнева, О.Белкін, Н.Довгань, І.Євдокімова, Г.Брейнінг, Я.Кондратьєв, В.Журавльов, Г.Антонов, С.Баникіна, М.Васильєв, С. Мусатов, Н.Гришина та інші.

Усі конфліктні ситуації, які можуть виникати у трудовому колективі і приводити до деструктивних дій, можна поділити на три категорії: внутрішньо-особистісні, міжособистісні та групові конфлікти.

Категорія внутрішньо-особистісних конфліктів об'єднує психологічні конфлікти,

що виражаються в зіткненні різних особистісних утворень, представлених в свідомості індивіда відповідними переживаннями.

Міжособистісні конфлікти можна розглядати як окремих випадок взаємодії людей у процесі їх спілкування й спільної діяльності. У такому конфлікті люди стикаються один з одним безпосередньо. При цьому у них виникають та підтримуються напружені відносини.

У групових конфліктах з'являється нова сторона конфліктної взаємодії – група. Це обумовлює пріоритет не індивідуально-психологічних, а соціально-психологічних причинних факторів [4].

Попередження та профілактика конфліктів — це вид діяльності, що полягає у своєчасному розпізнаванні, усуненні чи ослабленні конфліктогенних факторів і обмеженні таким чином можливості їх виникнення чи деструктивного розв'язання в майбутньому [2].

Підвищення психологічної культури та психологічної освіти сприяють запобіганню агресивності ймовірних учасників конфліктів, психологічного тиску й конфліктогенності спілкування.

Усвідомивши ситуацію як конфліктну, сторони здебільшого по-різному ставляться до неї, відповідно надають перевагу різним способам подолання. Проте найважливіше при цьому виробити адекватні ситуації форми спільних дій щодо подолання конфлікту. [3]

Найпродуктивніші серед них такі:

Відхід від конфліктної ситуації. Усвідомивши ситуацію як конфліктну, оцінивши ймовірні її наслідки, один з опонентів може прийняти рішення про вихід із відносин, що склалися, уникаючи безпосередніх контактів з конфліктними людьми, з тим, хто Вас чимось дратує, або з тими, кого дратуєте Ви [5], тобто самоусунення від конфліктної ситуації.

Переговори ("торг"). Мета їх полягає в пошуку компромісів, коли одна чи обидві сторони вдаються до переговорів, взаємних поступок. За таких обставин кожна із сторін отримує не все, чого прагне, а той мінімум, який може її задовольнити. Така стратегія є ефективною, якщо обидві сторони, не вияв-

ляючи наміру загострювати відносини, оцінюють свої ресурси як приблизно рівні, а конфлікт із ділового ще не переріс в емоційний.

Розв'язання конфліктів в управлінні є складним процесом, який вимагає від керівника відповідних знань і творчого підходу. Вирішувати цю проблему доводиться на соціальному, міжособистісному, особистісно-психологічному рівнях. Конфлікт може швидко поширитися на всі рівні, оскільки між ними немає чітких, неподоланих меж.

Тому керівнику, що здійснює діяльність щодо профілактики конфліктів, варто своєчасно виявляти потенційних конфліктних особистостей, які порушують спокій, і спрямовувати їхню енергію не спільне співробітництво. Добре організована суспільна діяльність персоналу буде могутнім засобом, за допомогою якого можна вирішити задачу щодо попередження будь-якого конфлікту, що назріває.

Адже в організації дуже важливо прагнути до швидкого й повного розв'язання конфліктів, інакше вони можуть стати перманентними. Важливе значення при цьому має створення сприятливої атмосфери праці, доброзичливих стосунків між членами колективу в процесі трудової діяльності, уміння відрізнити причини від приводів, обирати найбільш правильні способи розв'язання конфліктів. Це одне з найперших завдань керівника організації. Адже ефективно управляти – це в тому числі й уміння створювати таку обстановку, у якій би з мінімальними витратами реалізовувалися поставлені перед організацією завдання.

Виходячи з усього вищесказаного нами розроблено ряд рекомендацій щодо подолання конфліктів у педагогічному колективі.

Рекомендації керівникові закладу освіти для профілактики виникнення конфліктних ситуацій в педколективі

Об'єктивно оцінювати працю всіх своїх підлеглих.

Використовувати різні форми впливу на підлеглих (прямий вплив, стимулювання потреб та інтересів, вплив через систему цінностей, вплив через соціальне оточення, зміну умов праці, статусу тощо)

Удосконалювати стиль своєї організації роботи з підлеглими.

Інформувати всіх педагогів при розподілі премій, надбавок до заробітної плати (соціальна справедливість і гласність).

Попереджати й усувати міжособистісні конфлікти.

Рекомендації для педагогів щодо поведінки в ситуації службового конфлікту.

Усвідомте ситуацію, відповівши собі на наступні питання:

Наскільки велика частка суб'єктивних факторів у конфлікті, у чому джерела напруги з однієї або обох сторін?

Досягненню яких цілей іншої сторони ви, можливо, перешкоджаєте?

Які особистісні бар'єри вам заважають у розв'язанні конфлікту?

Що важливіше для справи – можливі наслідки конфлікту чи сама проблема, через яку відбулося зіткнення?

Спробуйте першим зробити крок до нормалізації відносин, відкрито взяти на себе частку провини й запропонувати спокійно відшукати прийнятне для обох сторін рішення.

Удайтеся до думки третьої, незацікавленої й авторитетної особи, що зможе розглянути ділову, не емоційну сторону конфлікту.

Висновок. Крім вивчення і вирішення конфліктних ситуацій, основна робота в сфері конфліктів повинна будуватися на їх попередженні. Усім, працюючим з людьми фахівцям, необхідно володіти мистецтвом профілактики негативних наслідків конфліктів. Така стратегія є найбільш ефективною, оскільки дозволяє створювати і підтримувати сприятливий психологічний клімат в колективі. Вивчення основних напрямків конфліктології дозволить:

– успішно розпізнавати конфлікти, виявляти їх приховані внутрішні і зовнішні причини;

– оволодіти мистецтвом управління процесом конфлікту і корекції власної поведінки в конфлікті;

– виступати посередником при вирішенні конфлікту;

– застосовувати на практиці психологічні методики врегулювання і профілактики конфліктів.

Це дає можливість орієнтуватися в складних соціального життя, знаходити оптимальні способи поведінки в конфліктних ситуаціях, і впливати на поведінку людей, залучених в конфліктне протистояння.

Список використаної літератури

1. Алексеенко, Т. Ф. Явища мобінгу та булінгу в стосунках групи і особистості. Шлях освіти : наук.-метод. журн. – 2012. – № 2. – С. 12–16.
2. Девід Мартін Манипуляція зустрічами. Минск, 1999.
3. Євдокімова І. Конфлікти легітимності. Бізнес-інформ. – 1997. – № 3.
4. Гришина Н.В. Психологія конфлікту. Санкт-Петербург., 2002.
5. Конфліктологія: междисциплинарные исследования: Статьи и сообщения на Междунар. конф. "Конфликт и личность в изменяющемся мире", 2–5 октября 2000 г. / Ижевск, 2000. – 154 с.

Автори

Кіреєва Наталія Миколаївна, директор ХЗОШ №115, магістрантка кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (kireeva270579@gmail.com).

Будянська Вікторія Анатоліївна, к. пед. наук, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, м. Харків, Україна (vikkbud@i.ua).

Тези доповіді надійшли 01 березня 2021 року

Опубліковано в авторській редакції

УДК 371.13

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОРЕКЦІЙНОЇ РОБОТИ З ДІТЬМИ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Пугач Надія Іванівна, магістрантка кафедри психології Межрегіональної Академії управління персоналом, м. Яготин, Україна

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Ці інструкції допоможуть Вам у підготовці тез доповіді на міжнародну конференцію «Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика». Вам потрібно ввести текст доповіді безпосередньо в цей шаблон, щоб бути впевненими у прийнятті та публікації Вашої доповіді у збірці тез конференції.

Ключові слова — Приблизно 4-5 ключових слів або словосполучень у алфавітному порядку розділяються комами.

У нових умовах суверенітету Україна намагається провести модернізацію освіти, щоб бути гідним учасником сучасних світових процесів, вміти пристосуватись до провідних загально-цивілізаційних тенденцій: інформаційного суспільства, глобалізації. Держава намагається здійснити трансформацію засад суспільного розвитку.

Розроблення Концептуальних засад реформування освіти сприяє збереженню цінностей дитинства, гуманізації навчання, акцентування особистісного підходу, розвитку здібностей учнів, створення навчально-предметного середовища, що в сукупності забезпечують психологічний комфорт і сприяють вияву творчості дітей.

Важливою складовою у новій освітній парадигмі, на думку дослідників Стенфордського університету за висновками звіту «Університет 2025 року», має стати установка на індивідуальність, розвиток і підтримку унікальності кожної особистості.

Молодший шкільний вік є важливим періодом в становленні і розвитку системи відносин дитини до навколишнього світу, людям, предметам і самому собі.

Теоретико-методологічна основа дослідження звертає увагу на наукові праці Н. Бібік, Т. Борової, О. Варецької, Г. Кравченко, О. Савченко, С. Сисоевої, у яких розкрито педагогічну діяльність учителя початкових класів; О. Виговської, О. Попової та ін. - психологічні особливості молодших школярів; О. Ануфрієвої, О. Гандабура, Г. Дмитренка, В. Олійника, З. Рябової та ін. - професійну компетентність учителя початкових класів.

Разом з тим у педагогіці не обґрунтовано доцільність використання казкотерапії в корекційній роботі рольової поведінки у молодших школярів.

Роль казки в житті і розвитку людини вивчали філософи, літературознавці, фольклористи, педагоги, психологи (Юнг, М. Франц, Б. Беттельхейм, В. Пропп, П. Янич, Т. Зінкевич-Евстегнеева, І. Вачков).

Сьогодні дослідженням ролі казки в роботі з дітьми займаються такі вчені як М. Поваляєва, Д. Соколов, О. Защірінская, С. Черняєва і багато інших. Питаннями казкотерапії займалися А. Адлер, В. Анікін, Е. Берн, Б. Беттельхейм, Б. Брун, Р. Гарднер, Е. Пендерсон, М.-Л. Фон Франц, К. Юнг та інші.

На сучасному етапі розвитку освіти гострішою стає проблема збільшення кількості дітей з відхиленнями в поведінці і відповідно проблема попередження і

подолання шкільної дезадаптації, що виявляється в низькій успішності, в відхиленнях від норм поведінки, в труднощах взаємин з оточуючими. Центральне місце в корекційній освіті школярів займає оптимізація діяльності дітей. Метод казка терапії дозволяє вирішувати ряд проблем, що виникають у дітей молодшого шкільного та інших вікових груп. Процес казка терапії дозволяє дитині актуалізувати й усвідомити свої проблеми, а також побачити різні шляхи їх вирішення. Проблемою дослідження виступають пошуки таких методів корекції порушення поведінки у молодших школярів які дозволяють, враховуючи особливості даного віку направляти корекційний вплив опосередковано - на особистість дитини в цілому, на зміст і сенс його діяльності, на характер відносин із дорослими і однолітками.

Вирішення проблеми удосконалення, розвитку та корекції професійних умінь та особистісних якостей педагогів, які використовують методи корекції поведінки, засобами тренінгових методик простежується у працях таких учених, як Г. Бевз, І. Зязюн, О. Пехота, О. Пометун та ін.

Особливістю професійної діяльності вчителів є те, що вони стають суб'єктами зовнішнього впливу на учнів та керування процесу їхнього навчання. Тому вони повинні створювати під час виконання своїх функціональних обов'язків спеціальні умови, які б сприяли збільшенню та відтворенню соціальних цінностей, що відтворюються за допомогою освітнього процесу.

Одним з видів бібліотерапії є казкотерапія, головна спрямованість якої – збереження психічної, духовної та соціальної складових здоров'я, маючи на меті формування Я-концепції особистості, усвідомлення нею своєї значимості та відчуття гармонії із навколишнім світом, що позитивно впливає на загальний розвиток дитини.

Останнім часом у соціально-педагогічній практиці спостерігається тенденція до

використання нових нетрадиційних методів та технологій роботи з клієнтом, у тому числі й застосування методів, притаманних психолого-педагогічній практиці. На нашу думку, це пояснюється тим, що функції соціального педагога та психолога перетинаються.

Отже, сучасний соціальний педагог практик має володіти та вільно орієнтуватися в широкому арсеналі форм та методів роботи із різними групами клієнтів.

Одним із таких методів є метод казко терапії, який здавна використовувався в народній педагогіці і лише 10 років тому оформився в наукову течію. Його виникнення та розвиток пов'язують із дослідженнями російських науковців та практиків Т. Баязитової, А. Гнездилова, Т. Грабенко, Т. Зінкевич-Євстигнеєвої, Т. Карасьової, Г. Ніколаєвої, Д. Протасової, О. Романової, Т. Ситько, О. Тарасової, Ю. Теліжка.

Розробкою цього методу в Україні займаються О. Бреусенко-Кузнецов, Г. Нижник, Д. Соколов, Л. Терлецька, Н. Цибуля та ін.

Казки мають вагомe значення у вихованні та розвитку дітей, виконуючи різні функції: діагностичну, прогностичну, виховну, коригувальну.

Залежно від того результату, який необхідно отримати, ставиться певна мета і вже після цього добираються казки, основні функції яких могли б допомогти в реалізації мети.

Діагностична функція відіграє важливу роль на первинному етапі казкотерапії. Вона дозволяє визначити стан дитини і поставити основну мету для подальшої роботи.

Прогностична функція казок полягає в тому, що ми можемо побачити не тільки сьогодення людини, але і заглянути в її майбутнє. Цієї мети ми можемо досягти, аналізуючи казки разом із дитиною, даючи відповіді на її запитання. У кінцевому результаті завдяки цій функції нам відкриються особливості поведінки дитини, бачення нею навколишнього світу і стратегії своєї подальшої поведінки.

Виховна функція допомагає нам за допомогою простих сюжетів і яскравих, барвистих образів навчити дитину простих істин, виховати в ній якості та властивості особистості, що потрібні їй в певний момент для розв'язання ситуації, що склалася, і знадобляться в подальшому житті.

Коригувальна функція є тим кінцевим результатом, який ми хочемо отримати наприкінці казкотерапії. Вона полягає в заміні «небажаної» поведінки на необхідну. Саме за допомогою корекції в стані та поведінці дитини спостерігаються зміни на краще.

У центрі сучасних технологій навчання й виховання знаходиться особистісно орієнтована модель, основною метою якої є індивідуальний розвиток кожного вихованця освітнього закладу.

Казкотерапія – це система передачі життєвого досвіду, розвитку соціальної чутливості, інтуїції та творчих здібностей, набуття певних знань.

Казкотерапія – це терапія середовищем, особливою казковою атмосферою, в якій можуть виявитися потенційні риси особистості, щось нереалізоване; може матеріалізуватися мрія; а головне – виникає відчуття захищеності та смак таємниці; казкотерапія також сприяє формуванню зв'язку між казковими подіями та поведінкою в реальному житті, перенесенню казкових смислів у реальність.

Отже, корекція за допомогою казки пов'язана з народженням у людини нових креативних потреб і способів їх задоволення. Це процес виховання внутрішнього дитини, його гармонійного світовідчуття, що стає основою для творчих дій по відношенню до себе, близьким, навколишнього світу.

Список використаної літератури

1. Снгалічева І. В. Казкотерапія як один із методів корекційно розвивальної роботи з педагогічно занедбанними учнями. Науковий вісник Ужгородського національного 43 університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота». – Випуск 25, 2019. – С. 70-72.
2. Лісовська А Компетентнісний підхід у змісті початкової освіти [Електронний ресурс] / А. Лісовська. – Режим доступу: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/45-p-yatnadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalnainternet-konferentsiya/278kompetentnisnij-pidkhd-u-zmistu-pochatkovoji-osviti>.
3. Локшина О. Європейський вектор трансформації змісту початкової освіти в Україні [Електронний ресурс] / О. Локшина. – Режим доступу: www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe.
4. Основні напрямки методичної роботи в навчальному закладі. Методична робота в школі: теоретичні засади; система роботи; досвід / Укл. Григораш В. В. – Харків: Вид група «Основа», 2009. – С. 81-144
5. Психологія дитинства: практикум: навчальний посіб. – К. : Главник, 2006. – Т. 35. – 144 с.

Автори

Пугач Надія Іванівна, магістрантка, магістрантка кафедри психології Межрегіональної Академії управління персоналом м. Яготин, Україна

Кравченко Ганна Юріївна, доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та іноземної філології Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна (innovatica@ukr.net).

Тези доповіді надійшли 07 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

СЕКЦІЯ 6

Сучасні економіко-математичні моделі
в управлінні підприємством

УДК 668.812.2: 621

USING OF SOME ELEMENTS OF GAME THEORY IN BUSINESS ORGANIZATIONS

Tetiana Vasilivna Silichova, associate professor, Simon Kuznets Kharkov National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

Abstract — It is proposed a game-theoretic approach to solving problems of strategic development and management of economic activity of the enterprise in a modern market economy. The expediency of using a bimatrix game with a non-zero sum as an economic - mathematical model of decision-making on the management activities of the enterprise is justified.

Key Terms — Consumers, game theory, development, management, strategic decisions.

The importance of game theory in the mathematical modeling of some economic processes of production of individual interspecies has growing up in the last years. Especially, it is very important in solving and analyzing of lot strategic problem of business development and it is very important in the range of formation of a stable model of successful work in the harsh conditions of today's market.

The relevance of these developments is due to the growing interest in game theory primary as a model for the perception and adjustment of strategic decisions, in conditions of competition and uncertainly of market risks. And first of all itself the game theory based on a mathematical model, which is most often used in the absence of complete information about the object of study, especially in the case of "conflict" situations between two or more opposing parts [2, 3].

In addition, the possibility to take into account situations where the interaction of the interest of two sides of the "conflict" is a very important factor in the application of game theory as a mathematical model for solving of a lot of some situations in modern problems of enterprise management [5].

The definition of action of one party to the "conflict" directly depends on the behavior of the other only, and the process of solving such

problem usually takes into account the chain interaction of both parts (players), and as result it is necessary to find the optimal lines of behavior of both parties (search for the optimal Pareto strategy) [1].

As a model of example, the formation of production relations was used in any team, where there are always two antagonistic parties "worker-employer" which are both interested in economic growth as a guarantee of their own prosperity, but views and methods achieving such results, strategic decisions on the process of managing the enterprise the formation of production relations, the process of organizing working conditions, incentives for workers and more in general can be diametrically different [4].

The survey also determined that ensuring the organization ability of enterprises under the influence of certain factors on productivity in order to increase it is necessary not only to take into account the interests of groups of domestic consumers, which may not always coincide (workers and management in this case) but also the results obtained.

Thus, the factors on the basic of which the model was built were selected those factors, that are "sustainable" important in the formation of production relations in the system "worker-employer" are constant and do not tend to change rapidly under the influence of any fuller conditions [6].

Given that the situation, in the "worker-employer" model is not antagonistic, and the interest of groups of workers and management are not diametrically opposed, and it is in economic structure (game as a mathematical model cannot be expressed as a zero-sum game, bimatrix game was used for the mathematical model. The solution to such a game as mentioned above is to find a Pareto-optimal strategy.

Therefore, the calculations show the mathematical model in the next terms: A

– matrix of the management's profits,

B – matrix of the workers' profits.

According to it:

A_i – strategy of managements' behavior, and it is looking look like a proposition;

B_j – strategy of workers' behavior, and it is looking look like an agreements.

It was formed two bimatric game on the result s of the surveys, which was based on the asking of 120 employees and 30 employees of management department. These two games describe two situations.

A_1 – the proposition of the management about additional material encouragement of workers. In this way, for stimulation can be used: bonuses and penalties, which can also be applied as follows:

1) bonuses for each employee in the amount of 10%, or bonuses of heads of departments, in the amount 25%, with the possibilities to give bonuses to their workers, but this profit must be not bigger as 10% of increase the markets product від результату збільшення обсягу товарної продукції.

Then B_1 is a strategy of compliance of the employee with the ϵ first proposition of bonus (10% of profit) and accordingly, inconsistency with the second situation. . The B_2 position is a strategy of agreement with the second proposition of worker (25% bonus for the management and 10% for the workers) and full disagreement with the first strategy.

2) A_2 – management's proposition for system workers fines, which provides for each worker: a fine of 10% of the average cost of defective products of fines or fines of heads of departments in the amount of 20% of the cost of defective products with the possibility to fine workers, however, the amount of the fine shall not be bigger as 15%.

Analogically, B_1 – is the strategy of agreement of worker with strategy number first: to fine each worker in the average of 10%.

The B_2 position is strategy of agreement of

worker with the second proposition (25% fine foe a manager and not more than 10% for workers from cost of defective products)

Results of this are two payment matrices:

$$A = \begin{matrix} a_{11} & a_{12} & A_1 \\ a_{21} & a_{22} & A_2 \\ B_1 & B_2 & \end{matrix} \quad \text{and} \quad B = \begin{matrix} b_{11} & b_{12} & A_1 \\ b_{21} & b_{22} & A_2 \\ B_1 & B_2 & \end{matrix}$$

Conclusions. The use of game theory and its mathematical modeling should be used in the economic theory of management decisions, so on the one hand it allows to take into account many dynamic indicators of the market system and on the other hand provides accurate mathematical calculations and obtain specific economically sound results.

References

1. Chernyakova I. Development of the Strategy of the Key Supplier of Meat Processing Enterprise with the Application of Game Theory/ S. Chernyakova // Bulletin of Science and Education.- 2016.- 8(20) - P. 50-53.
2. Game Theory in the Management of Organizational Processes: a texbook/ M. Gubko, D. Novikov.-M: SINTEG, 2002.-139 p.
3. Kuzmin O.E. Tools of Game Theory in Pricing of Engineering Products / O. Kuzmin, V. Zheltukha, N. Goroditskaya // Problem of Economics. Mathematical Methods and Models in Economics. – 2014. – 2. – P. 50-53.
4. Novikov D. Management of Active Systems: Stability or Efficiency // Systems Science. 2001. Vol. 26. № 2. P.85-93. 85.
5. Pisarchuk N. Introduction into the Game Theory/ N. Pisarchuk.- Minsk: BSU, 2010 -108 p.
6. Shiyani A. Game Theory: Basic of Application in Economics and Management: a textbook / Shiyani A. - Vinnitsia: VNTU, 2009.-164 p.

Authors

Silichova Tetiana, associate professor, Simon Kuznets Kharkov National University of Economics, Kharkiv, Ukraine
(tas.20.05.72@gmail.com)

Manuscript received March, 14, 2021

Published as submitted by the author(s).

JEL 621.39(477)

DYNAMICS ANALYSIS OF THE NUMBER OF FIXED COMMUNICATIONS IN UKRAINE IN 2016-2020

Zhelezniakova Elina, Academic degree of Candidate of Physico-Mathematical Sciences, associate professor, Simon Kuznets Kharkov National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

Abstract — The main problems and prospects of using fixed communications in Ukraine are considered. Annual statistical data of change their number in 2016-2020 years are analyzed by constructing multiplicative model time series. Fluctuations in the number of communications are given.

Key Terms — fixed communications, dynamic series, multiplicative model.

Modern information society has transformed previously widely used technique in rarity. To these "endangered" species in the last five years have joined fixed communications.

Thus, in early 2016 their number was 12124,6 units, and at the end of 2020 - 8445.2 units.

Table 1 shows data reflecting the quarterly number of appropriate means of communication [1].

Using of fixed phones in Ukraine reduces every year. Most people in major cities en masse refuse to landline communications [2]. There are two main reasons of this phenomenon: uselessness and high cost of services. excessive fastidiousness Ukrainian cannot be the main reason for reducing the subscribers of "Ukrtelecom", as any self-respecting company that provides services, should take into account the wish to improve the quality of their services, because "the customer is always right", and if you neglect yogi wishes - you lose it. The golden rule of the market.

Thus, the fee increases, but the quality and compliance with current requirements absent.

Construct equations of the model from which we can see that the parameter $b_I = -228,54$ is nega-

tive, in this way the amount of fixed assets due to decreasing every year [3].

Table 1

Output data

Year	Quarter	Landline communication equipment, thousand units
2016	I	12 124,6
	II	12 103,1
	III	12 014,9
	IV	11 741,1
2017	I	11 911,6
	II	11 742,5
	III	11 508,5
	IV	11 428,5
2018	I	11 279,8
	II	10 678
	III	10 463
	IV	10 124,1
2019	I	9 670,4
	II	9 462,9
	III	8 755,2
	IV	8 773,7
2020	I	8 894,8
	II	8 724,2
	III	8 603,9
	IV	8 445,2

The main reason for this decline in the number of fixed phones turned rise of mass use of mobile communication devices, which are

much more convenient to use and are characterized by multifunctionality, unlike their "predecessors".

Also, the fee for landline only increased and the quality of service is not proportional to the price. According to official prices of Ukrtelekom's services it increases for the 10 % from September until now [4].

Therefore, the number of Ukrainian who refuse from landline communication is increasing every year.

$$\hat{y} = 12822,12 - 228,54t$$

This equation was determined predictive value of the number of landline communication on a quarterly basis in 2021 (table 2):

Table 2

Forecast of the number of landline communication equipment

Year	Quarter	Landline communication equipment, thousand units
2021	I	8 022,880526
	II	7 794,345338
	III	7 565,81015
	IV	7 337,274962

In this way, at table 2 we see that the tendency to reduce the number of fixed telephones will continue to persist, if not carried out some upgrading equipment or offered good deals for customers.

Thus, you can pay for the Internet and for using the landline phone can be included in one package [5]. Another option for Ukrainian Ukrtelecom is totally get a mobile and internet connection to be competitive in the market.

Graphically change tend shows the number of the landline communication, that we can see in the Fig. 1.

To cut a long story short, analyzing the statistical data on the number of fixed-line communi-

cation facilities in 2016-2020 GG it can be concluded that the number is shrinking every year; this decline can be explained by moral exhaustion of the landline phones and unreasonably high prices for use.

If Ukrainian government does not intervene in the present course of events, the downward trend will persist, which was determined with the forecast for 2021.

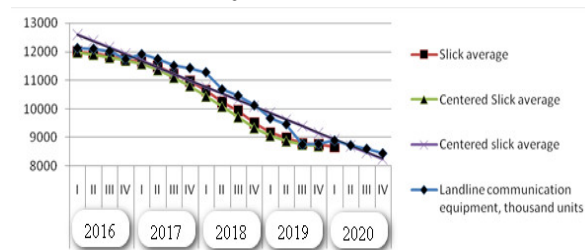


Fig. 1. Trend of changing the number of fixed means of communication

References

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Українці відмовляються від стаціонарних телефонів – опитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dt.ua/TECHNOLOGIES/ukrayinci-vidmovlyayutsya-vid-stacionarnih-telefoniv-opituvannya-183688_.html
3. Малярець Л.М., Железнякова Э.Ю., Норик Л.А. Эконометрика в примерах и задачах. Учебное пособие для иностранных студентов – Харьков, 2014.- 268 с.
4. Тарифні плани Укртелекому [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrtelecom.ua/services/customers/cityphone/tarif>
5. Держстат зафіксував зменшення кількості абонентів фіксованого телефонного зв'язку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/80229>

Authors

Zhelezniakova Elina, associate professor, Simon Kuznets Kharkov National University of Economics, (Elina. Zhelezniakova@m.hneu.edu.ua).

Manuscript received March, 14, 2021.

Published as submitted by the author.

УДК 368:336

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ І СТРАХОВОЇ СИСТЕМ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ІНТЕГРАЦІЇ СКЛАДОВИХ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ

Олена Гребенікова¹, Тетяна Денисова²¹Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», м. Харків, Україна,
²Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — проаналізовано рівень співпраці між страховиками та банківськими установами, визначено пріоритетні показники діагностики індикаторів фінансової стійкості банків та страхових компаній.

Ключові слова — банківська установа, страхова компанія, інтеграція, фінансовий конгломерат, фінансова стабільність, банкострахування.

Кризові явища в економіці, посилення конкуренції на ринку фінансових послуг змушують банківські установи та страхові компанії враховувати тенденції сучасних глобалізаційних процесів та передбачати необхідність взаємодії, диверсифікації джерел своїх доходів, розробляти й впроваджувати нові спільні продукти, розвивати форми інтеграції. Тому актуальним є вибір форм інтеграції банківського і страхового капіталу, зокрема в період фінансово-економічних криз, інституційних змін, визначення пріоритетних напрямків удосконалення співпраці між банками та страховими компаніями.

Теоретичні аспекти особливостей інтеграції суб'єктів господарювання розглянуто у роботах М. Р. Тимощука, С. В. Шишковського, Н. Р. Яворської [0], Р. В. Фецура [0] та інших. Окремі питання взаємодії банків і страхових компаній викладено в працях таких українських та зарубіжних науковців як: В. А. Козирев [3], В. В. Кучеренко [4], О. Д. Аверченко [5], В. І. Шевченко [6], І. М. Михайловської [7] тощо. Але необхідною є розробка підходів щодо посилення ефективності такої взаємодії, особливо в кризовий період, що сприя-

тиме покращенню якісного рівня обслуговування клієнтів й підвищенню рівня доходів фінансових установ. Таким чином, розробка адекватної моделі структурного аналізу взаємозв'язків системоутворюючих складових фінансового конгломерату дозволяє визначити, відхилення яких показників діяльності інтегрованого посередника провокує поширення фінансової нестабільності.

Проведений аналіз стану вітчизняних й іноземних конгломератів, що здійснюють свою діяльність в Україні, виявив, що їх склад є неоднорідним і представлений трьома секторами фінансового ринку: банківським, страховим та інвестиційним. Інтеграцію цих секторів подано на рис.1 у вигляді діаграми Ейлера-Венна, перетин кругів на якій вказує на існуючий тісний зв'язок, що породжує новітні продукти та послуги. Саме на перетині кругів з'являється принципово нова форма співробітництва, яку називають фінансовим конгломератом, а її динамічний розвиток свідчить про зростання рівня інтеграції на фінансовому ринку.

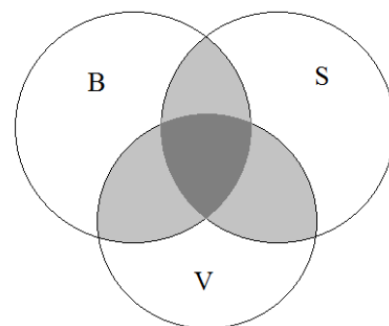


Рис. 1. Графічна інтерпретація інтеграції банківського (В), страхового (S) та інвестиційного (V) секторів фінансового ринку

Проаналізуємо діяльність фінансових конгломератів й порівняємо результати конгломератів, що мають у своєму складі банк, страхову компанію і інвестиційний фонд, фінансові конгломерати, які мають у своєму складі банк і страхову компанію, фінансові конгломерати, які мають у своєму складі лише банк й фінансові конгломерати, які мають у своєму складі лише страхову компанію. Вихідними даними для подальшого аналізу стали фінансові звіти 6 фінансових конгломератів (табл.1).

Таблиця 1
Члени досліджуваних фінансових конгломератів

Фінансовий конгломерат	Банк	Страхова компанія
Група «Приват»	АТ КБ «ПриватБанк»	
Промінвест	ПАТ «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк»	
Альфа-Україна	АТ «АЛЬФА-БАНК»	ПрАТ «СК «Альфа-Страховання»
RZB-UNIQA	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	ПрАТ «СК «УНІКА Життя»
BNP Paribas	АТ «УКРСИББАНК»	ПАТ «НАСК «Оранта»
Intesa Sanpaolo SPA	АТ «ПРАВЕКС БАНК»	

Як метод дослідження було обрано кластерний аналіз, на основі якого проаналізовано 6 банків за розрахованими показниками фінансової стійкості за 2014 – 2019 роки. Результати дозволили згрупувати банки за трьома кластерами (табл. 2). Упродовж 5 років банки попадали в один і той самий кластер.

Таблиця 2
Результати кластерного аналізу банків

Кластер	Члени кластера
Кластер 1	Промінвестбанк, Правексбанк
Кластер 2	ПриватБанк, Банк «Райффайзен-Банк Аваль»
Кластер 3	Альфа-Банк, Укрсіббанк

Проведений кластерний аналіз дозволяє визначити, до якого з типів фінансових конгломератів слід віднести інтегровані утворення. Групу Промінвестбанк і Правексбанк віднесено до банкоцентричних фінансових конгломератів, ядром яких виступає банківська установа. Перший кластер банкоцент-

ричних фінансових конгломератів і більшість проаналізованих показників є однорідними та рівною мірою впливають на зрахування фінансового конгломерату до групи банкоцентричних.

Проте існують показники, відхилення яких обумовило фінальний розподіл. Такими показниками для банкоцентричних фінансових конгломератів є: мультиплікатор капіталу, достатність власного капіталу, коефіцієнт активності залучення позичених і залучених коштів, наявність представника фінансового ринку.

Для визначення пріоритетних показників діагностики фінансової стійкості банків та страхових компаній було застосовано метод головних компонент із залученням ППП Statistica. У якості вхідних даних було обрано 12 показників діяльності банків (x_1-x_{12}) та 12 фінансових показників діяльності страхових компаній (k_1-k_{12}), що входять до складу конгломератів та які використовують для діагностики фінансової стабільності банків і страхових компаній під час кризи (табл. 3).

Таблиця 3
Система показників для діагностики фінансової стабільності банківських установ і страхових компаній під час кризи

Показники для діагностики фінансової стабільності	
Банківських установ	Страхових компаній
x_1 – загальний обсяг активів	k_1 – загальний обсяг активів
x_2 – загальний обсяг зобов'язань	k_2 – власний капітал
x_3 – загальний обсяг пасивів	k_3 – загальний обсяг зобов'язань
x_4 – власний капітал	k_4 – валові премії
x_5 – фінансовий результат	k_5 – валові виплати
x_6 – рентабельність власного капіталу	k_6 – страхові резерви
x_7 – рентабельність активів	k_7 – коефіцієнт загальної заборгованості
x_8 – мультиплікатор капіталу	k_8 – коефіцієнт поточної ліквідності
x_9 – співвідношення капіталу та пасивів банку	k_9 – коефіцієнт достатності резервів
x_{10} – коефіцієнт достатності власного капіталу	k_{10} – коефіцієнт ділової активності
x_{11} – коефіцієнт активності залучення позичених і залучених коштів	k_{11} – коефіцієнт боргового навантаження;
x_{12} – показник фінансового важеля	k_{12} – коефіцієнт збитковості

Результати визначення пріоритетних показників діагностики фінансової стійкості банків та страхових компаній методом головних компонент систематизовано в табл. 4.

Таблиця 4

Результати систематизації пріоритетності показників діагностики фінансової стійкості банків та страхових компаній

Фінансовий конгломерат	Показники діагностики фінансової стійкості (місце)					
	банків			страхових компаній		
	I	II	III	I	II	III
Група «Приват» ^б	x_{12}	x_8	x_9	–	–	–
Промінвест ^б	x_2	x_1	x_3	–	–	–
Альфа-Україна ^б	x_1	x_2	x_3	k_9	k_{10}	k_4
RZB-UNIQA ^с	x_1	x_8	x_2	k_6	k_2	k_4
BNP Paribas ^с	x_8	x_4	x_{12}	k_5	k_4	k_6
Intesa Sanpaolo SPA ^б	x_4	x_3	x_9	–	–	–

*б – банкоцентричний конгломерат;

с – страховоцентричний конгломерат.

Проведений аналіз пріоритетних показників діагностики фінансової стійкості банків та страхових компаній виявив таке:

1) важливими показниками діагностики фінансової стійкості як банкоцентричних, так і страховоцентричних конгломератів виступають: x_1 – активи; x_2 – зобов'язання; x_8 – мультиплікатор капіталу; x_{12} – фінансовий важіль (показники оцінювання банківської складової);

2) специфічними показниками діагностики фінансової стійкості банкоцентричних конгломератів є такі: x_3 – загальний обсяг пасивів; x_9 – співвідношення капіталу та пасивів банку (оцінювання банку); k_7 – коефіцієнт загальної заборгованості (оцінювання страхової компанії);

3) найбільш визначальними з точки зору страховоцентричних конгломератів виступають: k_2 – власний капітал; k_4 – валові премії; k_6 – страхові резерви (характеристики страхової компанії).

Підсумовуючи розглянуте, можна зробити **висновок** щодо результату проведеної діагностики діяльності банківської і страхової

систем під час кризи, а саме: наявність страхової компанії на фінансові показники банків впливає не суттєво, але для страхових організацій наявність банків у складі фінансових конгломератів дозволяє збільшувати обсяг укладених страхових договорів й отримувати більший обсяг валових страхових премій.

Список використаної літератури

1. Тимошук М. Р., Шишковський С. В., Яворська Н. Р. Фінансові індикатори соціально-економічної взаємодії стейкхолдерів. Вісник Університету банківської справи. 2019. – № 1 (34). – С. 107-114.

2. Управління соціально-економічною взаємодією на підприємствах : методологія та інструментарій: монографія / за ред. Р. В. Фещура; Національний університет «Львівська політехніка». Львів : Растр-7, 2016. – 230 с.

3. Козирев В. А. Науково-методичні засади функціонування фінансових конгломератів у періоди нестабільності: дис. канд. екон наук, Суми, 2016. – 279 с.

4. Кучеренко В. В. Форми інтеграції банківського і страхового капіталу: монографія / В. В. Кучеренко, Р. Данкевич, В. В. Тринчук. – Львів: Видавництво «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2018. – 284 с.

5. Аверченко О. Д. Форми, моделі и напрямлення реализации концепции банкострахования в современных условиях. Вестник Финансового университета. 2016. – №1 (91). – С.157-163.

6. Шевченко В. І. Дослідження глобалізаційних процесів у сфері страхового та банківського бізнесу через створення стратегічних альянсів. Міжнародний науковий журнал. 2014. – №3. – С. 23-26.

7. Михайловська І. М., Пенкаль Н. А. Особливості організаційних форм та інституційно-правових основ взаємодії банків та страхових компаній. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. – № 5(1). – С. 105-108.

Автори

Гребенікова Олена Володимирівна, к.е.н., доцент, Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ» (gribenikova@ukr.net).

Денисова Тетяна Володимирівна, к.т.н., доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (tetiana.denysova@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

СКЛАДЕНА ДИНАМІКА ВИРОБНИЧОЇ СИСТЕМИ

Воронін Анатолій Віталійович

ХНЕУ ім. С. М. Кузнеця/кафедра ВМ й ЕММ, Харків, Україна

Анотація — В наступному дослідженні розглянуті питання ціноутворення у економічній системі монопольного виробництва. Математична модель, наведена в роботі, поєднує у собі два підходи з позиції споживача і виробника. У результаті аналізу поведінкових властивостей даної динамічної системи виявлені періодичні режими типу граничного циклу та знайдені умови стійкості досліджених автоколивань.

Ключові слова — ціноутворення, споживач, виробник, динамічна система, біфуркація, граничний цикл, автоколивальний режим, гістерезис.

Проблема ціноутворення у виробничо-економічних системах завжди була і є актуальною як у теоретичному економічному аналізі, так і при розв'язанні конкретних практичних задач підприємства. Важливим, з точки зору автора, є синтез двох найбільш значущих факторів ціноутворення. Так, з одного боку, класична теорія ринкового ціноутворення стверджує, що рівноважна ціна відповідає тотожності попиту та пропозиції на товарному ринку. З іншого боку, теорія фірми передбачає, що у випадку виробничої рівноваги ціна виготовляємої підприємством продукції відповідає граничним витратам виробничого процесу. Таким чином, перший підхід трактує ціноутворення з точки зору споживача, а другий - з позиції виробника. Але реалії економічного життя свідчать про те, що процеси зміни цін та обсягів виробництва відбуваються одночасно і є взаємозалежними. Тому вважається доцільним розглядати спільне у межах єдиної динамічної системи ринковий механізм збалансування попиту та пропозиції і виробничий процес

обліку прибутку та витрат, відповідно до методології, наданий у роботі.

У якості базової розглянута математична модель динаміки взаємодії ціни та обсягу виробництва

$$\begin{aligned} \alpha \dot{P} &= D(P) - Y, \\ \beta \dot{Y} &= P - P_s(Y) \end{aligned} \quad (1)$$

у системі двох диференціальних рівнянь існують наступні позначення: P - ціна продукту; Y - обсяг продукції у натуральному вимірі (ринкова пропозиція товару); $D(P)$ - ринковий попит на вироблений продукт у натуральному вимірі; $P_s(Y)$ - ціна пропозиції, яка дорівнює граничним витратам виробництва $P_s(Y) = C'(Y)$; $C(Y)$ - виробничі витрати; α, β - сталі часові параметри.

Перше рівняння система двох диференціальних рівнянь є класичною моделлю ринкового ціноутворення у формі П. Самуельсона. Воно базується на схемі формування ціни, яка прямує до рівноважного рівноважного стану проміж попитом та пропозицією. Друге рівняння (1) дає опис процесу встановлення рівноваги проміж ціною на базі попиту та граничними витратами виробництва (ціною пропозиції).

У розбудову моделі закладені суттєві спрощення. По-перше, виробництво вважається монопродуктовим. По-друге, розглядається локальний ринок збуту без конкуренції, коли уся пропозиція товару формується одним виробником. Але, незважаючи на вищесказані допущення, модель (1) демонструє складні типи поведінки, і їх аналізу буде присвячений подальший виклад [1,2]

Вважаючи рівними нулю ліві частини у (1), отримуємо два рівняння зв'язку для рівноважних значень ціни P^* та обсягу Y^* :

$$D(P^*) = Y^*, \quad P^* = P_s(Y^*) \quad (2)$$

Введемо припущення, що система алгебраїчних рівнянь (2) має, як мінімум, єдиний додатний розв'язок (P^*, Y^*) . Відносно функції попиту $D(P)$ зауважимо, що залежність від ціни є суттєво нелінійною функцією і існує у формі полінома третього ступеня:

$$D(P) = d_0 + d_1(P - P^*) + d_2 \frac{(P - P^*)^2}{2} + d_3 \frac{(P - P^*)^3}{6}$$

Функція витрат має вигляд квадратичної функції від обсягу виробництва

$$C(Y) = S_1 \frac{Y^2}{2} + S_0 Y + C_0$$

Відповідно, граничні витрати (ціна пропозиції) надані формулою:

$$C(Y) = P_s(Y) + S_1 Y + S_0$$

Таким чином, система (2) перетворюється до вигляду:

$$S_1 D(P^*) + S_0 - P^* = 0, \quad (3)$$

$$Y^* = \frac{P^* - S_0}{S_1}.$$

А динамічна система (2) отримає форму

$$\dot{P} = d_1 P + d_2 \frac{P^2}{2} + d_3 \frac{P^3}{6} - Y, \quad (4)$$

$$\dot{Y} = \gamma(P - S_1 Y), \quad \gamma = \frac{\alpha}{\beta}.$$

Для стійкості рівноважного стану необхідно дослідити корені характеристичного рівняння лінійної частини (4)

$$\lambda^2 + (\gamma S_1 - d_1)\lambda + \gamma(1 - d_1 S_1) = 0 \quad (5)$$

Квадратне рівняння (5) має від'ємні корені за умовами:

$$\gamma S_1 < d_1, \quad S_1 d_1 < 1 \quad (6)$$

Нерівності (6) визначають обмеження на параметри системи (4) для стійкості у лінійному приближенні.

При більш детальному розгляді поведінки системи (4) у малому околі границі стійкості $\gamma S_1 = d_1$ можна зробити висновки, що тип рівноважного стану є складний фокус і мож-

ливе народження граничного циклу внаслідок біфуркації Хопфа.

Якщо у якості біфуркації параметру обрати S_1 , то з економічної точки зору $S_1 < 0$ визначає позитивний ефект масштабу виробництва, а $S_1 > 0$ визначає, що зростання витрат випереджає випуск продукції, тобто має місце ресурсоемне виробництво.

З метою визначення необхідних параметрів граничного циклу, які характеризують його стійкість та структуру періодичних розв'язків, трансформуємо систему диференціальних рівнянь до вигляду нормальної форми Пуанкаре за допомогою нових змінних $P = x_1, \quad Y = d_1 x_1 + \omega \cdot x_2$:

$$\dot{x}_1 = -\omega \cdot x_2 + \frac{d_2 \cdot x_1^2}{2} + \frac{d_3 \cdot x_1^3}{6},$$

$$\dot{x}_2 = -\omega \cdot x_1 - \frac{d_2 d_2}{\omega} \cdot \frac{x_1^2}{2} + \frac{d_1 d_3}{\omega} \cdot \frac{x_1^3}{6}, \quad (7)$$

$$\omega^2 = \gamma - d_1^2.$$

Для системи (7) нескладно отримати вираз для першої ляпуновської величини

$$l_1(0) = \frac{d_3(\gamma - d_1^2) + d_2^2 d_1}{16(\gamma - d_1^2)}. \quad (8)$$

Якщо $l_1(0) < 0$ має місце тільки граничний цикл, а відповідний режим автоколивань називається «м'яким». Навпаки, якщо $l_1 > 0$, то граничний цикл є нестійким, відбувається зрив автоколивань «жорстким» чином з проявом гістерезису [3].

Література

1. Балацкий Е.В. Рыночное ценообразование и производственные циклы // Экономика и математические методы. – 2005. -Т. 41.- № 1. - С. 37-44.
2. Воронин А.В., Кизим Н.А. Модель производственного цикла // Бизнес-Информ. -2006. -№ 6.- С. 71-74.
3. Воронин А.В. Циклы в задачах нелинейной макроэкономики:- Х: ВД «ІНЖЭК», 2006. - 136 с.

Автор

Воронін Анатолій Віталійович, post, ХНЕУ ім.Семена Кузнеця (Voronin61@ukr.net).

Рукопис отриманий 16 березня, 2021.

Published as submitted by the author(s).

УДК 330.32 : 004.9

ВПЛИВ КАРАНТИНУ І КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ НА ДЕЯКІ ТЕНДЕНЦІЇ В ІТ-СФЕРІ УКРАЇНИ І СВІТУ

Лебедева Ірина Леонидівна, кандидат фізико-математичних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Проведено дослідження основних тенденцій, що відображають зміни у діяльності ІТ-сектора економіки України в умовах пандемії COVID-19. Визначені спільні риси і відмінності зрушень, що відбуваються в діяльності українських ІТ-компаній та ІТ-компаній інших країн під впливом кризових явищ в економіці, які, у свою чергу, є наслідком карантинних обмежень.

Ключові слова — COVID-19, економічна криза, процеси в ІТ-бізнесі, ремоут.

Основною подією у світі, яка протягом минулого року суттєво впливала і досі впливає на всі сфери людського життя, є спалах коронавірусу. Пандемія COVID-19 позначилася не лише на здоров'ї значної частини людства, але й на економіці всіх країн світу. У тій чи іншій мірі карантинні обмеження, що пов'язані з пандемією, вплинули на всі галузі економіки, а деякі з них, такі, наприклад, як туристичний бізнес, пасажирські авіаперевезення, ресторанний бізнес, зазнали суттєвих збитків. ІТ-індустрія теж не залишилася осторонь глобальних зрушень. За своєю сутністю ці зрушення є наслідками тих процесів, що відбуваються на ринку ІТ-послуг у різних сферах бізнесу.

Метою даного дослідження є визначення основних тенденцій, що відображають зміни у діяльності ІТ-сектора економіки України як наслідок введення карантинних обмежень. Це питання є важливим для нашої країни, оскільки у багатьох країнах світу, до яких належить і Україна, ІТ-індустрія розглядається як одна із провідних складових розвитку економіки. Беручи до уваги те, що значна частина замовників на послуги українських ІТ-

компаній знаходяться за межами країни, таке дослідження не буде повним, якщо не враховувати світові тенденції в цій галузі.

Загальні зрушення, що відбулися у світовій економіці в наслідок пандемія COVID-19, стисло можна охарактеризувати таки чином [3]. За даними ІЛО (International Labour Organization) лише за II – IV квартали 2020 року в усьому світі було скорочено 8,8% від загального робочого часу. Це еквівалентно скороченню 255 мільйонів повних робочих місць. Відповідно значно виріс рівень безробіття. При цьому сукупні доходи працівників скоротилися на 8,3%, тобто на 3,7 трильйона доларів, що складає 4,4% від глобального ВВП. За прогнозами ІЛО криза в економіці і на ринку праці через пандемію COVID-19 може привести до зростання безробіття майже на 25 мільйонів чоловік у всьому світі, а втрати доходів працівників до кінця 2020 року оцінювалися в розмірі від 860 мільярдів до 3,4 трильйона доларів. Але це середні показники. Щодо окремих країн, то, наприклад, в США за час карантину рівень безробіття піднявся до 14,7%, чого не спостерігалось з часів Великої депресії.

Відбулися і соціальні зрушення. Пандемія поглибила розбіжності між людьми, що мають статки, і які їх не мають. Якщо “білі комірці” мали змогу працювати вдома, використовуючи Zoom для проведення ділових зустрічей, то ті низькооплачувані службовці, праця яких вимагала контактів з людьми, були звільнені. До речі, перехід на роботу в режимі online виявився зручним для деяких компаній. Наприклад, такий гігант соціальних мереж, як Twitter оприлюднив рішення, що дозволить своїм працівникам працювати вдома і після того, як закінчиться карантин.

Отже, ремоут як форма роботи має певні переваги і набирає популярності і серед працівників, і серед роботодавців.

Ще одним наслідком пандемії у світі є прискорення автоматизації тих процесів, що передбачають взаємодію між клієнтом і працівником. У жовтні 2020 року в доповіді World Economic Forum було прогнозовано, що у найближчі п'ять років автоматизація може призвести до скорочення 85 мільйонів робочих місць у всьому світі, але Robotics Revolution (“революція роботів”) також може створити 97 мільйонів нових місць [7].

Аналогічні тенденції у тій чи іншій мірі спостерігаються і в Україні. За попередніми оцінками НБУ в 2020 році загальне падіння валового внутрішнього продукту становило 4,4%, тобто на рівні середнього по країнам світу. Найбільш стрімке падіння мало місце у другому кварталі. Воно становило 11,4% у річному вимірі [2]. Одночасно виріс і рівень безробіття. Якщо до оголошення карантину в Україні на початку березня 2020 року статус безробітного мали 361 тисяча осіб, то на кінець січня 2021 року цей показник сягнув 399,7 тисяч, тобто безробіття зросло на 10,8%. Для України все це ускладнюється падінням цін на український експорт (і не тільки на експорт сировини, але й на експорт ІТ-розробок), зменшенням надходжень до бюджету від митниці та надходжень від заробітчан), падінням курсу гривні тощо.

Глобальні зміни в умовах праці, які були спричинені пандемією коронавірусу, та обумовлена цим економічна криза не могли не вплинути на внутрішні процеси, які визначають стан ІТ-бізнесу. Однак оцінки експертів на кінцевий результат впливу цих процесів на поточний стан і подальший розвиток ІТ-бізнесу не збігаються. Для того, щоб зрозуміти причину розбіжностей, розглянемо види діяльності, що є ключовими для ІТ-індустрії (рис. 1).



Рис. 1. Ключові види діяльності

ІТ-індустрії

З рис. 1 видно, що традиційні категорії ІТ-послуг, якими є обладнання, програмне забезпечення та ділове обслуговування, у світі в цілому становлять 56% від загального обсягу доходу на цьому сегменті ринку [6]. Це ж притаманне й Україні. Так, кількість ІТ-спеціалістів, які зареєстровані як ФОП, постійно зростає. У 2019 році вона становила 183 тис. осіб проти 151 тис. осіб у 2018 році. При цьому в якості основного виду своєї діяльності 67,6% від загальної кількості ІТ-спеціалістів вказали КВЕД “Комп’ютерне програмування”.

Однак у 2020 році розширення ІТ-сектора економіки уповільнилося у всіх країнах. За початковим прогнозом International Data Corporation, що займається вивченням світового ринку інформаційних технологій і телекомунікацій, загальний дохід США у 2020 році від ІТ-індустрії оцінювався у 5,2 трлн дол., тоді як в серпні цей показник вже був зменшений до 4,8 трлн дол.

Опитування, яке було проведено серед українських ІТ-компаній [1], показало, що у 59% компаній на 10-40% зменшилася кількість проектів (але у 6% вона навпаки зростає). Бенч, тобто кількість працівників без проектів, збільшився у 45% компаній. Для 59% компаній зменшилася кількість клієнтів, а більш стійкі замовники скоротили витрати на розробку на 20-30%. Понад 85% компаній відзначили погіршення продажів. У кращому положенні опинилися ті з ІТ-компаній, діяльність яких пов’язана з телемедициною, доставками і таке інше. Саме у цих компаній зберігається оборот і навіть є невелике зростання. Слід приймати до уваги, що у більшості своїй замовлення на ІТ-послуги українських фахівців надходять із США та країн Євросоюзу. Однак аналіз даних, що наведені на сайті з пошуку співробітників для ІТ-компаній США, де зареєстровані 1 152 великі компанії, показав, що 53% з них заморозили найм і лише 39% продовжують наймати співробітників; 10% скасували вакансії, 16% звільняють працівників.

Варто згадати про ще один, так би мовити, побічний ефект сучасної економічної кризи. Завжди криза в економіці призводить до

ростом шахрайства. Криза, що викликана коронавірусом, призвела до зростання кібершахрайства [6]. Щодо злочинів проти особистості, то метою кібератак може бути крадіжка грошей, доступ до особистої банківської інформації, крадіжка особистих даних або встановлення зловмисного програмного забезпечення на ваш пристрій. Набули популярності такі схеми фішингових атак, як пропозиція пройти безкоштовний тест на коронавірус або отримати дозвіл на необмежене пересування містом. У наслідок цього протягом 2020 року в усьому світі у відкритий доступ потрапило 11 млрд. записів персональних даних та платіжної інформації.

Фішингові листи надходять і власникам малого та середнього бізнесу, оскільки при переході на ремоут вони не завжди можуть реалізувати достатній набір заходів захисту, таких, як двухфакторна аутентифікація або забезпечення доступу в корпоративну мережу за сертифікатами. Ці листи містять шкідливе програмне забезпечення, а в подальшому постраждалим надходить пропозиція щодо сплати за відновлення бази даних. В Україні у 2019 році Кіберполіція відкрила 32 тисячі кримінальних проваджень за фактом шахрайства, а за 11 місяців 2020 року таких проваджень зареєстровано вже 42,5 тисяч [4]. Таким чином, великі компанії завдяки надійній системі захисту і роботі інхауз-команд виявились більш захищеними від шахрайства. Якщо розглядати компанії за напрямками діяльності, то більш за всіх від кібершахрайства постраждали ті з них, які працюють у сфері: промисловості, медицини та фармацевтики, закупівлі, транспорту та логістики, будівництва та нерухомості. Саме у цих сферах погано налагоджена система перевірки контрагентів, адже на ретельне налагодження системи безпеки не вистачає ні ресурсів, ні часу. Знов-таки, це стосується, як правило, малого та середнього бізнесу.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновки, що залежно від напрямку діяльності ІТ-компанії визначається її успішність не тільки в період локдауну, але на подальші декілька років. Так, глобальний перехід в ремоут прискорив цифрову трансформацію. Особливо це стосується сфер діяльності, які

передбачують взаємодію з клієнтами.

Поштовхом до розвитку ІТ-технологій став і перехід навчальних закладів на роботу online. Так, компанія Pearson, що є світовим лідером на ринку освіти, повідомила про зростання активності на своїх онлайн-платформах на 400%. При цьому чимало навчальних закладів створюють власний навчальний контент на базі таких платформ, як Moodle, Canvas та інші. Прискореними темпами розвиваються хмарні технології, телемедицина, роботизація.

Отже, як і будь-яка економічна криза, сучасна криза сприяє очищенню економіки в цілому і дає новий поштовх до розвитку.

Список використаної літератури

1. Ворона Т. Увольнения, сокращение расходов: что прямо сейчас происходит в украинских IT-компаниях / Ворона Т. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mc.today/uvolneniya-sokrashhenie-rashodov-chno-pryamo-sejchas-proishodit-v-ukrainskih-it-kompaniyah/>
2. Укрінформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3187177-petrasko-nazvav-riven-padinna-vvp-minulogo-roku.html>
3. Укрінформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3187177-petrasko-nazvav-riven-padinna-vvp-minulogo-roku.html>
4. Шахраї, кіберзлочини та нові схеми: від яких схем страждає український бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://economy.24tv.ua/shahrayi-kiberzlochini-ta-novi-shemi-yak-strazhdaye-biznes-ukrayini_n1511637
5. Deveau D. Fraud related to COVID-19 pandemic on the rise. here's how to avoid being scammed / D. Deveau [Electronic resource] – Access mode : <https://www.cpacanada.ca/en/news/canada/2020-03-23-covid-19-scams>
6. IT industry outlook 2021. [Electronic resource] – Access mode: <https://www.comptia.org/content/research/it-industry-trends-analysis>
7. The Future of Jobs Report 2020 [Electronic resource] – Access mode: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

Автор

Лебедєва Ірина Леонідівна, доцент кафедри вищої математики й економіко-математичних методів Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (irina.lebedeva@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 19 лютого 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 330.43

ОГЛЯД МЕТОДІВ ОПИСУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН

Мартінова Олена Вадимівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна.

Анотація — розглянуто різні методи опису діяльності підприємства та прийняття рішень з використанням теорії нечітких множин. Розроблено згортку можливих альтернатив. Виділено переваги та недоліки використання нечіткої логіки.

Ключові слова — альтернатива, багатокритерійний вибір, невизначеність, нечіткі множини, ранжування.

Задача прийняття рішень – одна з найпоширеніших в будь-якій області. Її рішення зводиться до вибору однієї або декількох кращих альтернатив з деякого набору. Існує безліч методів і підходів до прийняття рішень, які дають можливість враховувати багатокритеріальність і невизначеність. Серед цих методів найбільш перспективними є декомпозиційні методи теорії очікуваної користності, метод аналізу ієрархій і теорії нечітких множин. Саме вони найбільшою мірою задовольняють вимогам універсальності в умовах невизначеності, простоти підготовки і переробки експертної інформації.

Питання прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності розглядається у працях відомих вітчизняних та закордонних вчених І. А. Бланка, П. Брюера, Р. Гаррісона, Т. В. Емельянова, О. О. Королович, В. І. Куцик, А. Ю. Медведєва, Е. Норіна, А. В. Андрейчикова [1], О. А. Крумберга [2], В. В. Вітлінського [3] та ін.

Елементи теорії нечітких множин успішно застосовуються для прийняття рішень. Експертні оцінки альтернативних варіантів по критеріях могут бути представлені як нечіткі множини або числа, виражені за допомогою функції приналежності. Задача ухвалення рішень в умовах невизначеності це вибір раціонального рішення, сформованого під впливом

визначених та невизначених факторів, які кількісно і якісно описані ознаками.

Багатокритерійний вибір альтернатив на основі перетину нечітких множин. В даному випадку критерії визначають деякі поняття, а оцінками альтернатив є ступені відповідності цим поняттям [2]. Нехай є безліч альтернатив $A = \{a_1, a_2, \dots, a_m\}$ і безліч критеріїв $C = \{C_1, C_2, \dots, C_m\}$, при цьому оцінки альтернатив по кожному i -му критерію представлені нечіткими множинами:

$$C_i = \{\mu_{C_i}(a_1)/a_1, \mu_{C_i}(a_2)/a_2, \dots, \mu_{C_i}(a_m)/a_m\}.$$

Правило вибору кращої альтернативи можна представити як перетин нечітких множин, відповідних критеріям: $D = C_1 \cap C_2 \cap \dots \cap C_n$. Операції перетину відповідає узяття мінімуму:

$$\mu_D(a_j) = \min_{i=1, \dots, n} \mu_{C_i}(a_j), j = 1, \dots, m.$$

Кращою вважається альтернатива a^* , що має найбільше значення функції приналежності $\mu_D(a^*) = \max_{j=1, \dots, m} \mu_D(a_j)$.

Багатокритерійний вибір альтернатив на основі нечіткого відношення переваги. Постановка завдання в короткій формі представляється таким чином. Нехай задана безліч альтернатив A і кожна альтернатива характеризується декількома критеріями якості з номерами $j = 1, \dots, m$. Інформація про попарне порівняння альтернатив по кожному критерію якості j представлена у формі відношення переваги R_j . Потрібно вибрати кращу альтернативу з множини $\{A, R_1, \dots, R_m\}$. Процедура вирішення задачі виконується в декілька кроків [2].

1. Будується нечітке відношення, яке є перетином початкових відносин переваги: $\mu_{Q_1}(a, b) = \min(\mu_{R_1}(a, b), \dots, \mu_{R_m}(a, b))$, і визначається нечітка підмножина недомінуючих альтернатив на (A, μ_{Q_1}) :

$$\mu_{Q_1}^{nd}(a) = 1 - \sup_{b \in A} (\mu_{Q_1}(b, a) - \mu_{Q_1}(a, b)).$$

2. Будується нечітке відношення Q_2 :

$$\mu_{Q_2}(a, b) = \sum_{j=1}^m w_j \mu_{R_j}(a, b) \text{ і визначається}$$

нечітка підмножина недомінуючих альтернатив в множині (A, μ_{Q_2}) :

$$\mu_{Q_2}^{nd}(a) = 1 - \sup_{b \in A} (\mu_{Q_2}(b, a) - \mu_{Q_2}(a, b)).$$

$$\sum_{j=1}^m w_j = 1, \quad w_j \geq 0, \quad j = \overline{1, m}.$$

3. Відшукується перетин множин $\mu_{Q_1}^{nd}$ і $\mu_{Q_2}^{nd}$:

$$\mu^{nd}(a) = \min(\mu_{Q_1}^{nd}(a), \mu_{Q_2}^{nd}(a)).$$

4. Раціональним вважається вибір альтернативи з множини

$$A^{nd} = \{a' \mid a' \in A, \mu^{nd}(a') = \sup_{a \in A} \mu^{nd}(a)\}.$$

Найбільш раціональною альтернативою з множини A^{nd} є та, яка має максимальний ступінь недомінуючості.

Багатокритерійний вибір альтернатив на основі адитивної згортки. У цьому методі [3] експертні переваги представлені за допомогою нечітких чисел, що мають функції приналежності трикутного вигляду. Нехай є безліч альтернатив $A = \{a_1, a_2, \dots, a_m\}$ і безліч критеріїв $C = \{C_1, C_2, \dots, C_m\}$, при цьому оцінка j -й альтернативи по i -му критерію представлена нечітким числом R_{ij} , а відносна важливість i -го критерію задається коефіцієнтом $\alpha_i, i = 1, 2, \dots, n$. Якщо коефіцієнти α_i нормативні, то зважена оцінка j -й альтернативи обчислюється за формулою $R_j = \sum_{i=1}^n \alpha_i R_{ij}$. Якщо функції приналежності

$\mu_{R_{ij}}(r_{ij})$ і $\mu_{\alpha_i}(\alpha_i)$ мають трикутний вигляд, то для них, як і для нечіткого числа X , вершина X^* , а також ліва X' і права X'' межі визначаються наступними співвідношеннями:

$$\forall \delta : \mu(X') = 0; \mu(X' - \delta) = 0; \mu(X' + \delta) \neq 0;$$

$$\forall \delta : \mu(X'') = 0; \mu(X'' - \delta) \neq 0; \mu(X'' + \delta) = 0;$$

$$\mu(X^*) = 1.$$

Ранжирування альтернатив з використанням отриманих зважених оцінок можливо на основі їх нечіткої композиції:

$$\mu_J(j) = \sup_{r_1, r_2, \dots, r_m; r_k \geq r_j} \min_{j=1, \dots, m} \mu_{R_j}(r_j). \text{ Тут}$$

$\mu_J(j)$ – нечітка безліч альтернатив, відповідних поняттю «краща альтернатива». Кращою вважається альтернатива, що має найбільше значення $\mu_J(j)$.

Ранжирування альтернатив на безлічі лінгвістичних векторних оцінок. Задана множина альтернатив $A = \{a_1, a_2, \dots, a_m\}$ і множина відповідних результатів $S = \{s_1, s_2, \dots, s_m\}$. Кожен результат s_j характеризується альтернативою a_i и вектором лінгвістичних оцінок на множині критеріїв $K = \{K_1, K_2, \dots, K_n\}$. Множина лінгвістичних векторних оцінок результатів $K = \{K(s_1), K(s_2), \dots, K(s_m)\}$ можна упорядкувати за допомогою введення функції приналежності нечіткого відношення порядку $\mu_{\geq} : K \times K \rightarrow [0, 1]$. Для i -го критерія позначимо $\mu_{\geq}^i(K_i(s_j), K_i(s_k))$ через

$\mu_{\geq}^i(s_j, s_k)$. Значення цієї функції можна знайти за формулою

$$\mu_{\geq}^i(s_j, s_k) = 1 - \mu_{<}^i(s_j, s_k) =$$

$$= \mu_{>}^i(s_j, s_k) + \mu_{=}^i(s_j, s_k)$$

Відношення $\mu_{<}^i(s_j, s_k)$ можна представити у вигляді:

$$\mu_{<}^i(s_j, s_k) = \sum_{i=1}^{n-1} (v_{sj}(x_i)(1 - w_{sk}(x_{i+1}))),$$

де $v_s(x)$ – ймовірність того, що в якості точного значення нечіткого числа S використано

стовується величина x ; $w_s(x)$ – ймовірність того, що в якості точного значення S використовується $y < x$;

$$v_s(x) = \mu_S(x) / \sum_{y \in S} \mu_S(y); \quad w_s(x) = \mu_S(x) / \sum_{y \in S, y < x} v_s(y)$$

Векторні оцінки можуть бути впорядковані за функціями приналежності $\mu_{\geq}(K(s_j), K(s_k)) = \times_{i \in n} \mu_{\geq}^i(s_j, s_k)$, де \times – позначає символ узагальненої операції.

Функцію приналежності нечіткого відношення переваги на множині альтернатив можна представити у вигляді: $\mu_{\geq}^F(a_j, a_k) = \mu_{\geq}(K(s_j), K(s_k))$.

Рішення задачі з використанням даного методу включає наступні основні кроки [2]:

- ✓ Обчислення функцій приналежності $\mu_{<}$;
- ✓ Побудови нечіткого порядку μ_{\geq} ;
- ✓ Мінімізація відношення μ_{\geq} ;

Визначення відносин переваги на множині альтернатив і виявлення кращої альтернативи. Для цього обчислюється відношення переваги між альтернативою a_j і рештою всіх альтернатив, функція приналежності якого має вигляд:

$$\mu_{\geq}^F(a_j; \{a_k\}, k \in I_j) = \times_{k \in I_j} \mu_{\geq}^{jk}, j \in m,$$

де I_j – безліч індексів альтернатив, з якими може порівнюється j -я альтернатива.

Рішення задачі ранжирування можна описати співвідношеннями:

$$r_i < r_l \Leftrightarrow \mu_{\geq}^F(a_j; \{a_k\} \ k \in I_j) > \mu_{\geq}^F(a_l; \{a_k\} \ k \in I_l)$$

де r_i – ранг альтернативи. Найбільш переважна альтернатива має найнижчий ранг.

Теорія нечітких множин до теперішнього часу набула широкої популярності і отримала практичне застосування в багатьох галу-

зях. Для опису діяльності підприємства на базі цієї теорії розроблений широкий спектр різноманітних методів. Нелегкою проблемою сьогодення є вибір відповідного методу або програмного забезпечення для підтримки процесів ухвалення рішень. Тому особливої актуальності набувають проведення порівняльного аналізу різних методів і розробка рекомендацій по їх застосуванню.

Взагалі, методи з нечіткою логікою доцільно використовувати для складних процесів, коли немає простої математичної моделі. Ці системи не слід використовувати, якщо потрібний результат можна отримати будь-яким іншим способом, або якщо для об'єкта чи процесу вже знайдена адекватна математична модель, яка легко досліджується.

Методи прийняття рішень на нечітких моделях дозволяють зручно і достатньо об'єктивно проводити оцінку альтернатив по окремих критеріях. На відміну від інших методів додавання нових альтернатив не змінює порядок раніше ранжированих наборів. При оцінці альтернатив по критеріях можлива лінгвістична оцінка на основі точкових оцінок з використанням функції приналежності критеріїв.

Список використаної літератури

1. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике – М.: Финансы и статистика, 2000. – 368 с.
2. Борисов А. Н., Крумберг О. А., Федоров И. П. Принятие решений на основе нечетких моделей. – Рига: Зинатне, 1990. – 184 с.
3. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 408 с.

Автор

Мартинова Олена Вадимівна, доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (elenkavl21@rambler.ru).

Тези доповіді надійшли 13 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 338.24.01

РОЗРАХУНОК СОБІВАРТОСТІ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ НА ПРИКЛАДІ КП «ХАРКІВСЬКІ ТЕПЛОВІ МЕРЕЖІ» З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МОДЕЛЕЙ

Місюра Євгенія Юріївна, к.т.н., доцент, ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця, Харків, Україна

Анотація — Побудовано економетричні моделі (адитивну і мультиплікативну) розрахунку собівартості теплопостачання з використанням статистичних даних КП "Харківські теплові мережі". Оцінено значення параметрів моделі за допомогою методу найменших квадратів. Проаналізовано статистичну значущість коефіцієнтів при відповідних змінних і значення скоригованого коефіцієнта множинної детермінації. Проведено економетричний аналіз побудованих моделей та виявлено найкращу модель.

Ключові слова — Економетрична модель, собівартість, теплопостачання, метод найменших квадратів.

Централізоване теплопостачання України на сучасному етапі розвитку має серйозні недоліки. Одним з найскладніших питань є його тарифікація. Тариф на тепло для населення України майже ідентичний тарифу в Угорщині, але в шість разів нижче, ніж в Японії. Про це повідомляє сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання енергетики і комунальних послуг [1].

Оскільки останнім часом нових методик розрахунку вартості теплопостачання не призводять, а проблема високих тарифів для населення залишається незмінною, то пропонується варіант розрахунку собівартості теплопостачання, використовуючи економетричні моделі, концепції, прийоми.

Виходячи з проведеного аналізу літератури поставлена наступна мета: розробити економіко-математичну модель собівартості централізованого теплопостачання на підставі реальних статистичних даних КП "Харківські теплові мережі" (м. Харків, Україна) і

державної служби статистики України. Для цієї мети вирішено такі завдання: 1) відбір факторів (кількісних показників), які тим або іншим чином впливають на результуючу ознаку - собівартість теплопостачання; 2) специфікація форми моделі на підставі графічного представлення вихідних даних і теоретико-економічного аналізу; 3) оцінка параметрів моделі з урахуванням відібраних факторів і обраної форми моделі; 4) на основі реальних даних проведення розрахунку собівартості теплопостачання для фізичних осіб, які проживають на території м. Харкова.

Показники вихідних даних та їх позначення, що використовуються при проведенні кореляційно-регресійного аналізу для вибірки з 27 областей України наведено на рис. 1, а саме: \diamond – фактор X_1 (витрати на електроенергію), \blacksquare – фактор X_2 (витрати на воду), \blacktriangle – фактор X_3 (інші витрати), \times – фактор X_4 (витрати на оплату праці), ж – фактор X_5 (соціальні відрахування), \bullet – фактор X_6 (амортизація), $+$ – фактор X_7 (інші операційні витрати).

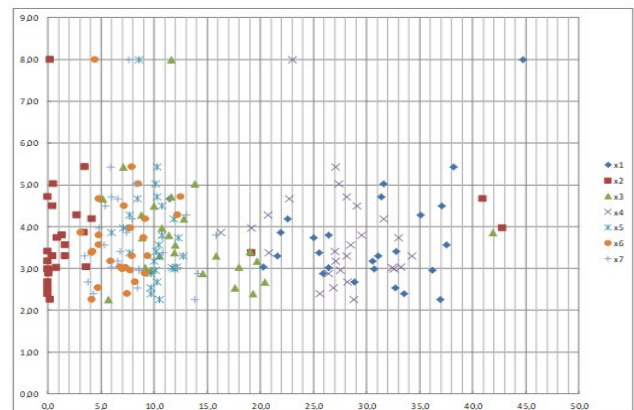


Рис. 1. Вихідні дані для побудови моделей

В результаті проведення кореляційного аналізу отримана матриця коефіцієнтів Пірсона. Гранічне значення значущості коефіцієнта кореляції, що визначає наявність стохастичною зв'язку в даному дослідженні, було вибрано 0,9.

Таким чином, дослідження результатів ранжирування показало, що найбільший вплив на результативну ознаку Y надають такі показники: X_1 , X_4 , X_5 ; середній вплив на результативну ознаку Y надають показники X_2 , X_3 і X_7 ; і найменший вплив надає показник X_6 .

Значення коефіцієнтів парної кореляції показали на досить тісний зв'язок залежної змінної Y з факторними змінними X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , X_7 . У той же час міжфакторний зв'язок $r_{x_4x_5} = 0.9964$ досить тісний і перевищує тісноту зв'язку зі змінної Y , що свідчить про наявність мультиколінеарності. У зв'язку з цим для поліпшення моделі необхідно виключити з її структури даний фактор як малоінформативний і недостатньо статистично надійний.

Виходячи з проведеного теоретичного аналізу побудовано моделі багатфакторної регресії двох видів для подальшого вибору однієї з них, що максимально задовольняє відповідним критеріям якості моделей:

- адитивна модель без урахування кореляційної залежності чинників з результуючою ознакою:

$$Y = 343,434 + 3,51972X_1 + 3,49261X_2 + 3,4523X_3 + 2,80546X_4 + 5,17132X_5 + 3,4899X_6 + 3,43705X_7 \quad (1)$$

- адитивна модель після вибракування незначущих членів моделі:

$$Y = 0,12739 + 0,102815X_1 + 0,0699473X_2 + 0,012562X_3 + 0,0218221X_4 + 0,0848401X_6 \quad (2)$$

- мультиплікативна модель після вибракування незначущих членів моделі:

$$Y = X_1^{2.3} X_2^{1.1} X_3^{1.41} X_4^{2.03} X_6^{0.9} \quad (3)$$

Для кожної з моделей (1) - (3) проведено економетричний аналіз [2], що включає в себе перевірку гіпотез про значущість моделей на підставі коефіцієнта детермінації, F-критерію Фішера, t-критеріїв Стьюдента, перевірку властивостей оцінок найменших квадратів коефіцієнтів множинної регресії, а так само перевірку правильності вибору специфікації моделей. Отримано, що аналіз якості рівнянь (1) - (3) і перевірка адекватності рівняння емпіричним даним підтверджує можливість подальшого використання отриманих моделей.

Для порівняння розглянуто середньозважений тариф на теплову енергію (%/Гкал) для країн Європи, США та Кореї: Ісландія - 21,6%; Україна - 62%; Угорщина - 64%; Болгарія - 73,6%; Польща - 73,8%; Південна Корея - 83,9%; США - 95,3%; Австрія - 96%; Румунія - 100%.

Проведена апробація першої моделі, яка показала, що рівняння регресії можна застосувати для прогнозування можливих очікуваних значень результативної ознаки. На підставі моделі запропоновано нові тарифи на теплопостачання для фізичних осіб Харківської області. Проведено порівняльний аналіз тарифів в зіставленні з тарифами в Європі, США і Кореї.

Список використаної літератури

1. Горожанкин С.А. Тепловая схема источника теплоснабжения с теплонасосной установкой на шахтной воде [Текст] / С.А. Горожанкин, Д.В. Выборнов, С.И. Монах // Вестник АГТУ. – 2013. – №2 (56) – С.15-20.
2. Місюра Є.Ю. Новые подходы к расчету себестоимости централизованного теплоснабжения / Є.Ю. Місюра, К.О. Ковальова // Вестник НТУ "ХПИ", Серія: Механіко-технологічні системи та комплекси. – Харків : НТУ "ХПИ", 2017. – № 16(1238). – С. 40-48.

Автор

Місюра Євгенія Юрївна, доцент, ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця (misuraeu@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 02 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 311:322

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЗА РЕГІОНАМИ УКРАЇНИ

Норік Лариса Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Внукова Катерина Ігорівна, студентка 1 курсу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Проаналізовано дані про капітальні інвестиції за регіонами України у період 2010 – 2019 рр., визначено регіональні диспропорції. За допомогою критерію Стьюдента перевірено гіпотезу про значущість різниці між середніми значеннями капітальних інвестицій за 2010 – 2014 рр. та за 2015 – 2019 рр. Відхилення гіпотези дозволяє обґрунтувати результативність регіональної політики управління капітальними інвестиціями.

Ключові слова — інвестиції, капітальні інвестиції, статистичний аналіз, критерій Стьюдента, регіональна політика.

Активізація інвестиційного процесу є досить потужним шляхом подолання будь-якої економічної кризи. Серед показників, які є двигуном виробництва та фундаментом стабільного економічного розвитку, є показник капітальних інвестицій. Капітальні інвестиції – це важливий макроекономічний показник, за допомогою якого можна проаналізувати рівень забезпечення економічного розвитку як окремого регіону, так і країни в цілому. Такий аналіз дозволяє виконати порівняння з показниками інших регіонів, прийняти ефективні рішення щодо управління регіонами та мінімізувати дисбаланс забезпечення їх розвитку. Створення умов для збалансованого розвитку регіонів України з метою покращення рівня підвищення рівня регіональної конкурентоспроможності та забезпечення соціальних й економічних

стандартів є стратегічною метою реалізації державної політики.

Капітальні інвестиції є об'єктом дослідження багатьох провідних вчених-економістів, роботи яких згадуються в [4-7].

В роботі [4, с. 14] визначено, що сьогодні «процес залучення капітальних інвестицій в економіку України суттєво загальмований впливом політичної та економічної криз останніх років. Унаслідок цього активізувалися інфляційні процеси, знизився інвестиційний потенціал державного бюджету, погіршився фінансовий стан підприємств, зріс відтік банківських депозитів, збільшилась кількість збиткових фінансово-кредитних установ, скоротились обсяги банківського кредитування підприємств, знизилась інвестиційна активність іноземних інвесторів. Чималою мірою вповільнення інвестиційного процесу в Україні зумовлене корупцією органів державної влади, потужним податковим тягарем та недосконалою законодавчою базою, насамперед у сфері захисту прав інвесторів».

Більшість досліджень свідчать про істотні диспропорції у капітальних інвестиціях за регіонами в Україні. Диспропорції у капітальних інвестиціях регіонів виникають внаслідок різної спеціалізації, адже народногосподарський комплекс України, його галузева структура складалися протягом багатьох століть.

Впродовж 2012 – 2014 рр. почалося стрімке зниження інвестиційної активності, яке не тільки призвело до зниження індексу фі-

зичного зростання ВВП, а й негативно вплинуло на модернізацію економіки України [4].

За інформацією [2] у 2019 р. основним джерелом фінансування капітальних інвестицій залишалися власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно 54,8% від загального обсягу. Частка інвестицій, профінансованих з державного бюджету, складала 9,1%, з місцевих бюджетів – 11,3% капітальних інвестицій. Основну частку капітальних інвестицій становили інвестиції у матеріальні активи (98,3%). Зокрема, у житлові будівлі спрямовано 18,3% усіх інвестицій, нежитлові будівлі – 16%, інженерні споруди – 17,2%. На придбання машин, обладнання, інвентарю та транспортних засобів витрачено 42,0% усіх вкладень. У нематеріальні активи направлено 1,7% капітальних інвестицій.

Дослідження змін показників капітальних інвестицій за регіонами дозволяє визначити рівень територіальної диференціації. За даними Державного комітету статистики України [1] можна провести статистичний аналіз показників капітальних інвестицій за 2010 – 2019 рр. (рис. 1).

З наведених даних на рис.1 видно, що у 2015 – 2019 рр. капітальні збільшилися у порівнянні з періодом 2010 – 2014 рр. Найвищий рівень капітальних інвестицій можна визначити у м. Київ тому, що саме тут здійснюється багато торгових, логістичних та інших потоків надання послуг, завдяки чому Київ привертає велику увагу інвесторів. Крім Києва, найбільший рівень капітальних інвестицій у Донецькій, Дніпропетровській, Харківській областях, які характеризуються високим рівнем концентрації промислового виробництва. Також високий рівень капітальних інвестицій у Київській, Полтавській, Одеській та Львівській областях. Ці області завдяки своїм рекреаційно-туристичним, економіко-географічним та природно-ресурсним умовам мають сприятливий клімат інвестування. У західних областях через відсутність великих та потужних виробництв, які потребують значних інвестицій, можна визначити значно менші капітальні інвестиції. Така ситуація відображає сучасний стан моделі регіонального розвитку, яка,

як зазначено в роботі [6, с. 12], «будується на концепції «нового регіоналізму».

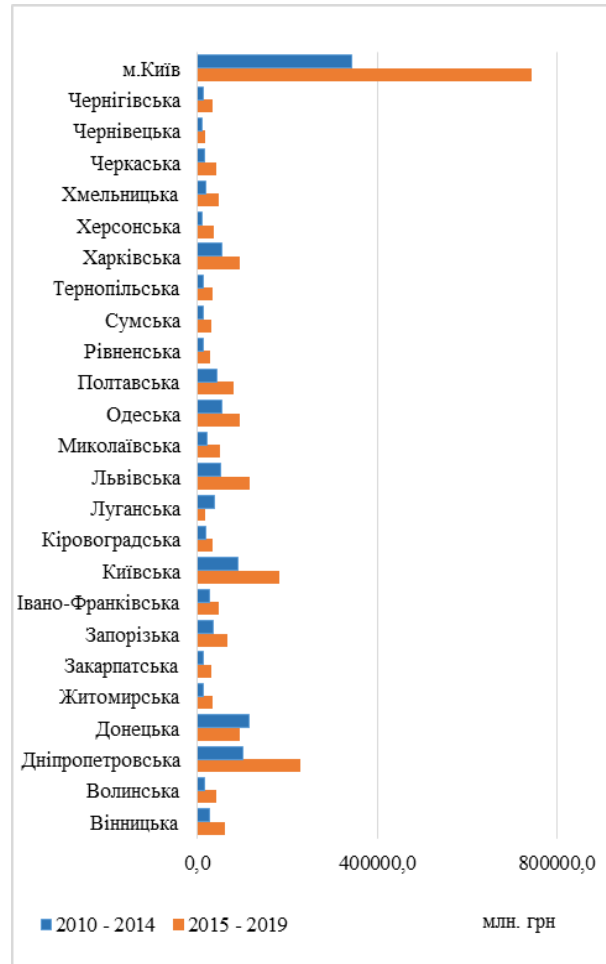


Рис.1. Зміни показника капітальних інвестицій за регіонами

Вибірки за 2010 – 2014 рр. та 2015 – 2019 рр. пропонується розглянути як статистичні вибірки та перевірити їх однорідність. У середовищі MS Excel за допомогою опції Data Analysis обчислено основні числові характеристики досліджуваних вибірок (табл. 1).

За допомогою критерію Стьюдента пропонується перевірити гіпотезу щодо суттєвості різниці середніх значень капітальних інвестицій за 2010 – 2014 рр. та 2015 – 2019 рр. для того, щоб дослідити рівень капітальних інвестицій та виявити ефективність регіональної політики держави у складні періоди.

Таблиця 1
Описова статистика вибірових даних
за 2010 – 2019 рр.

Назва статистичного показника	2010 – 2014 рр.	2015 – 2019 рр.
Середнє (млн. грн)	9315,28	18267,99
Стандартна помилка	1224,32	2740,55
Стандартне відхилення	13688,35	30640,28
Дисперсія вибірки	1,871E+8	9,3882E+8
Екссес	13,6	24,1
Асиметричність	3,6	4,6

Нульовою гіпотезою визначено те, що середні значення за 2010 – 2014 рр. та 2015 – 2019 рр. мають несуттєву різницю, якою можна знехтувати, тобто $H_0 : \bar{x}_1 = \bar{x}_2$. Тоді альтернативною гіпотезою буде те, що вони суттєво різняться, тобто $H_1 : \bar{x}_1 \neq \bar{x}_2$.

Для обчислення величини статистики критерія застосовано процедуру MS Excel [4] – t-Test:Two-Sample Assuming Equal Variances. Отримано, що емпіричне значення критерію $|t| = 2,97$, критичне значення становить $t(0,05;170) = 1,97$. Оскільки емпіричне значення критерію більше ніж критичне, то можна зробити висновок, що капітальні інвестиції за регіонами України в 2015 – 2019 рр. дійсно зазнали суттєвого підвищення порівняно з періодом 2010 – 2014 рр. Отже, нульова гіпотеза має бути відхилена. Таким чином, дані вибірки не можна вважати вибірками однієї генеральної сукупності, тобто реальна політика щодо регулювання капітальних інвестицій у 2015 – 2019 рр. значно змінилася. Дійсно, вибірка 2010 – 2014 рр. характеризує наслідки політико-економічної кризи 2013–2014 рр., яка мала значний вплив на економіку України. Серед основних негативних наслідків можна виділити зменшення виробництва у певних галузях внаслідок зменшення попиту на продукцію на іноземних ринках збуту, прискорення відтоку прямих іноземних інвестицій, що у свою чергу призвело до зменшення показників капітальних інвестицій.

Протягом наступних 2015 – 2019 рр. капітальні інвестиції значно збільшилися. Отже, регіональна політика держави щодо формування інвестиційного клімату у цей період була більш результативною. Залишається питання усунення регіональних диспропорцій, підхід до вирішення якого має бути опрацьований у подальших дослідженнях

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Капітальні інвестиції в Україну у 2019 році склали 584 млрд 448 млн гривень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vezha.net.ua/economy/kapitalni-investiciyi-v-ukrayinu-u-2019-roci-sklali-584-mlrd-448-mln-griven/>
3. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни «Теорія ймовірностей та математична статистика»: навч. посіб. / Е. Ю. Железнякова, І. Л. Лебедева, Л. О. Норік та ін. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 184 с.
4. Майорова Т. В. Капітальні інвестиції: сутність та проблеми реалізації в кризових умовах / Т. В. Майорова, В. В. Крук, Я. В. Шевчук // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 21. – С. 12 – 16.
5. Сергєєва Н. В. Поняття та економічна сутність капітальних інвестицій / Н. В. Сергєєва // Облік і фінанси. – 2019. – № 2. – С. 48-53. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2019_2_8.
6. Снігова О. Ю. Управління структурними змінами в старопромислових регіонах України: монографія. / О. Ю. Снігова. – Київ: КНЕУ, 2020. – 552 с.
7. Ярмолук О.Ф. Організаційно-методичні аспекти обліку капітальних інвестицій / О. Ф. Ярмолук, Р. О. Шишка // Облік і фінанси. – 2019. – №1. – С. 71–82. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2019_1_12.

Автори

Норік Лариса Олексіївна, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (larisa.norik@gmail.com).

Внукова Катерина Ігорівна, студентка 1 курсу, факультет МЕН, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (aquariusunic@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 330.43(075.8)

СИНТЕЗ МЕТОДІВ ДЛЯ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Степанова Катерина Вадимівна, кандидат фізико-математичних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна,

Тижненко Олександр Григорович, кандидат фізико-математичних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Фінансовий стан підприємства є синтетичним поняттям, що відображає всі аспекти фінансової діяльності суб'єкту господарювання. Оцінка фінансового стану будь-якого підприємства проводиться на практиці на евристичному або на економіко-математичному рівні. У роботі пропонується синтез обох методів, що збільшує адекватності оцінки.

Ключові слова — Комплексна оцінка, фінансовий стан

Евристичні методи економічних досліджень становлять собою такі методи аналізу соціально-економічних явищ та прийняття рішень, що базуються на інтуїції, аналогії та власному досвіді дослідника [1, 4]. Суттєвим є той факт, що це є сукупність правил, прийомів, способів, спрощень, що використовує дослідник при розв'язанні певного завдання на основі узагальнення свого власного досвіду. Спеціальні евристичні методи пізнання економічних процесів та явищ спираються на так звані правдоподібні міркування, які на відміну від доказових міркувань ведуться довільно, без жорстких правил і чисельної оцінки досліджуваних процесів [2], тому їх застосування не гарантує отримання найкращого результату, але, як правило, приводить до задовільного рішення, яке надалі може зазнати уточнення іншими методами [5]. Але слід зазначити, що евристичні методи не мають критерію для вибору найкращого рішення і це є основним недоліком евристичного підходу. З іншого боку, евристичні методи можуть бути застосованими в тих випадках, коли економіко-математичні ме-

тоди не працюють. Слід також враховувати той факт, що евристичні методи мають дуже широкий ареал пристосовності до рішення соціально-економічних проблем і цей аспект розкриває суттєві переваги використання евристичного підходу [6].

Сучасні напрямки застосування евристичних методів в економіці і бізнесі зображені на рис. 1, з якого видно, що комплексна оцінка фінансового стану підприємства може бути отримана тільки тими методами, які використовують евристичний підхід для оцінок параметрів економіко-математичних моделей.

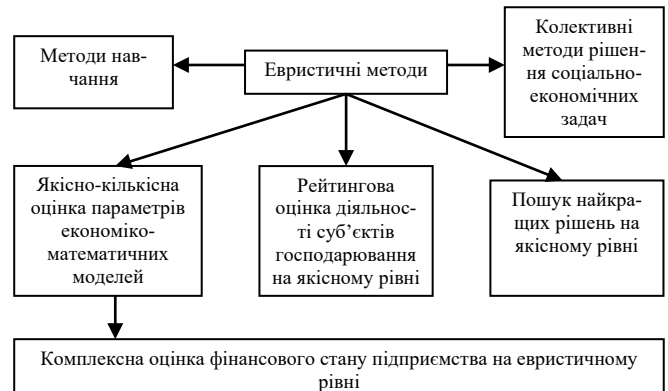


Рис. 1. Сучасні напрямки застосування евристичних методів в економіці і бізнесі з точки зору можливості побудови комплексної оцінки фінансового стану підприємства

Оцінка фінансового стану суб'єкту господарювання на формальному рівні базується на застосуванні економіко-математичних методів, сучасні напрямки котрих зображені на рис. 2. Зрозуміло, що для побудови комплексної оцінки фінансового стану підприємства використовуються економетричні методи

(оскільки комплексна оцінка фінансового стану підприємства повинна враховувати існуючі зв'язки між економічними факторами на детермінованому рівні) в сукупності з методами кореляційно-регресійного зв'язку (які призначені враховувати стохастичні зв'язки між факторами). Об'єднання цих методів дозволяє врахувати випадковий вплив як ендогенних, так і екзогенних факторів на фінансовий стан підприємства і оцінити цей вплив на кількісному рівні. Недоліком економіко-математичних методів порівняно з евристичними методами є необхідність апріорного завдання виду моделі.

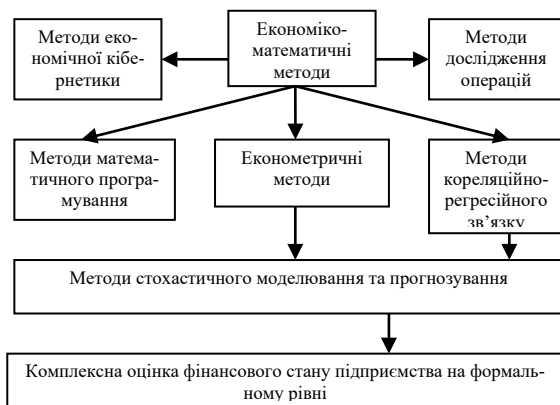


Рис. 2. Сучасні напрямки застосування економіко-математичних методів в економіці і бізнесі з точки зору можливості побудови комплексної оцінки фінансового стану підприємства

В той же час, завдання виду моделі і використання ймовірнісних методів перевірки адекватності моделі дозволяють побудувати кількісну оцінку фінансового стану підприємства та надати точність такої оцінки.

Таким чином, як евристичні, так і економіко-математичні методи дозволяють побудувати комплексну оцінку фінансового стану підприємства на кількісному рівні. Так, евристичні методи враховують набагато більше факторів, які впливають на фінансовий стан, але дають меншу точність. А економіко-математичні методи, які також дозволяють побудувати комплексну оцінку фінансового стану на кількісному рівні і визначити точність такої оцінки, використовують припу-

щення про вид моделі, що привносить певну помилку в кількісне значення оцінки. Об'єднання обох підходів приводить до збільшення адекватності комплексної оцінки фінансового стану підприємства за умовою узгодженості результатів на заданому рівні. Таке об'єднання слід реалізувати в певній синтетичній моделі комплексної оцінки фінансового стану підприємства, яка дозволить використати нові евристичні методи оптимізації [7], а також добре відомі класичні методи економічного моделювання [8].

Список використаної літератури

1. Бобух І. Соціальний потенціал як новітня складова національного багатства / І. Бобух // Економіст. – 2011 – № 4 – С. 68–74.
2. Верба В. О. Корпорації й інтегровані структури: проблеми науки й практики: монографія / В. О. Верба, А. Н. Гребешкова. – Х.: ВД «Інжек», 2007 – 344 с.
3. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: научное издание / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько и др. – Х.: Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.
4. Баканов М. И., М. В. Мельник, А. Д. Шеремет. Теория экономического анализа. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 536 с.
5. Амосов Н. М. Моделирование сложных систем. – Киев: Наукова думка, 1968. – 87 с.
6. Advances in Behavioral Economics / Ed. by Colin F. Camerer, George Loewenstein & Matthew Rabin // Princeton University Press, 2004. – 740 p.
7. Gilli Manfred & Peter Winker. A review of heuristic optimization methods in econometrics. / Swiss Finance Institute Research Paper, 2008, Series No. 08-12. – 47 p. <http://papers.ssrn.com/sol3/results.cfm>
8. Мур Джеффри, Ларри Р. Уэдерфорд. Экономическое моделирование в Microsoft Excel 2003. – М: Вильямс, 2004. – 1019 с.

Автори

Степанова Катерина Вадимівна, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (stepanova.katerina@hneu.net).

Тижненко Олександр Григорович, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (oleksandr.tyzhnenko@m.hneu.edu.ua).

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції.

JEL C22; J24; J62

INTELLECTUAL MIGRATION AS ONE OF THE FACTORS DETERMINING THE STATE OF THE "HUMAN POTENTIAL" SYSTEM: UKRAINIAN REALITIES

Lebedev S.S.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

Abstract — The paper examines the changes in the quality of human potential in Ukraine that have been taking place over the past ten years under the influence of intellectual migration. The analysis of the structure of migration flows and their direction is carried out. A cognitive model has been built to predict the impact of the processes under consideration on the level of economic development of Ukraine.

Key Terms — Knowledge economy, cognitive analysis, intellectual migration, structure of migration flows, proactivity.

The modern stage of development of society is determined as the post-industrial society or information society. An increasing importance in the development of the economy is played not so much by labor resources in their quantitative terms as by intellectual resources, i.e. the quality of these resources. In this sense, the modern economy is defined as a knowledge economy. Accordingly, a country that is focused on building its economy as the basis of a strong independent state should first of all care about the development of human potential. It is the realization of the human potential of individuals in the form of the human capital of an enterprise that makes it possible to create the greatest possible surplus value.

The formation of human potential as a complex characteristic of the state of the country as a whole is a complex multi-level process that depends on a large number of factors. This is confirmed by the following. The main indicators in determining the Human Development Index, data for which are published annually by the

United Nations, are life expectancy, literacy level (average number of years spent on education) and expected duration of schooling, as well as the standard of living, which is estimated through the gross national income per capita at purchasing power parity in US dollars. In turn, these indicators depend on the level of development of the country's economy at the previous stages. Thus, the formation of the human potential of the country as a whole should be viewed as a dynamic process taking place in a complex system with positive feedback. This type of feedback leads to the fact that the change in the output signal of the system is accompanied by such a change in the input signal, which contributes to the further deviation of the system from the initial state.

The purpose of this article is to study the impact of intellectual migration on the general level of human potential in Ukraine and on the trends of its change.

In economic science, there are two approaches to considering the category of "human potential". At the level of an individual, this concept involves the assessment of a person's personal qualities in connection with their influence on the results of his activity. At the state level, human potential determines the country's development opportunities, its competitiveness in the world market. Potential is not just the amount of resources, but also the possibility of the development of the system in a given direction contained in them. This division is based on two fundamentally different approaches to the interpretation of human potential, namely, resource and consumer. According to the United Nations Development Programme (UNDP), economic growth is seen as a means of human develop-

ment rather than an end goal. Whereas the resource approach, on the contrary, considers the human potential of the country as a means of its economic development.

The key concepts that determine the innovative component of the "Human potential" system at the state level can be represented in the form of a cognitive map (Fig. 1).

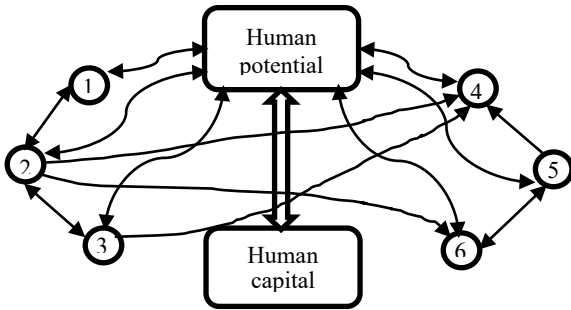


Fig. 1. The key concepts of the "Human potential" system as implementation of the resource approach:

1. general education; 2. professional education; 3. skills; 4. work migration; 5. proactivity; 6. creativity

As can be seen from Fig. 1, in addition to traditional concepts such as general education, vocational education, skills, in the concept map of the "Human potential" system we included such qualities of the human psyche as proactivity, creativity, as well as such a factor as labor migration. It is the proactive and creative part of the population that tends not to succumb to circumstances, but to look for radical ways out of the crisis [1]. This applies both to the development of business within their own country, which contributes to the development of the economy of this country, and outside the country. It also contributes to economic development, but another country.

Conversely, the economic factor was excluded from consideration, since This scheme provides for a certain cut of the state of the system at a fixed state of the economy, that is, it characterizes the state of the system at known values of economic indicators.

Let's consider the concept map of the "Human Potential" system as a directed graph,

$$G = \langle V, E \rangle, \quad (1)$$

where V is a set of graph vertices, $v \in V$; E is a set of elements, each of which $e \in E$ is an ordered pair (v_i, v_j) of elements of the set V which are named directed edges or arrows.

Let each vertex v_i ($i = \overline{1, n}$) takes on a value $u_i(t)$ at every discrete moment in time t . We assume that the value $u_i(t+1)$ is determined by the value $u_i(t)$ and information about how at the moment of time t the values changed in other vertices v_j , which are adjacent to the vertex v_i ($i \neq j$). This change is quantified by a number $p_j(t)$ and the decrease or increase in the value of the vertex v_i is determined by the sign of the arrow (v_j, v_i) :

$$\text{sgn}(v_j, v_i) = \begin{cases} +1, & \text{if the arrow } (v_j, v_i) \text{ is positive;} \\ 0, & \text{if the arrow } (v_j, v_i) \text{ is absent;} \\ -1, & \text{if the arrow } (v_j, v_i) \text{ is absent.} \end{cases} \quad (2)$$

Since the investigated system "Human potential" is open, it is also necessary to take into account the possibility of external influence $p_j^0(t)$ on the vertex v_j at a moment in time t .

Using the general approach proposed to the description of discrete states of complex systems [6], to characterize trends in the change of states of the "Human potential" system, the following formula may be applied:

$$u_i(t+1) = u_i(t) + p_i^0(t+1) + \sum_{j=1}^n \text{sgn}(v_j, v_i) \cdot p_j(t). \quad (3)$$

As noted above, shown in Fig. 1 cognitive map is some cross section of a spatial figure, the constant values for which in this case are economic indicators. Since we are interested in trends in the change of human potential in Ukraine, we will consider this cross section taking into account the current realities of Ukraine.

At the end of the 20th and beginning of the 21st centuries, the first complex indices appeared, which make it possible to assess the

success of both individual countries and entire regions in their movement towards the knowledge economy. Among them are Human Development Index (HDI), Knowledge Economy Index (KEI) of the World Bank, Global Innovation Index (GII) and others. And these indexes are constantly being improved. For example, the Consumer Technology Association has expanded the innovation index by adding new categories for assessment. Here are the values of these indicators for Ukraine in comparison with other countries considered in the rankings. Thus according to the level of HDI [3] in 2020 Norway had 0.957 (1st place among 189 countries), Germany 0.947 (6th), Slovenia 0.917 (22nd), Czech Republic 0.900 (27th), Poland 0.880 (35th), Russia 0.824 (52nd), Belarus 0.823 (53rd), Ukraine 0.779 (74th). According to the KEI [2] as of 2012, there was such a relationship between countries. Sweden has 9.43 (there is 1st place among 145 countries), Germany 8.90 (8th), Czech Republic 8.14 (25th), Slovenia 8.01 (28th), Poland 7.41 (38th), Russia 5.78 (54th), Ukraine 5.73 (55th), Belarus 5.59 (58th).

We have provided objective indicators. It is also interesting to give an example of how the Ukrainians feel. As an indicator of this, we can consider the Happiness Index, which is based on the results of the Gallup World survey, which is unique in scale. For the data of 2020, among 156 countries of the world, Finns read themselves as the happiest [5]. According to the rating, the following indicators were obtained: Finland 7.809 (1st place), Germany 7.076 (17th), Czech Republic 6.911 (19th), Slovenia 6.363 (33rd), Poland 6.186 (43rd), Russia 5.546 (73rd), Belarus 5.540 (75th), Ukraine 4.561 (123rd).

In this regard, it becomes clear why the outflow of labor force abroad has been increasing in Ukraine in recent years [4]. There are some differences in the number of migrants according to the Ukrainian Labor Force Survey and partner countries, although the general trends are the same. Thus, the statistics of the survey results in 2012 and 2017 show that the number of migrants from Ukraine to the EU increased from 1.6 million to 2 million per year, i.e. by 25%. According to the Economic Statistics

Center, it will be even higher, as many people are abroad for temporary or seasonal work. The migration vector has also changed. If in 2012 the main migration flow was directed to Russia, now it has decreased by a third. At the same time, the number of labor migrants to Poland has almost tripled. However, this did not significantly affect the quality indicators. Among seasonal workers, as well as among women migrants, the vast majority are unskilled workers, who find work in agriculture, construction or caring for the elderly. Whereas workers with vocational training (34% of the total number of migrants) and with higher education (33% of the total number) leave for a long time. At the same time, young people under the age of 35 make up 41-47% of the total number of migrants.

It is intellectual migration that leads to a significant decrease in the country's human potential, not only in the present, but also in the future.

References

1. Кові С.Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей / С. Р. Кові; пер. з англ. О. Любенко. – Харків : Книжковий Клуб “Клуб Сімейного Дозвілля”, 2012. – 384 с.
2. Knowledge economy index [Electronic resource] – Access mode: <https://knoema.com/atlas/topics/World-Rankings/World-Rankings/Knowledge-economy-index>
3. Latest Human Development Index Ranking [Electronic resource] – Access mode: <http://hdr.undp.org/en/content/latest-human-development-index-ranking>
4. "Останній вимкне світло": Якими є реальні масштаби трудової міграції з України до ЄС. [Electronic resource] – Access mode: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/02/11/656895/>
5. Рейтинг стран мира по уровню счастья по версии Организации Объединенных Наций [Electronic resource] – Access mode: <https://gtmarket.ru/ratings/world-happiness-report>
6. Робертс Ф. С. Дискретные математические модели с приложениями к социальным, биологическим и социологическим задачам. / Ф. С. Робертс ; пер. с англ. А. М. Раппопорта, С. И. Травкина. Под ред. А. И. Теймана. – Москва : Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит. , 1986. – 496 с.

Authors

Lebedev Stepan Sergovich, Senior Lecturer of the Department of Higher Mathematics and Economic and Mathematical Methods, S. Kuznets KNUE (stepan.lebedev@hneu.net).

Manuscript received March, 14, 2021.

Published as submitted by the author

JEL – G17

МОДЕЛЬ ФІНАНСОВОЇ ПІРАМІДИ

Гулько Ольга Володимирівна, ХНЕУ ім. С. М. Семена Кузнеця/кафедра ВМ й ЕММ, Харків, Україна

Анотація – Розглянута математична модель фінансової піраміди з позицій дискретного аналізу динамічних систем. Наданий зв'язок між традиційною фінансовою моделлю та класичним дискретним логістичним відображенням. Досліджені усі можливі типи еволюції процесу такі, як періодичні траєкторії, біфуркації подвоєння періоду та хаос.

Ключові слова – фінансова піраміда, швидкість обігу грошей, логістичне відображення, біфуркація, хаос.

Така модель може наслідувати дві цілі: перша дає опис динаміки окремої фінансової схеми, а друга демонструє вплив фінансової піраміди на фінансову ситуацію у цілому.

Проблема ускладнюється тим, фінансовий «пузир» є явищем взагалі нестационарним. Він з'являється, розвивається, зникає (лопається) та знову з'являється. Тому при розгляді цієї схеми у макромасштабі важливо знати узагальнені характеристики вищезначених «пузирів». [4]

Розглянемо базову модель окремого «пузира» на прикладі побудови та краху фінансової піраміди.

Нехай існує обмежена кількість людей, які мають у сумі грошову масу M та готових вкласти цей фінансовий ресурс у піраміду заради отримання у майбутньому великих відсотків. Гроші, які вже вкладені у піраміду позначимо m . Нові вкладники заохочуються у цю фінансову програму не раптом, а тільки після того, як першим вкладникам обіцяні відсотки дійсно виплачені та інформація про цей факт вже встигла розповсюдитися. Тому процес залучення нових агентів йде нерівномірно, а хвилями. Найбільші притоки вкладників відбудуться у дис-

кретні моменти часу: t_1, t_2, \dots, t_n по мірі зростання величини m . Звідси випливає, що найпростіша базова модель повинна бути дискретною, тобто формуватися у вигляді дискретного відображення за допомогою різницевого або рекурентного рівняння.

Приріст грошової маси за рахунок залучення нових вкладників є пропорційним кількості вже залучених людей i , відповідно, вже отриманому ресурсу m . Крім цього,

$$m_{n+1} = \beta(M - m_n) \cdot m_n - \alpha \cdot m_n \quad (1)$$

Тут індекс n є нумератором дискретних моментів часу, α – відсоток по вкладу за інтервал між послідовними моментами часу, α – параметр, який відповідає за швидкість залучення фінансових ресурсів. Якщо вести нову змінну

$$y_n = \frac{\beta}{\beta M - \alpha} \cdot m_n,$$

то отримуємо іншу форму рекурентного рівняння (1):

$$y_{n+1} = \lambda \cdot y_n \cdot (1 - y_n), \quad (2)$$

де $\lambda = \beta \cdot M - \alpha$.

Рівняння (2) є добре відомим логістичним відображенням [1] з найбільш цікавими властивостями, якщо безвимірний параметр λ знаходиться у інтервалі:

$$0 < \lambda \leq 4.$$

Якщо $0 < \lambda \leq 1$, то існує тільки один стан

рівноваги $Y_1^* = 0$, який є стійким. Обмеження на параметри моделі (1) мають вигляд:

$$\alpha < \beta M \leq 1 + \alpha.$$

При зростанні параметру λ від 1 до 3 тривіальний рівноважний стан

$$Y_1^* = 0$$

втрачає стійкість, а інша точка

$$Y_2^* = \frac{\lambda}{\lambda - 1},$$

навпаки, є стійкою. Це відбудеться, якщо

$$\alpha + 1 < \beta M \leq \alpha + 3.$$

У випадку, коли має місце нерівність

$$3 < \lambda \leq 3.569... \quad \text{або} \\ \alpha + 3 < \beta M \leq \alpha + 3,569$$

навколо іншого рівноважного стану утворюються цикли періоду 2,4,8,..., має місце так звана «біфуркація подвоєння періоду». Якщо $3,569 < \lambda \leq 4$, то мають місце цикли довільного періоду n настає хаотичний режим.[2,3]

$$\text{При } \lambda = 4 \text{ або } \beta M = \alpha + 4$$

існує аналітичний розв'язок рекурентного рівняння (2):

$$y_n = \sin^2(2^n \cdot \arcsin \sqrt{y_0}),$$

Вищенаданий теоретичний аналіз властивостей рівнянь (1),(2) наявним чином демонструє складну динаміку поведінку модельного механізму фінансової піраміди. Але у дійсності β (і, в свою чергу, λ) не є завжди сталим та може залежити від часової змінної. Спочатку швидкість залучення β мала настільки, що

$\beta M < \alpha$ і піраміда має деякий час збитки. Потім ця швидкість зростає так, що у максимумі розквіту піраміди

$$\beta M > \alpha + 3,569...$$

При цьому усі параметри суттєво флюктуують. По мірі вичерпування грошей m , швидкість залучення спадає, і коли $\beta M < \alpha + 1$, виникає банкрутство піраміди – «пузир» лопається. У виграшному стані опиняються люди, які першими зробили свої внески та встигли вчасно їх забрати. Більша частина вкладників залишаються у програші, тому що засновники та організатори піраміди у момент краху нездатні виконати свої фінансові зобов'язання. Але, вони можуть отримати свою вигоду, якщо вкладники погоджуються на дисконтування боргових зобов'язань. Крім того, існують і інші засоби уникнути боргів та залишитися у виграші. У розрахунку на це і будується піраміди.

Після краху чергової піраміди гроші M повертаються у реальний сектор, але на місці попереднього з'являється новий «пузир». Цей сценарій нагадує «переміщуючий шар» та грає цю роль у динаміці світової фінансової системи. Важливо відмітити, що флюктуації базових параметрів порушують регулярність досліджуваних процесів. У фазовому просторі цей стан є хаотичною областю типу «дивного ат трактору». У економіці це проявляється у вигляді хаотичної поведінки фондового ринку.

Література

1. Бобровски Д. Введение в теорию динамических систем с дискретным временем / Бобровски Д. – М: 2006. – 284 с.
2. Воронин А.В. Гунько О.В. Хаос на рынке труда ..Инфраструктура рынка. – Вып.6. – 2017, с.254-257.
3. Магницкий Н.А., Сидоров С.В. Новые методы хаотической динамики. – М. : Едитория УРСС. 2004.— 320 с.
4. Чернавский Д.С. Синергетика и информация. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 288 с.

Authors

Гунько Ольга Володимирівна, Olna-Hunko@hneu.net, ХНЕУ ім. Семена Кузнеця.

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції.

JEL Classification: C52

THE OPTIMAL RIDGE METHOD AND THE MODIFIED OLS

Alexander G. Tyzhnenko

Simon Kuznets National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

Abstract – This article discusses the applicability of the two main methods for solving the linear regression problem in the presence of multicollinearity, namely the OLS, and the ridge method, by comparison with the solutions of the Modified OLS (MOLS) method.

Key Terms – multicollinearity, economic correctness, economic adequacy, modified Cramer's rule, modified OLS, optimal ridge regression.

This article discusses the applicability of the two main methods for solving the linear regression (LR) problem in the presence of multicollinearity, namely the OLS, and the ridge method, by comparison with the solutions of the Modified OLS (MOLS) method [1, 2], which, like the ridge one, provides a stable solution at any level of data collinearity. The comparison has been carried out by the Monte Carlo method using the MOLS [1, 2], which generates the linear data samples of any size.

The MOLS using permits us to investigate the regularization problem of the equation. It has been revealed that there are possible two regularization versions: MOLS version, which has been proposed and investigated in [1, 2], and OLS version, which is commonly used in the literature and practical implementations.

The investigations provided reveal that in the OLS version, the ridge method has approximately

constant optimal regularizer ($\lambda \approx 0.1$) for any sample size and collinearity level. The MOLS method also has in this version approximately constant optimal regularizer, but it is significantly smaller in value ($\lambda \approx 0.001$). At the same time, in the commonly used version of the ridge method we are needed in the optimal regularizer $\lambda \approx 0.1 \text{Er} - 1\text{F}$, which depends on the sample size n and is not a constant.

We have been shown in the paper that the MOLS version, which is used as a rule in practice along with the ridge method, when using the optimal ridge parameter $\lambda = 0.1 \text{Er} - 1\text{F}$ gives strictly the same solution as gives the OLS version with optimal regularizer $\lambda = 0.1$ [1, 2]. This issue permits one to use the ridge method's codes in all known statistical software by setting the regularization parameter $\lambda = 0.1 \text{Er} - 1\text{F}$ without any tuning process regardless of the sample size and the collinearity level.

We also show that such an optimal ridge(0.1) solution is close to the population solution but has, at the same time, some problems. The fact that the ridge(0.1) method gives a bias is known, but this bias, as has been shown in the paper, is economically insignificant. The more important drawback revealed is the smoothing of the population solution: the ridge method significantly reduces the difference between the population regression coefficients. So, the ridge(0.1) method can give an

economically correct (with correct signs) but to a certain extent inadequate solution.

The inadequacy of the *ridge*(0.1) method is manifested the more, the greater the difference between the regression coefficients in the population. This disadvantage is practically not possessed by the MOLS, due to the fact that for it the regularization constant is of much less value (0.001 versus 0.1). Because of that, the MOLS method practically little suffers from both the bias and smoothing of its solutions.

From a practical point of view, both methods, the *ridge*(0.1) and MOLS, give close stable solutions to the LR problem for any sample size and collinearity level that approach the population solutions with increasing in sample size. The paper also shows that for small samples less than 40, it is preferable to use the *ridge*(0.1) method, as it is more stable. For medium and large samples, it is preferable to use the MOLS, as it is more accurate with an approximately same stability.

It should be recalled that in practice, researchers continue to use only the OLS to solve the LR problems, regardless of the value of the VIF factor. The OLS solutions obtained are checked in their investigations only for economic correctness (the correctness of the regression coefficients signs only). If the OLS solution is not correct, it is simply discarded. Because of that, a lot of valuable information is lost. As the authors found out in previous works [1, 2], in reality the situation may be much worse. The point is that economically correct solutions can be inadequate to the solutions in the population. An approximate OLS solution may be economically correct, but be quite far from the true solution. In the absence of a check for adequacy, the researcher can then obtain a solution with correct signs, but not corresponding to either the absolute or relative

values of the regression coefficients in the population.

Thus, to date, the situation with the solution of the LR problem is such that any OLS solution with correct signs is used as the valid approximation of the true solution. This situation gives rise to the two problems: 1) data that can be used correctly may be discarded; 2) the obtained economically correct OLS solution is taken as the true solution, although it may be far enough from the solution in the population. This situation continues for many decades, despite the fact that in 1970 a powerful method was proposed for the approximate solution of the LR problems under the near-collinearity, namely the ridge method [12].

The practical application of this method turned out to be limited by the fact that its solutions were depended significantly on the value of the regularization constant. The search for the optimal regularization constant were been begun, which continues to this day without noticeable success.

The investigations carried out in this work have shown that in the commonly used formulation of the regularization problem for the OLS equation, the optimal value of the regularization parameter is not constant. It turned out that the optimal value of the regularization parameter is proportional to the sample size. It was also found that the formulation of the OLS equation regularization method is of fundamental importance. Therefore, the paper considers two formulations of the OLS equation regularization: the COV version (used the covariance matrix) and the ST version (the standard formulation, which is usually used in practice and theory up to date).

It is shown in the work that an approximately constant value of the optimal regularization parameter is observed only in the COV version of the ridge method and has a value of

about 0.1. The approximate optimal value of the regularization parameter of the OLS equation in the ST-version is the value of $0.1(n-1)$, where n is the sample size. Herewith, a ridge solution in the COV version with the regularization parameter of 0.1, exactly coincide with the appropriate solution in the ST version with the parameter $0.1(n-1)$ for any sample size and a collinearity level.

Summarizing the above, we note that the comparison of the widely known *ridge*(0.1) method with the new MOLS(0.001) method [1, 2] allows us to assert that the problem of solving the linear regression problem in the presence of a near-collinearity has been practically solved in this paper.

The basis for this statement is that both methods, *ridge*(0.1) and MOLS, mathematically correctly solve the same regularized OLS equation, but with different regularization constants, 0.1 and 0.001, and give stable and close solutions for any degree of data collinearity for any sample sizes.

With these, the following features of the LR solution were clarified. With an increase in the sample size, both solutions quickly stabilize and approach the solution in the population, anyway when such a solution is known due to data modeling. Since the regularization constants of these two methods are significantly different, their solutions have some differences: the *ridge*(0.1) solutions are more stable, but they differ more from the solution in the population. The *ridge*(0.1) solutions are smoother than the solutions of the MOLS. The more the solutions (the regression coefficients) differ from each other in the population, the smoother is the *ridge*(0.1) solution.

It should be noted, however, that the difference between the *ridge*(0.1) and MOLS solutions does not significantly affect the economic inferences as to our mind. In general, both methods can be used in economic research, but one

has kept in mind that the *ridge*(0.1) method is preferable for very small samples in terms of stability. For medium and large samples, the MOLS(0.001) is preferable due to its higher accuracy with practically equally acceptable stability.

As for the practical use of the *ridge* method, we note that, as shown in the article, it is applicable only in the COV-version of the *ridge* method with a constant regularizer equal to 0.1. In the standard version of the *ridge* method, which is usually used in packages, the regularizer depends on the sample size. Therefore, before using the ridge method code, it is necessary to check which version is used. The easiest way is to solve the LR problem for the well-known Longley data with the regularizer 0.1 and check the solution against the one given in this article (Table 5). If the solutions do not meet, one should replace the regularizer with $0.1(n-1)$.

References

1. Tyzhnenko A. G. A new stable solution to the linear regression problem under multicollinearity / A. G. Tyzhnenko // *Economics of Development*. – 2018. – 2(86). – P. 89-99. Available also at http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/ee182_86/e182tyz.pdf.
2. Tyzhnenko A. G. Ordinary List Squares: The Adequacy of Linear Regression Solutions under Multicollinearity and without it / A. G. Tyzhnenko, Y.V. Ryznik // *The Problems of Economy*. – 2019. – 1(39). – P. 217-227. Available also at <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-1-217-227>.
3. Hoerl, A. E. *Ridge* regression: Biased estimation for nonorthogonal problems / A. E. Hoerl, R. W. Kennard // *Technometrics*. – 1970. – 12(1). – P. 55–67.
4. Marquardt D.V. *Generalized Inverses, Ridge Regression, Biased Linear Estimation, and Non-*

linear Estimation / D.V. Marquardt // *Technometrics*. – 1970. – 12. – P. 591-612.

Author

Alexander G. Tyzhnenko – PhD in Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor of the Department of Higher Mathematics and Economic and Mathematical Methods of SimonKuznetsKharkiv National University of Economics.

(oleksandr.tyzhnenko@m.hneu.edu.ua).

Manuscript received 10 February 2021.

Published assubmitted by the author.

УДК 313.42

ВИБІР МЕТОДІВ ОЦІНКИ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Л.М. Малярець¹, Д.В. Фатьянов²

¹ Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, кафедра вищої математики й економіко-математичних методів, Харків, Україна

² Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, кафедра вищої математики й економіко-математичних методів, Харків, Україна

Анотація — Розглядаються методи оцінки структурних змін об'єкту в економіці. На основі аналізу змісту цих методів сформувано рекомендації їх застосувань для оцінки структурних змін експортно-імпортного потенціалу підприємства.

Ключові слова — структурні зміни об'єкту в економіці, структурні зрушення, структурні відмінності, експортно-імпортний потенціал, математичні методи оцінки.

Розвиток експортно-імпортного потенціалу відбувається екстенсивно та інтенсивно. Екстенсивний розвиток експортно-імпортного потенціалу передбачає кількісне зростання елементів структури без змінення частки їх, а інтенсивний розвиток потенціалу маємо, коли відбуваються і структурні змінення, і кількісне зростання елементів. Завдання структурних змінень відносяться до стратегічних завдань управління експортно-імпортним потенціалом підприємства. Слід відмітити, що є лише два основних способи управління структурою експортно-імпортного потенціалу, а саме: створення нових його елементів, а відповідно, і зміняться пропорції, співвідношення між структурними елементами; зміни співвідношень між наявними структурними елементами.

В оцінці структурних змін доцільно враховувати динаміку структурних зрушень і структурних відмінностей. З огляду на те, що структурні зрушення - це зміна структури в часі, а структурні відмінності - це відмінність між складовими в конкретний момент часу, в управлінні експортно-імпортним потенціалом слід розглядати і оцінювати його стан, і

рух як системи з її матеріальною формою. Отже, для оцінки структурних змін у розвитку експортно-імпортного потенціалу необхідно використовувати спеціальний комплекс математичних методів, що враховують і структурні зрушення, і структурні відмінності. Такі методи існують, а їх комплекс дозволить внести більше ясності в дослідження даної проблеми.

Для порівняння структур двох спостережень (в часі і в просторі) використовують абсолютні та відносні показники. Абсолютні прирости показують швидкість зміни питомої ваги, а відносні прирости (темпи зростання) - інтенсивність їх зміни. Ці показники не пропорційні, характеризують різні сторони досліджуваної структури і тому повинні використовуватися сумісно. Для оцінки особливостей зміни структури в часі $t = 1, 2, \dots, N$ використовуються такі динамічні коефіцієнти: а) коефіцієнт $S(t)$, що вимірює структурне зрушення за весь період з нульового спостереження до моменту t ; б) коефіцієнт $P(t)$, що вимірює зміну структури за два сусідніх періоди спостережень; в) коефіцієнт монотонності $M(t)$, що показує чи зберегли структурні зрушення існуючі тенденції зміни елементів структури, чи порушили їх.

Аналітичні оцінки рівня зв'язку між структурними елементами передбачають обчислення статистики χ^2 , коефіцієнт спряженості, коефіцієнти Крамера, Стюарта, Кенделла і Спірмана та інші [1].

Для визначення оцінки динаміки структурних змін експортно-імпортного потенціалу слід аналізувати динамічні ряди показників,

що відображають його елементний стан та обґрунтувати еталонне співвідношення порядків темпів їх змін. Порівнюючи два рангових упорядкування – фактичне та еталонне можна отримати узгодженість в динаміці розвитку експортно-імпортного потенціалу. Інтегральний коефіцієнт обчислюється на основі коефіцієнтів рангової кореляції Спірмена та Кенделла. Коефіцієнт рангової кореляції Спірмена будується на відхиленнях або різницях рангів, а коефіцієнт Кенделла – на інверсіях рангів. Вважається, що оцінка побудована на відхиленнях, характеризує об'ємну сторону руху, а оцінка побудована на інверсіях відображає структурну динаміку [2, 3].

Рекомендується така логіка етапів обчислення інтегрального показника структурної динаміки експортно-імпортного потенціалу: 1) обґрунтування динамічного структурного еталону; 2) формування початкових даних, а саме матриці $X = (x_{ij})_{m \times n}$, де x_{ij} – значення i -го показника в j -й період часу, m – кількість показників, що відображають структуру експортно-імпортного потенціалу, n – кількість періодів, протягом яких здійснюється аналіз; 3) обчислення базисних темпів змін значень показників в системі: $Q = (q_{ij})_{m \times (n-1)}$; 4) встановлення рангів показників в кожний період часу за величиною темпів змін значень показників в системі $P = (p_{ij})_{m \times (n-1)}$, де p_{ij} – ранг показника; 5) обчислення парних рангових коефіцієнтів кореляції Спірмена $r_{c j} (r_{c j} = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N d_{ij}}{m(m^2 - 1)}$, де $d_{ij} = p_{ij} - e_i$) та Кенделла $r_{\tau j} (r_{\tau j} = 1 - \frac{4 \sum_{i=1}^N s_{ij}}{m(m-1)})$, де s_{ij} – число інверсій для i -го показника реального стану системи показників з її динамічним структурним еталонном; 6) обчислення структурного показника експортно-імпортного потенціалу за формулою:

$$I_{s j} = \frac{(1 + r_{c j})(1 + r_{\tau j})}{4}.$$

Значення показника динаміки структури експортно-імпортного потенціалу належить інтервалу $[0, 1]$ та інтерпретується так: чим ближче обчислене значення показника до 1, тим більше структура експортно-імпортного потенціалу в j -й період часу відповідає еталону, а отже забезпечується більший рівень ефективності його використання. 7) визначення узгодженості темпів змін показників експортно-імпортного потенціалу за допомогою коефіцієнта конкордації за формулою:

$W = \frac{12 \cdot S}{n^2(m^3 - m)}$, де $S = \sum_{i=1}^m \left(\sum_{j=1}^n p_{ij} - n \cdot \frac{m+1}{2} \right)$ [2, 3].

Обґрунтування динамічного структурного еталону стану експортно-імпортного потенціалу є важливим етапом, від якого залежать всі інші етапи.

Отже, застосування розглянутого комплексу математичних методів оцінки структурних змін дозволяє визначити та системно проаналізувати структуру експортно-імпортного потенціалу підприємства, що входить до інформаційного забезпечення ефективності його використання.

Отже, застосування розглянутого комплексу математичних методів оцінки структурних змін дозволяє визначити та системно проаналізувати структуру експортно-імпортного потенціалу підприємства, що входить до інформаційного забезпечення ефективності його використання.

Література

1. Малярець Л.М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці. Наукове видання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. - 384 с.
2. Malyarets L., Barannik I., Sabadash L., Grynko P. Modeling the Economic Sustainability of the Macro system (for example Ukraine). Montenegrin Journal of Economics. 2019. Vol. 14, No. 3. P. 23-35.
3. Сыроежин И.М. Планомерность. Планирование. План: (Теоретические очерки) / Науч. ред. Е.З. Майминас. М.: Экономика, 1986. 248 с.

Автори

Малярець Людмила Михайлівна, завідувач кафедри вищої математики і ЕММ ХНЕУ ім. С. Кузнеця, (kafmath@hneu.edu.ua)

Фат'янов Дініл Володимирович, аспірант ХНЕУ ім. С. Кузнеця, (mister.1.1.1.d.1.1@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

ELASTICITY THEORY AND ITS PRACTICAL APPLICATION

Anna Klymenko¹, Nevzorova Olga² and Tatiana Sigaeva³¹ 2nd year student, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine² 2nd year student, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine³ PhD in Economic sciences, Assoc. Prof of the Department of Management, Logistics and Economics
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

Annotation - This article presents a practical application of elasticity theory. It identifies a mechanism for ensuring growth in a company's revenue and substantiates the impact of demand elasticity on it using examples. This paper examines demand and supply curves and the direction of their change. Elasticity is one of the most important categories of economic science. and is the percentage change in one variable in response to a percentage change in another variable. The concept of elasticity allows us to find out how an enterprise adapts to changes in the market and its factors.

Key Terms — application to real problems, elasticity, elasticity theory, market, supply and demand.

With a development of market economic relations and healthy competition for enterprises there is a growing need to analyze the market situation in which it operates in order to optimize production and its individual indicators. This will allow the company to increase competitiveness and continue profitable activities. The theory of elasticity occupies one of the leading places in this analysis.

The elasticity of demand shows the ability of its size to change as a result of the dynamics of the various factors, which in his quality impact. In other words, it is the principle of determining the dependence value consumer demand of

market mechanisms such as price, interest rate, etc.

Market demand and supply (their values) respond to changes in market prices - they are sensitive to price changes. The reaction of supply and demand in response to price changes is reflected by the laws of supply and demand. But these laws give an idea of the change in supply and demand only at a qualitative level. In practice, in response to a change in factors, supply or demand may show varying degrees of response to this change - sometimes the market reaction is one-time and abrupt, sometimes (under other conditions) there is a slow market response to such a change (" elastic effect " or " effect ").

Let's formalize the concept of elasticity. Let f be a valid function of n variables. The elasticity of f the variable x_i at point $x^{(0)} = (x_1^{(0)}, \dots, x_n^{(0)})$ name an is are ratio,

$$E_f^{x_i} = \frac{\partial \ln f(x^{(0)})}{\partial \ln x_i |_{x_i=x_i^{(0)}}} = \frac{\partial f(x^{(0)})}{\partial x_i} * \frac{x_i^{(0)}}{f(x^{(0)})} \quad (1)$$

where $\frac{\partial f(x^{(0)})}{\partial x_i}$ is the partial derivative of the function f with respect to the variable x_i at the point $x^{(0)}$ (in the case of a function of one variable it becomes a regular derivative)[3].

For example, for the linear demand function $Q = a - bP$ it's obtain the known formula of price elasticity.

$$E_D^P = -b \frac{P}{Q} \quad (2)$$

Elasticity shows by what percentage the value of the function will change approximately

when the factor (variable) changes by a small percentage.

The following types of elasticity are most often considered in economic theory :

1) elasticity of demand (by price, by consumer income, by the price of another specific product, by advertising costs, by any variable that interests us and may affect the magnitude of demand),

2) supply (by price), production (by a separate factor).

Other indicators are hardly considered and have no obvious practical significance, so they are beyond the scope of this report.[1]

Let's move on to the economic and mathematical component of the article , namely, consider how to calculate the coefficient of elasticity. It should be noted that in the real world it is very difficult to reproduce a real dependence, especially given that it's are talking about a differentiated function.

It is several ways to address this situation:

1) Replacement of differentials in the formula of elasticity by increments (no longer infinite small, but the smaller, the more accurate the value of elasticity):

$$E_f^{x_i} \approx \frac{\Delta f(x^{(0)})}{\Delta x_i} * \frac{x_i^{(0)}}{f(x^{(0)})} = \frac{f_1 - f_0}{x_i^{(1)} - x_i^{(0)}} * \frac{x_i^{(0)}}{f_0} \quad (3)$$

In fact, it's only need one additional point and the value of the function in it in order to calculate the elasticity approximately. The only drawback is that considering the elasticity on the other hand (taking point 1 as the base and 0 as the additional), but these mathematical calculations will give slightly different values, which in some situations may be a little disorienting, although mathematically justified. This may be to decide is on with and through the arc elasticity (elasticity point in Formula second factor changing the ratio of variable to the function is not in the basic point, and mediocre interval between the basic and additional points).

2) Approximation of the objective function by a certain parametric model, if the true value of the function is known for several points.

Successful models are already well researched, so this method can give quite good

results. Usually such a model is selected, from which it is then easy to calculate the elasticity (for example, linear, or a polynomial in which the optimal values of the coefficients are selected).

Attention should be paid to the problem that may interfere with the correct operation of these methods: it is difficult to obtain data on the value of the objective function at different points, other things being equal: yes, if the firm can still start production in two approximately the same shops, it will not be so easy to experiment with the price level: it will be either different age categories of buyers, or different regions , or different times. One way or another, the statement about "other equal conditions" is not fulfilled, so the reliability of the constructed model will be rather doubtful.

Modern technologies can offer to build a model in which you can change a certain factor and look at how the target function will change under the same equal conditions. And it may concern a situation in the market, and the situation in the industry. So, the hands of financial analysts are becoming a little freer and it has become much easier to bring functions closer. [4]

It is worth starting to consider the possibility of applying the price elasticity of demand from the applied side. The most obvious is the prediction of changes in demand as a reaction to price increases or decreases. Depending on this, the firm can choose the optimal vector of price change to maximize profits. Yes, if demand is very elastic at a given point of activity of the firm, it can not afford to increase the price. however, reducing it will lead to significant gains over competitors. With inelastic demand, the firm can afford to raise the price. In general, there is an estimate formula for optimal pricing:

$$P = \frac{MC}{1 + \frac{1}{E_D^P}} \quad (4)$$

Also from this formula you can determine the degree of market monopolization using the so-called Lerner index :

$$L = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_D^P} \quad (5)$$

Thus, the more the price set by a firm outweighs its marginal revenue (and, consequently, marginal cost), the greater its monopoly power. The value of this ratio can be used by government agencies such as the Antimonopoly Committee and the like.[2]

Indicators of price elasticity of supply and demand can be used by the state in assessing tax revenues in the introduction of a particular tax and the distribution of the tax burden on consumers and producers of goods.

The elasticity of demand for income allows companies to predict what level of consumption of manufactured goods they should focus on depending on the economic situation, the dynamics of real incomes and more.

Cross-elasticity can be useful to show how competitive a particular product is to a given one. This is undoubtedly taken into account by large firms (oligopolists) when conducting a price war with competitors.

What is really interesting these days is the elasticity of demand for advertising costs: now marketing policy is key to capturing as large a market segment as possible, and it is clear that the relationship between advertising costs and consumption is direct. And the usual marginal analysis could be applied, but sometimes it may be necessary to increase the percentage and absolute values of advertising costs, especially in conditions of limited finances.[3]

In fact, this reason for the limited resources makes it necessary to use the elasticity of production by the number of its factors, and not just an indicator of the marginal product. Analysts can compare the elasticity of production by various factors and choose which is best to increase the percentage for maximum growth in production. In theory, these factors may be capital and labor, which have been shown to generalize all factors. However, for practical analysis it is better to use more specific factors (the amount of certain material, the cost of a particular department, the number of workers in different departments, etc.).

The notion of elasticity of a function with respect to a certain variable is formalized. Based

on the fact that the question concerned the practical application of this indicator, more attention was paid to the methods of its calculation, the ability to model the situation on the market or in production for this, and, in fact, the application. It was shown how different coefficients of elasticity can be used by firms in optimizing their production and choosing the best price level, and the state, for example, in assessing the monopoly power of an individual firm or optimizing the tax imposed. This was illustrated by real-life examples: it means that it succeeded justifying the application of the theory of elasticity to real problems.

References

1. Gubanova E.V. Ekonomicheskiy analiz: Uchebno-metodicheskiy kompleks distsipliny dlya studentov 080507.65 - Menedzhment organizatsii. - Kaluga, 2013.
2. Okruzhko O.A. Upravlenie zatratami organizatsii: uchebnoe posobie. - Kaluga: IP Strel'tsov I.A. (Izdvo «Eydos»), 2015. - 246 s.
3. Orlovtsseva O.M., Shvetsova S.T. Vozmozhnosti primeneniya regressionnykh modeley dlya prognozirovaniya elastichnosti sprosa s tsel'yu optimizatsii proizvodstvennykh programm organizatsii // Ekonomika i sovremennyy menedzhment: teoriya i praktika.- 2013. - №27. - S. 175-184.
4. Orlovtsseva O.M., Shvetsova S.T. Primenenie elastichnosti funktsii s tsel'yu povysheniya dokhodov organizatsii. Aktual'nye voprosy sovremennoy nauki: sbornik nauchnykh trudov. Vypusk 34 / Pod obshch. red. S.S. Chernova.- Novosibirsk: Izdatel'stvo TsRNS, 2014. - 271-281.
5. Plaskova N.S. Ekonomicheskiy analiz: uchebnyk. - M.: Eksmo, 2007.

Authors

Klymenko Anna, nusaklimenko09@gmail.com, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Nevzorova Olga, nevzorova.thunder@gmail.com, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Tatiana Sigaeva, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Manuscript received March 14, 2021.

Published as submitted by the authors.

СЕКЦІЯ 7

Обліково-аналітичне забезпечення
управління підприємствами

УДК 657.1

СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АУТСОРСИНГУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В БІЗНЕСІ

Азаренков Григорій Федорович, кандидат економічних наук, професор Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна
Марачевська Анастасія Володимирівна, кандидат економічних наук, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація: розглянуто світові тенденції розвитку аутсорсингу бухгалтерських послуг з урахуванням історичного аспекту. Визначено переваги та недоліки аутсорсингової моделі бухгалтерського супроводу для комерційних підприємств, незалежно від сфери діяльності та організаційно-правової форми, в тому числі в Україні.

Ключові слова: аутсорсинг, бізнес, бухгалтерські послуги, комерційна таємниця, ризики, ринок аутсорсингових послуг.

Аутсорсинг як певний економічний процес, який впроваджують в бізнес, офіційно отримав визнання лише в 1989 році. І саме 90 роки ХХ століття вважають періодом активного розвитку аутсорсингу. Але в той історичний період мова йде лише про логістику, виробництво, операційні блоки високотехнологічних технологій тощо. Мова про розвиток бухгалтерського аутсорсингу ще не йде, оскільки відсутній достатній рівень розвитку приватного бізнесу, особливо це стосується України. Великі корпорації мають змогу для формування та забезпечення штату бухгалтерів, представники малого та середнього бізнесу не впевнені в якості таких консалтингових фірм.

Саме тому в Україні до початку 2000 років бухгалтерські послуги з боку консалтингових фірм не надавалися або надавалися в рамках консультування. Виконавець не в повній мірі виконував свої обов'язки і не відповідав в рамках чинного законодавства за допущені помилки в рамках матеріальної відповідальності.

20 років тому, як і наразі, лідерами серед світових країн, які масово надають аутсорсингові послуги, є Індія та Китай. І

пов'язано це, в першу чергу, з достатньо доступними трудовими ресурсами. Але ці країни не можуть надавати послугу бухгалтерського супроводу бізнесу, оскільки вони не мають висококваліфікованою професійної робочої сили, яка в змозі виконувати функції бухгалтера, податкового співробітника, юриста, ревізора тощо. Саме тому надавати послуги бухгалтерського призначення в рамках окремого підприємства мають ті компанії, які працюють в рамках вітчизняного законодавства та відповідного бізнес середовища.

І якщо аналізувати українське середовище, то проблема в наступному: попит породжує пропозицію, а з ним в нашій країні є визначені проблеми. По-перше, середні компанії висловлюють недовіру в сегменті бухгалтерського та податкового обліку стороннім особам. І це обумовлено декількома факторами, один з яких – недовіра до оточуючого середовища та бажання зберегти комерційну таємницю бізнесу. Великі ж підприємства, навпроти, вважають за необхідність формувати штат компетентних бухгалтерів та аудиторів, які зможуть постійно знаходитися на робочому місці та досконало будуть знати внутрішнє середовища.

Наразі світові тенденції змінюються, що також пов'язано і з економічними та фінансовими кризами. В рамках обмеженості грошових ресурсів та прагнення підтримувати достатньо високий рівень конкурентоздатності, підприємства різної форми власності вимушені оптимізувати процес виробництва готової продукції та надання послуг. І це, в першу чергу, сприяє активному розвитку аутсорсингу.

Наразі найбільш активно в сегменті аутсорсингу розвивається ІТ галузь – близько 32% всіх ІТ-послуг надаються в рамках аутсорсингових віддалених процесів. Також в трійку лідерів, як це не дивно, входить одночасно сектор управління людськими ресурсами та охорона здоров'я. Близько третини готового продукту виробляється на закладах аутсорсингу. Третє місце в топі займає сам фінансовий аутсорсинг або аутсорсинг фінансових послуг, різновидом якого і є аутсорсинг бухгалтерського обліку – близько 30%.

Стосовно світових тенденцій аутсорсингу бухгалтерського обліку, то наразі є країни, де до 90% всіх бухгалтерських операцій реалізується за допомогою консалтингових фірм. Трійка лідерів за обсягами операцій з бухгалтерського обліку, які передаються на аутсорсинг, Ізраїль – 96%, США – 90% [3].

Що ж стосується України, то наразі ринок також зазнав значних змін. В 2020 році країна входить до рейтингу «Global Services Location Index», який включає 55 країн з найсильнішим потенціалом для розвитку аутсорсингу. Оцінка проводиться за 38 показниками. На даний час Україна займає серед 55 країн 24 місце і таким чином входить до топ 25 країн з найкращими передумовами для розвитку аутсорсингу. Щорічно цей рейтинг формує американська консалтингова фірма «A.T. Kearney».

Ринок аутсорсингових бухгалтерських послуг за останні 5 років стрімко зріс і продовжує зростати. Хоча наразі в сфері бізнесу спостерігаються кризові явища у зв'язку зі світовою пандемією та стрімким падінням рівня життя населення, підприємці змушені звертатися і далі за послугами консалтингового супроводу з приводу отримання державних пільг, податкових канікул, припинення діяльності тощо. Для мінімізації ризиків та оптимізації видатково-дохідної частини бізнесу до співпраці все більше залучають кваліфікованих експертів, аудиторів, аналітиків та кризис-менеджерів [2].

Результати аналізу та виявлені тенденції дають змогу стверджувати, що аутсорсинг бухгалтерського обліку має економічну ефе-

ктивність впровадження. В першу чергу, роботодавцю не треба створювати робоче місце з наданням окремого приміщення, обладнання, оплати ліцензійного програмного забезпечення, соціальних гарантій: оплата праці, нормований робочий час, обідня перерва, відпустка, лікарняний тощо. Якщо мова йде про невеликі підприємства, то їм взагалі важко витримати ці умови, оскільки приватні підприємці не мають достатнього рівня ресурсного та інвестиційного забезпечення для дотримання всіх законодавчих вимог.

По-друге, треба реально оцінювати «вартість» одного штатного працівника, наприклад, бухгалтера. Окрім тарифного окладу, в який закладаються і видатки на податок з доходів фізичних осіб – 18%, необхідно нарахувати ЄСВ – 22%, треба періодично преміювати працівників за результатами роботи, сплачувати йому підвищення кваліфікації, відпустку, впроваджувати мотиваційні заохочення та стимули.

По-третє, часто персонал не вмотивований на розвиток та зміцнення ділової репутації свого роботодавця. Він отримує заробітну плату лише за обсяг виконаної праці в межах конкретного проміжку часу. Додатково не всі власники бізнесу мають фізичну та професійну змогу перевірити компетентність головного бухгалтера, що приводить до певних наслідків.

Аутсорсинг бухгалтерського обліку одночасно вирішує всі ці питання: підприємство в якості замовника сплачує виконавцю лише вартість наданої послуги без створення додаткових умов праці для співробітників консалтингової фірми; консалтингова фірма зацікавлена в наданні професійних послуг, оскільки це їх прибуток та репутація на ринку. Додатково виконавець відповідає за спектр наданих послуг і в матеріальному аспекті, що мінімізує фінансові ризики.

Звичайно, неможливо нехтувати тими недоліками, які супроводжують процес аутсорсингу. Необхідно пам'ятати про те, що виробничі підприємства щоденно проводять великий обсяг господарських операцій і вони мають практичну необхідність у про-

веденні саме оперативного обліку. Реалізувати цю задачу з віддаленої точки доступу достатньо складно, оскільки аутсорсер працює на своєму робочому місці. Хоча при організації максимально ефективної співпраці між виконавцем та замовником ця проблема легко вирішується за рахунок надання позаштатному бухгалтеру всієї первинної документації.

По-друге, замовник несе додаткові ризики витоку таємної інформації, що складає комерційну таємницю. Між замовником та виконавцем звичайно складається договір про співпрацю, в якому фіксуються права та обов'язки кожної зі сторін, але 100% гарантії надати не може жодна компанія, навіть, з гарною діловою репутацією. Звичайно, в більшості випадків договір про дотримання комерційної таємниці виконується, оскільки консалтингова компанія цінує імідж, ділових партнерів, а також надану їй довіру у бізнес-середовищі. Але в цьому випадку необхідно залучати до співпраці вже перевірені та відомі на ринку консалтингових послуг фірми, а не віддавати документацію маловідомій компанії з невеликим досвідом роботи та неперевіреною репутацією.

Третя проблема і в тому, що послуги досвідчених відомих та професійних консалтингових компаній, які надають якісні та результативні послуги, та мають вузькоспеціалізованих компетентних спеціалістів, коштують на ринку достатньо дорого. Скористатися в повному обсязі такими послугами мають змогу не всі підприємства, особливо це стосується малих та середніх компаній. Складається ситуація, коли компанії, що розпочинають тільки свою діяльність і потребують саме формування системи бухгалтерського обліку за всіма напрямками роботи, не мають фінансової змоги до залучення кваліфікованих кадрів [3].

Вирішити це питання частково можна за рахунок залучення до роботи невеликих фірм консалтингових спеціалістів на періодичних засадах, а не на постійній основі. Бо бухгалтерський аутсорсинг – це комплексна послуга, яка в себе включає багато складових: від первинної ланки, направленої лише на ре-

страцію підприємства та формування облікової політики на майбутнє до бухгалтерського відновлення, коли команда спеціалістів повністю відновлює бухгалтерський та податковий облік до високого рівня, відповідно діючому законодавству та міжнародним стандартам.

В результаті за рахунок проведеного дослідження можна стверджувати про те, що Україна знаходиться в одному векторі розвитку з іншими провідними державами щодо розвитку аутсорсингу бухгалтерського обліку. Звичайно, наша держава лише на початку свого шляху і не може порівнюватися з Ізраїлем, США та деякими європейськими країнами. Але позитивним моментом є те, що керівники підприємств та ФОП вже змогли переконатися у ефективності впровадження такої моделі управління та ведення обліку, а тому з кожним роком кількість підприємств малого та середнього рівня на бухгалтерському аутсорсингу значно зростає, що підтверджується і статистичними даними.

Список використаної літератури

1. Бурко Е.В. Бухгалтерський аутсорсинг як метод сучасного ведення бізнесу. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019, № 8., с. 172-181.
2. Гаркуша С.А. Аутсорсинг бухгалтерського обліку. Глобальні та національні проблеми економіки, 2015 р., № 7, с. 807-810.
3. Пилипенко О.І. Аутсорсинг бухгалтерських послуг: розгляд договірних аспектів. Бухгалтерський облік та оподаткування, 2019 р., № 3, с. 30-39.

Автори:

Азаренков Григорій Федорович, професор кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (grygorii.azarenkov@hneu.net).

Марачевська Анастасія Володимирівна, доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (mav14081988@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657:334

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ І ВИТРАТ КОМУНАЛЬНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Безкоровайна Лідія Василівна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Розглянуто особливості формування та здійснення обліку доходів і витрат комунальних некомерційних підприємств, особливості нормативного регулювання обліку на таких підприємствах. Надано рекомендації щодо формування інформації про фінансові результати діяльності підприємства.

Ключові слова — витрати, дохід, неприбутковість, прибуток, фінансові результати.

У результаті реформи медичної галузі, яка й досі триває в Україні, більшість медичних закладів перетворилися у комунальні некомерційні підприємства. Специфікою діяльності таких підприємств є те, що вони з одного боку мають статус неприбуткових, а з іншого – є підприємствами, а отже можуть здійснювати господарську діяльність, спрямовану на отримання прибутку. Однак, саме по собі отримання прибутку не є підставою для втрати підприємством статусу неприбутковості. Відповідно до п.п. 133.4.2 ПКУ однією з причин втрати неприбутковості може бути використання доходів (прибутків) неприбуткової організації для інших цілей, ніж утримання такої організації, реалізація мети (цілей, завдань) та напрямів діяльності, визначених [6]. Отже, важливою умовою для неприбуткових підприємств є використання доходів виключно для фінансування витрат на своє утримання.

Та все ж більшість комунальних некомерційних підприємств намагається максимально наблизити суми доходів і витрат звітного періоду, щоб мінімізувати показник фінансового результату діяльності. Не завжди це виходить, і причиною часто є відсутність нормативно затверджених положень ведення обліку

саме неприбуткових підприємств. Їх облік регламентований нормативними документами, орієнтованими на комерційні підприємства, а це викликає певні труднощі.

Всі базові поняття, які містять НП(С)БО (активи, доходи, витрати) сформульовані виходячи з припущення, що підприємство буде одержувати економічні вигоди, а це не є метою діяльності неприбуткового підприємства. Чинна нормативна база змушує неприбуткове підприємство відображати придбані ресурси за загальними правилами в складі активів, не залежно від того, чи вони будуть використовуватись безпосередньо цим підприємством, чи будуть безоплатно передані іншим підприємствам (що часто відбувається у закладах охорони здоров'я під час отримання і передавання медикаментів).

Під час обліку доходів і витрат неприбуткові підприємства керуються нормами НП(С)БО 15 «Дохід» та НП(С)БО 16 «Витрати» відповідно. Так, дохід визнають під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що призводить до зростання власного капіталу (за винятком збільшення капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінку доходу можна достовірно визначити [5]. Однак, враховуючи, що доходи неприбуткового підприємства використовуються на фінансування його витрат, то збільшення власного капіталу відбуватись не повинно. Враховуючи особливості діяльності неприбуткових підприємств, багато експертів, включаючи податківців, радять відображати всі надходження таких підприємств у складі цільового фінансування, що дасть змогу узгодити доходи із витратами підприємства [2]. Адже, отримане цільове фінансування визнається доходом протягом тих періодів, в

яких були зазначені витрати, пов'язані з виконанням умов цільового фінансування. А цільове фінансування капітальних інвестицій слід визнавати доходом протягом періоду корисного використання відповідних об'єктів інвестування пропорційно сумі нарахованої амортизації цих об'єктів [5].

Тож використання рахунку 48 «Цільове фінансування і цільові надходження» для відображення доходів неприбуткового підприємства дійсно може забезпечити відповідність доходів і витрат. Однак, на цьому рахунку узагальнюють інформацію про наявність та рух коштів фінансування заходів цільового призначення (у тому числі отриману гуманітарну допомогу) [1]. Із самої назви рахунку зрозуміло, що цільове фінансування та цільові надходження призначені для чітко визначеної мети (згідно з установленими умовами витрачання, затвердженими кошторисами тощо). Та не завжди надходження, які отримують комунальні некомерційні підприємства призначені для конкретної цілі. Тож виникає питання правомірності відображення всіх надходжень підприємства у складі цільового фінансування.

Заклади охорони здоров'я – комунальні некомерційні підприємства отримують дохід від наданих послуг за пакетом медичних гарантій (від Національної служби здоров'я України) та поза пакетом (від пацієнтів), а також отримують дохід від надання майна в оренду тощо. І всі ці кошти в обліку відображають як дохід, а не цільове фінансування. Тут важливо також врахувати, що більшість цих підприємств є платниками податку на додану вартість, а отже відображають цей податок у складі доходу. Тому всі доходи комунального некомерційного підприємства відобразити у складі цільового фінансування неможливо.

Переважає більшість закладів охорони здоров'я – комунальних некомерційних підприємств отримують такі види доходів:

- дохід від надання медичних послуг;
- дохід від надання в оренду майна підприємства;
- дохід від реалізації активів підприємства;
- фінансування з бюджетів різних рівнів;

благодійна допомога від юридичних та фізичних осіб;

гуманітарна допомога, тощо.

Звичайно, кошти, отримані з бюджету, благодійну та гуманітарну допомогу слід одразу відобразити у складі цільового фінансування, а потім по мірі використання цих коштів визнавати витрати і доходи від їх використання в однаковій сумі. Інші ж види доходу, будуть відображені на відповідних субрахунках класу рахунків 7 «Доходи і результати діяльності».

Ще одним видом доходу закладів охорони здоров'я – комунальних некомерційних підприємств є безоплатно одержані запаси (медичні вироби та лікарські засоби), які також вважаємо доцільним відображати у складі цільового фінансування. Адже цільове фінансування слід розглядати не лише як грошові кошти, а й як майно, що надходить на фінансування та здійснення конкретних програм чи заходів, а його отримання й використання обумовлені окремими нормативно-законодавчими актами, статутними документами [3].

Отже, стосовно обліку доходів у комунальних некомерційних підприємствах вважаємо доцільним максимально відображати їх як цільове фінансування. Стосовно ж тих доходів, які не можна відобразити у складі цільового фінансування, слід чітко контролювати суми здійснених відповідних витрат, щоб вони були співставними з доходами.

Неприбуткові підприємства обліковують витрат з урахуванням вимог НП(С)БО 16 «Витрати», згідно з яким витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення капіталу підприємства, за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [4]. Витрати визнають витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони здійснені. А якщо не має змоги пов'язати певні витрати з доходом, то їх визнають витратами періоду, у якому їх здійснюють. Саме такі витрати можуть викликати розбіжність між сумами доходу і витрат. Так, більшість адміністратив-

них витрат складно прямо пов'язати з отриманими доходами підприємства.

Комунальні некомерційні підприємства можуть запланувати здійснення певних капітальних інвестицій (придбання або створення необоротних активів, проведення модернізації чи поліпшення вже існуючих необоротних активів), а це передбачає наявність суттєвих сум коштів. Для цього підприємства можуть залишати невикористаними певні суми коштів, отриманих у вигляді доходу, щоб накопивши певну суму здійснити відповідні витрати (забезпечуючи при цьому виконання своїх основних функцій у повному обсязі). У такій ситуації в певні періоди доходи будуть перевищувати витрати, а у інший період сума витрат перевищить дохід звітного періоду. Це призведе до існування невідповідності між сумами доходів і витрат у певні періоди, однак у цілому, всі доходи будуть використані для забезпечення статутної діяльності підприємства, тобто порушення основного принципу неприбутковості підприємства не буде. До того ж будуть дотримуватись вимоги чинних НП(С)БО. Однак, така ситуація неоднозначно сприймається контролюючими та вище стоячими організаціями.

Підсумовуючи, слід відмітити, що для комунальних некомерційних підприємств доходи і витрати є особливим об'єктом обліку, адже саме вони визначають кінцевий результат діяльності підприємства. Особливої уваги заслуговують доходи, які отримують ці підприємства з різних джерел. Це вимагає уніфікації методів визнання і способів обліку доходів і витрат для того, щоб не існувало протиріч між податковою звітністю, а саме Звітом про використання доходів (прибутків) неприбуткової організації, та вимогами НП(С)БО 15 «Дохід» і НП(С)БО 16 «Витрати», якими врегульовані питання визнання, формування та обліку доходів і витрат.

Отже, вирішення проблеми бухгалтерського обліку у комунальних некомерційних підприємствах в цілому та обліку доходів і витрат можливе лише шляхом ухвалення відповідного нормативного документу, який враховував би особливості діяльності та статусу таких підприємств.

Враховуючи, що на сьогодні вже багато підприємств реорганізовані у комунальні некомерційні підприємства і їх кількість продовжує збільшуватись, система бухгалтерського обліку в них має бути модернізована з урахуванням специфіки їх діяльності та вимог до облікової інформації, яка формується в них.

Список використаної літератури

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом МФУ від 30.11.1999 р. № 291. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>.
2. Карпова В. Неприбуткові організації: особливості бухгалтерського обліку / В. Карпова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ011213.
3. Кравченко О. В. Особливості обліку доходів і витрат неприбуткових організацій / О. В. Кравченко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/56789/6/Kravchenko_Osoblyvosti_obliku_dokhodiv%20.pdf;jsessionid=E6A1BB6B74AB2C506E8BA380ADCA44D.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом МФУ від 31.12.1999 р. № 318. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>.
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом МФУ від 29.11.1999 р. № 290. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>.
6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

Автори

Безкоровайня Лідія Василівна, доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (lidia_bezkorovai@ukr.net).

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції

УДК 657.471

ВСТАНОВЛЕННЯ СУТНОСТІ ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

Бочарова Надія Аваківна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків, Україна

Тихоненко Олександр Сергійович, студент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків, Україна

Анотація – в роботі проаналізовано сутність поняття внутрішнього фінансового контролю діяльності підприємства, визначено основні напрямки та показники для здійснення контролю з метою підвищення ефективності діяльності підприємства

Ключові слова – контроль, фінанси, прибуток, дохід, витрати

Фінанси підприємства – одна з основних підсистем фінансової системи держави. Це відносно самостійна і особлива сфера функціонування фінансів, яка має свою специфіку організації і принципи реалізації присутніх їй функцій. Специфіка фінансів підприємства і організацій закладається в тому, що з їх допомогою мобілізуються грошові кошти і формуються фонди державних ресурсів не для подальшого перерозподілу, яке має місце в підсистемі державних фінансів, а для обслуговування процесу виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг.

Фінанси підприємства, обслуговуючи процес створення нової вартості ВВП, здійснюють початковий її розподіл на фонди накопичення, споживання, оновлення матеріальних елементів процесу виробництва. При створенні підприємницьких структур для організації послуг фінанси виступають як самостійний елемент економіки, тобто при цьому створюється фонд фінансових ресурсів у формі статутного. За рахунок цих коштів накопичуються фонди для придбання основних коштів, оборотних активів у формі вартості сировини, матеріалів, енергії, транспортних витрат, витрат на управління, визначається вартість виготовленої продукції, виконання робіт або надання послуг. На собівартість ви-

готовленої продукції, виконання робіт чи надання послуг відносять також відрахування до пенсійного фонду, фонду зайнятості, соціального страхування та ін. сплати до бюджету.

При формуванні собівартості продукції (послуг) рух фінансів відбувається самостійно, він не бере участь в технологічному процесі виробництва, але з допомогою фінансів здійснюється вартісна оцінка цього процесу. В цей час формується амортизаційний фонд, фонд оплати праці, оцінюється розмір витрат оборотних активів, відрахування до централізованого фонду цільового призначення, інші витрати згідно до чинного законодавства. При визначенні ціни на виготовлену продукцію (послуги) за допомогою фінансів розраховується розмір чистого прибутку. Визначення розміру прибутку в ціні товарів, робіт або послуг має важливе значення не тільки для самої виробничої структури, а і для держави в цілому, так як від розміру прибутку залежить розмір платежів до бюджету.

Важливим етапом у функціонування фінансів підприємства являється формування фондів фінансових ресурсів при розподілі виручки від реалізованої продукції, виконаних робіт і наданих послуг. На цьому етапі утворюється фонд амортизаційних відрахувань, поповнюється фонд оборотних коштів, формується кінцевий розмір фонду споживання підприємства. Проводиться розрахунок з бюджетом за виплатами з прибутку.

В процесі діяльності підприємства проводять складний комплекс грошових, матеріальних, трудових та інших розходів і витрат. Оскільки в кінцевому рахунку сукупність витрат оказує вирішальний вплив на формуван-

ня практично всіх фінансових показників, витрати є об'єктом фінансового планування і контролю з боку фінансових служб. Саме недостатня увага до формування витрат призводить до втрати прибутку, зниження рентабельності продукції підприємства в цілому погіршує його фінансовий стан. Слід відмітити, що в умовах економічних реформ і ведення вільного ціноутворення більшість підприємств пішли по найбільш простому шляху – підняття цін, замість того щоб знижувати витрати. В умовах конкуренції, це без умовно, негативно впливає на майбутні результати діяльності підприємства.

Тобто, з одного боку контроль є заключною стадією управління фінансами підприємства, а з іншого – виступає умовою управління ними. Також визначає всі сторони індивідуального обороту фондів, починаючи з авансування коштів в виробничі запаси і закінчується реалізацією готової продукції та надходженням доходів на рахунок підприємства.

Об'єктом фінансового контролю являються фінансові показники бюджетів підприємства. Для контролю за виконанням бюджетів рекомендується використовувати дворівневу систему. Нижчий рівень – контроль за виконанням бюджетів, який здійснюється керівництвом служб. Верхній рівень – контроль за виконанням бюджету, який проводиться фінансовою – економічною службою.

Контроль за виконанням доходної частини призначений забезпечувати безперебійне фінансування операційної і інвестиційної діяльності підприємства (фінансова служба).

Контроль за дотримання витратної частини є важливою проблемою, від рішення якої залишить ефективність діяльності підприємства. Для успішного рішення даної проблеми рекомендується встановити чіткий порядок проведення управлінських заходів, які передбачають: оперативний аналіз відхилень фактичних значень показників від планових; усунення невиробничих витрат і втрат, а також обумовлюючих ці втрати фактори, виявлені в ході аналізу; оформлення і надання дирекції підприємства аналітичних матеріалів по використанню комплексного і функціонального бюджетів в цілях корекції доходної та витратної частин.

Бажано на кожному підприємстві утворювати і впроваджувати комплексну автоматизовану систему, що дозволяє оперативно отримувати інформацію про виконання і своєчасно вносити корективи в цілях підвищення ефективності фінансових результатів діяльності.

Отже, внутрішньовиробничий фінансовий контроль є основою загального управлінського контролю та здійснюється на основі одержання від кожного підрозділу фінансової звітності за стандартами форм. Він охоплює всі аспекти життєдіяльності підприємства: виробництво, маркетинг та безпосередньо саме управління і включає бюджет, аналіз рентабельності, аналіз відносних показників, віддачу інвестицій тощо.

Після переходу на якісно новий рівень внутрішньовиробничого фінансового контролю, підприємство повинно стати більш ефективним та привабливим і відкритим для інвесторів, кредиторів, що розширить.

Список використаної літератури

1. Августин Р.Р. Управління інформаційними зв'язками: навчальний посібник / Р.Р. Августин, Ю.А. Богач. – Тернопіль, ТНЕУ. 2013. – 240 с.
2. Барабаш Н. Аналіз господарської діяльності / Н. Барабаш. – Київ: КНЕУ, 2002. – 252 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Контроль і ревізія: підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» / Ф.Ф. Бутинець, Н.Г. Виговська, Н.М. Малюга, Н.І. Петренко. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 544 с.
4. Вачугов Д.Д. Основы менеджмента / Д.Д. Вачугов, Т.Е. Березкина, Н.Ф. Кисляков. – М.: Высшая школа, 2003. – 376 с.

Автори

Бочарова Надія Аваківна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту, ХНАДУ
(bocharova.n.a.xnadu@gmail.com)

Тихоненко Олександр Сергійович, студент групи Е-31-18, 3 курсу факультету управління та бізнесу, ХНАДУ
(tyhonenko1982@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 13 березня 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції

УДК 336: 631.11:657.37

УДОСКОНАЛЕННЯ ВНУТРІШНЬОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Войтко Вікторія Валеріївна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Досліджено сутності внутрішньої звітності, узагальнено структуру внутрішнього звіту та визначено основні етапи складання внутрішнього звіту для прийняття ефективних управлінських рішень на виробничих підприємствах.

Ключові слова — внутрішня звітність, інформація, управлінські рішення, фінансова звітність,

Роль інформації в сучасному діловому світі неухильно зростає. У підприємницької діяльності від якості економічної інформації залежить діловий успіх, що виражається в отриманні прибутку і зростанні капітала. Для прийняття інвестиційних рішень, вибору клієнтів, постачальників, інших ділових партнерів, необхідна повнота і достовірність відомостей.

Досліджуючи тему внутрішньої звітності, можна побачити, що науковці приділяють більше уваги визначенню самого поняття «внутрішня звітність», важливості її застосування для прийняття ефективних рішень у бізнесі. Меншою мірою розкривається процес формування, встановлення переліку показників окремих звітів під час вирішення конкретних завдань тощо. Проблеми, пов'язані із забезпеченням інформацією, складанням звітів та застосуванням їх на практиці залишаються відкритими для бізнес-одиниць і нині.

Мета — поглибити дослідження щодо сутності внутрішньої звітності, узагальнити етапи складання внутрішнього звіту для прийняття ефективних управлінських рішень на виробничих підприємствах.

Під звітом розуміється одержувана інформація, представлена прийнятному для користувача вигляді. Як правило, звіт подається на паперовому носії, але може і в електронному

вигляді або у будь-якому іншому. Важливий не носій, а зверненість звіту до користувача. Людина свідомо не в змозі сприймати і переробляти всю інформ-ацію, присутню в інформ-аційних системах управління, тому змушена споживати її порціями. Інформації, що містить тільки необхідні користувачу відомості та згрупована максимально зручним для нього чином, і являє собою звіт [1].

Застосовувати методичні рекомендації, які затверджені законодавством України повинні підприємства усіх форм власності, але окрім банків і бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності.

Форма і склад статей фінансової звітності визначаються Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затвердженим наказом Міністерства фінансів України. Терміни, що використано-вуються у цих Методичних рекомендаціях, використовуються у значеннях, наведених у національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку.

При складанні фінансових звітів підприємства можуть визначати склад статей, за якими розкривається інформація, а саме можуть не наводити статей, які передбачені у формах фінансової звітності, затверджених національними положеннями (стандартами), у разі якщо за ними відсутня інформація до розкриття (окрім випадків, коли така інформація була в попередньому звітному періоді), а також включати до фінансових звітів додаткові статті у порядку, визначеному Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», у разі якщо стаття відповідає

таким критерієм: інформація є суттєвою; оцінка статті може бути достовірно визначена.

Складання внутрішньої звітності викликано потребою внутрішніх управлінських потреб підприємства. Методичні рекомендації чітко регламентують склад і форму фінансових звітів для зовнішнього користування, але вони не забороняють використовувати на підприємстві внутрішню звітність, регламент якої затверджений відповідно до потреб підприємства.

Метою складання внутрішньої звітності є задоволення інформаційних потреб внутрішнього управління шляхом надання вартісних і натуральних показників, дозволяють оцінювати і контролювати, прогнозувати і планувати діяльність структурних підрозділів підприємства (окремі напрями його діяльності), а також конкретних відділів.

Мета складання внутрішньої звітності обумовлює її періодичність та форми, а також набір показників. Точність і обсяг приводяться даних залежать від організаційно-технологічних та економічних особливостей, властивих підприємству і конкретного об'єкта управлінського обліку, цілі управління стосовно до даного об'єкту обліку. У зв'язку з цим розробка внутрішньої звітності є головним завданням підприємства.

Система внутрішньої звітності - один з найбільш складних і важливих елементів управлінського обліку, що дозволяє керівництву підприємства, з одного боку, зрозуміти межі своїх можливостей у отриманні необхідних відомостей від виконавців, а також можливостей інформаційної та технічної служб, а з іншого боку - отримати ці відомості оформленими належним чином, тобто в тому вигляді, в якому ними зручно користуватися для прийняття управлінських рішень.

Керівники або власники підприємств зазвичай не мають знань та навичок у сфері бухгалтерського обліку, тому вони наймають особу, а саме бухгалтера, та саме він відповідає за даний процес на підприємстві. Але якщо керівник не розуміє фінансової звітності, виникають складнощі з контролем роботи бухгалтера та з прийняття управлінських рі-

шень. Існує ймовірність того, що людина, яка відповідає за бухгалтерські процеси на підприємстві, може просто виконувати свої функції, але не повідомляти керівника про виникнення тих чи інших ситуацій, судячи з фінансової звітності. Через це виникає необхідність удосконалення внутрішньої форми фінансової звітності.

При формуванні системи внутрішньої звітності потрібно: визначити форму, термін подання звіту і відповідального за його складання; скласти схему формування внутрішніх звітів, визначити власників вихідної інформації; наділити відповідального повноваженнями координатора, т. е. адміністративно дозволити йому отримання інформації у її власників; визначити користувачів інформації і форму, в якій вона буде їм надаватися [2, 3].

Факт ведення обліку та звітності за центрами відповідальності підвищує дисципліну і відповідальність менеджера. Інформація внутрішньої звітності необхідна для прийняття управлінських рішень з питань, що стосуються оцінки діяльності центрів відповідальності менеджерів; виявлення тенденцій розвитку центрів відповідальності; недопущення і позитивних моментів в їх діяльності. Внутрішня звітність є інформаційним забезпеченням управлінських рішень і з оптимізації діяльності підприємства в цілому. Наприклад, звітність за центрами прибутку і інвестицій дає можливість скласти прогноз про динаміку прибутку підприємства і оцінити ризик нових капітальних вкладень.

Процес впровадження системи управлінської звітності обумовлено виникненням численних ситуацій, коли необхідно приймати рішення, наприклад, з питань стандартизації процедур і довідників, фінансування проекту, що вимагає наявності групи оперативного реагування, наділеною максимально можливими повноваженнями. В принципі, аналіз процесу може здійснювати одна людина, але висока критичність прийнятих рішень та їх глибока взаємозв'язок з найважливішими бізнес-процесами компанії вимагає прийняття

зважених рішень за участю максимального числа представників зацікавлених сторін.

Метою внутрішньої звітності є забезпечення управлінського персоналу всіх рівнів необхідною інформацією. Вимоги про отримання звітності повинні сформулювати керівник підприємства відповідальності та інші особи, що відносяться до управлінського персоналу і зацікавлені у внутрішній управлінській інформації. Керуючі повинні роз'яснити бухгалтерам та іншим виконавцям, які складають внутрішню звітність, яка інформація, в якому вигляді та обсязі, в які терміни їм необхідна. Для керуючих мають значення не тільки зміст інформації, але і способи її доставки, форми звітності. Внутрішня звітність повинна забезпечити можливість швидкого огляду та оцінки фактичних результатів, їх відхилень від мети, визначення недоліків у даний час і на майбутнє, вибору оптимальних варіантів управлінських рішень. Сформулювати звітність, що дозволяє отримати інформацію для вирішення комплексу проблем, вельми не просто. Домогтися задовільних результатів можна тільки спільними зусиллями керівників і бухгалтерів, інших фахівців[4,5].

Це потребує вміння «читання», форм фінансової звітності необхідно мати знання в сфері бухгалтерського обліку, вміти застосувати ці знання на практиці та чітко розуміти взаємозв'язок всіх форм звітності для аналізу звітності та в майбутньому для прийняття управлінських рішень.

«Внутрішній звіт про фінансовий стан підприємства» має розкривати основні статті балансу та містити у собі рекомендації, щодо подальших дій:

Запаси матеріалів для виробництва: наявність на складі, розрахунок об'ємів необхідного рівня запасів, рекомендації з врахуванням існуючої ситуації.

Готова продукція: наявність на складі, розрахунок об'ємів продукції що залишається на складі, рекомендації з корегування об'ємів виробництва.

Дебіторська заборгованість: оцінка рівня дебіторської заборгованості, аналіз наявності сумнівної дебіторської заборгованості, реко-

мендації щодо оптимізації дебіторської заборгованості.

Поточна кредиторська заборгованість: оцінка рівня кредиторської заборгованості, рекомендації щодо оптимізації кредиторської заборгованості.

Фінансовий стан: оцінка чистого доходу від реалізації продукції, надання рекомендацій щодо збільшення прибутку.

Запровадження такої форми звітності як «Внутрішній звіт про фінансовий стан підприємства», дасть змогу керівникові підприємства розуміти які є слабкі місця, оперативно вирішити ці проблеми та поліпшити показники прибутковості у майбутньому. Дана форма звітності необхідна лише для внутрішнього користування та саме для керівництва підприємства.

Список використаної літератури

1. Озеран В. О., Труфіна Ж. С. Методика відображення доходів у звіті про фінансові результати. Вісник Львівської комерційної Академії. 2009. № 30. С. 120-126.
2. Олійничук О.І. Організаційно-методичні аспекти обліку фінансового результату операційної діяльності підприємств. 2010. №2. С. 114-119.
3. Палій В.Ф. Бухгалтерський облік : нормативна та методична база. 2014. С.398.
4. Палюх М.С., Фінансовий облік : Навчальний посібник. Тернопіль. ТНЕУ. 2015. С.407.
5. Пантелеев В.П., Внутрішній аудит : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навч. за освітньо-професійною програмою «Спеціаліст зі спеціальності «Облік і аудит». 2016. С. 248.

Автор

Войтко Вікторія Валеріївна, к.е.н., доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (viktoriia.tiutlikova@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657.3

ОПТИМІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА КРИТЕРІЄМ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ

Жиліна Юлія Петрівна, аспірант кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – Розглянута сутність обліково-аналітичного забезпечення управління витратами.

Ключові слова – обліково-аналітичне забезпечення управління витратами, збалансована система показників

Організація ефективного управління діяльністю будь-якого підприємства зумовлена якістю інформації, що є в розпорядженні управлінців різного рівня, актуальним це є і для системи управління витратами.

Головну роль при цьому відіграє створення системи обліково-аналітичного забезпечення (ОАЗ) управління витратами, оскільки вона спрямована на оцінювання діяльності підприємства,

Під ОАЗ управління витратами пропонуємо розуміти систему накопичення, узагальнення та передавання інформації, яка допомагає керівникам приймати рішення, здійснювати планування та оцінювати діяльність суб'єкта господарювання.

Зазвичай, оцінка результатів діяльності підприємства орієнтована на фінансові показники. Але підприємствам необхідна система оцінки, здатна збалансовано та адекватно відображати рух в досягненні цілей стратегії розвитку, достовірно помічати зміни, що відбуваються на підприємстві. Система оцінки має містити важелі управління діяльністю підприємств та зокрема управління витратами. Впровадження збалансованої системи показників (ЗСП) як методу управління здатне активізувати функції управління, які спрямо-

вані на вирішення наявних проблем кожного окремого підприємства.

ЗСП розроблена професорами Гарвардського університету Д. Нортоном і Р. Каптаном (США) в 1992 році [2]. Саме вони запропонували оцінювати ефективність бізнесу з точки зору не лише фінансових, але і нефінансових показників, що дало можливість управляти реалізацією довгострокової стратегії.

Під збалансованою системою показників розуміється система управління, що забезпечує планомірну реалізацію стратегічних планів підприємства, їх інтерпретацію на мову операційного управління і контроль над здійсненням стратегії на основі ключових показників діяльності [1].

При застосуванні збалансованої системи показників стратегію необхідно розглядати за чотирима перспективами: фінанси, клієнти, бізнес-процеси, навчання та розвиток персоналу. Кожен з аспектів мусить містити інформацію про: 1) цілі, які прагне досягти організація; 2) показники, за допомогою яких можна виміряти успішність досягнення цілей; 3) цільові значення показників, які свідчать про рівень досягнення поставленої цілі; стратегічні ініціативи, тобто про комплекс заходів, спрямованих на ліквідацію так званого розриву між фактичними значеннями показників та їхніми цільовими значеннями. Кожна стратегічна ініціатива має бути забезпечена достатньою кількістю ресурсів: людських, фінансових, технічних. Стратегічні ініціативи мають бути визначені для кожного показника та сприяти досягненню цільового показника. Саме реалізація стратегії здійснюється шляхом реалізації ініціатив [3].

Ідея збалансованої системи показників управління витратами підприємства ґрунтується на двох ключових гіпотезах:

1. Досвід роботи закордонних підприємств показує, що добре організована реалізація стратегій має більше значення, ніж якість самих стратегій.

2. Використання в управлінні лише фінансових показників не дозволяє успішно йти до мети довгострокової максимізації вартості підприємства.[4]

Критерії, необхідні для формування ефективної ЗСП: адекватність стратегічним цілям підприємництва; повнота відображення наявного стану розвитку підприємництва з метою виявлення можливих резервів підвищення ефективності його діяльності; адаптивність до змін у зовнішньому середовищі; об'єктивність оцінки діяльності підприємництва; комплексність оцінки всіх сфер господарської діяльності підприємництва.

Складністю побудови ЗСП є те, що ці показники повинні забезпечити гнучкість та високий рівень адаптивності системи до змін середовища функціонування, а це в свою чергу передбачає чітке відстежування та врахування множини взаємозв'язків між усіма показниками та відображення прогнозованих змін у функціональних показниках під час корегування цільових стратегічних показників. Під час аналізу досягнення фактичних підконтрольних показників порівняно з плановими слід врахувати можливі відхилення трьох типів, а саме відхилення, зумовлені плануванням, непередбачуваними змінами в умовах діяльності, порушеннями та недотриманням вимог щодо виробничо-господарської діяльності.

Показники збалансованої системи управління витратами формуються індивідуально для кожного підприємства, оскільки залежать від світогляду і стратегічних цілей кожного підприємства. Це баланс між зовнішньою інформацією для стейкхолдерів і внутрішніми характеристиками найбільш значущих бізнес-процесів, інновацій, навчання і росту. ЗСП поєднує об'єктивні результати кількісного обліку і суб'єктивні параметри майбут-

нього розвитку, що є довільними показниками.

Таким чином, одним з найефективніших інструментів управління витратами є збалансована система показників, що дозволяє раціонально використовувати ресурси, оцінити ефективність діяльності, забезпечити менеджмент підприємства інформацією, що необхідна для стратегічних рішень, пов'язати стратегію підприємства з оперативним бізнесом. Також збалансована система показників управління витратами може бути використана для відстеження ступеня досягнення стратегічних цілей підприємства і дозволяє перевірити діючу стратегію на повноту, послідовність і актуальність.

Список використаної літератури

1. Мілаш І.В. Методичний інструментарій оцінки результативності стратегічного управління витратами торговельного підприємства / І.В. Мілаш, А.В. Красноусов // Бізнес Інформ. – 2014. – №4. – С. 245–250.
2. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей / Р.С. Каплан, Д.П. Нортон. – Москва, ЗАО «Олимп-бизнес», 2003. – 214 с.
3. Калінеску Т.В. Формування збалансованої системи показників стратегічного управління підприємством / Т.В. Калінеску // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2008. – № 10(128). – С. 40-44.
4. Мілаш І. В., Красноусов А. В. Стратегічне управління витратами підприємств роздрібної торгівлі : монографія / І. В. Мілаш, А. В. Красноусов. – Х. : ХДУХТ, 2015. – 286 с.

Автор

Жиліна Юлія Петрівна, аспірант кафедри обліку і бізнес-консалтингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця, (ulinka1502@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

УДК 657.92

ПОРЯДОК ОРГАНІЗАЦІЇ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ДОГОВОРІВ ОРЕНДИ

Кожушко Ольга Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — розроблено порядок організації судово-економічної експертизи договорів оренди, який дозволяє не лише правильно застосувати методичний інструментарій, а й врахувати всі питання, що можуть поставати у процесі дослідження

Ключові слова — договір оренди, експертне дослідження, оренда, судово-економічна експертиза,

Виявлення і розкриття злочинів у сфері економіки та фінансів стає неможливим без знань судово-економічної експертизи. Тому для розслідування економічних злочинів та розгляду господарських суперечок у суді необхідними є спеціальні знання в галузі бухгалтерського обліку, якими не володіє суддя та слідчий і які є спеціальною сферою знань експерта-економіста.

Забезпечити найбільш повне вирішення поставлених перед експертом-економістом слідчими та судовими органами завдань може раціональна та комплексна організація процесу судово-економічної експертизи.

З розвитком орендних відносин в земельній сфері зростає і необхідність проведення судово-економічної експертизи операцій з оренди землі, так як земля — це основа діяльності сільськогосподарських підприємств. Як показала практика, найчастіше судово-економічна експертиза проводиться з питань дострокового розірвання договорів оренди землі, внаслідок порушення однією зі сторін договірних умов.

Слід зазначити, що вагомий внесок у формування теоретичних та організаційно-практичних засад судово-економічної експертизи операцій з оренди землі здійснили вчені юридичного та економічного напрямів. Окремі питання теорії та організації судово-економічної

експертизи операцій з оренди знайшли відображення у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених як Базась М.Ф., Бутинец Ф.Ф., Нафиев С.Х., Хамидуллина Г.Р., Мумінова-Савіна Г.Г., Понікаров В.Д. та інші.

Однак, незважаючи на значні досягнення зазначених вчених, все ще залишаються невирішеними питання удосконалення порядку організації судово-економічної експертизи договорів оренди, що й обумовлює актуальність обраної теми дослідження

Вивчаючи судову практику розгляду справ, пов'язаних з операціями з оренди землі [3], автори дійшли висновку, що організація такого дослідження повинна обмежуватись визначеним колом питань. Це обумовлюється тим, що всі питання, які були поставлені перед експертом-економістом у процесі розгляду таких справ, так чи інакше ґрунтуються на особливостях даних операцій. Зазвичай, сторонами у таких спорах виступають суб'єкти, які мають різні позиції щодо прийнятих заходів. При організації дослідження справ, пов'язаних з операціями з оренди землі, договір оренди виступає певною межею, яка охоплює всі питання цієї тематики [1,2].

Таким чином, ефективної організації дослідження обумовлюється необхідністю її відповідності процесу конкретного дослідження. З огляду на це, виділено основні етапи проведення судово-економічної експертизи: ознайомлення з матеріалами справи; підготовка до процесу дослідження; процес безпосереднього дослідження; формування висновку експерта [4]. Базовими методами та прийомами, результатом використання яких є виявлення фактичних обставин справи є: формальна, нормативно-правова, арифметична, взаємна, хронологічна

перевірки, відновлення кількісно-сумового обліку та контрольне порівняння залишків.

У результаті дослідження судової практики розгляду справ, пов'язаних з перевіркою договорів оренди на підприємстві, було виділено дві групи питань, які становлять основу організації дослідження експерта-економіста, зокрема:

- 1) питання, пов'язанні з правильністю підписання та реєстрації договору оренди;
- 2) питання, пов'язані з нарахуванням орендної плати.

На основі цього авторами побудований алгоритм проведення судово-економічної експертизи договорів оренди (рис.1)

Початок дослідження на цьому етапі залежить від того, чи наявний договір оренди земельної ділянки, адже цей документ є основою операцій з оренди землі. При відсутності договору експерт складає клопотання та передає його до суб'єкта призначення судово-економічної експертизи. Якщо клопотання не задоволене, експерт може відмовитись від проведення експертизи, обґрунтовуючи це недостатністю документів для встановлення фактичних обставин справи.

Якщо клопотання задоволено, або ж договір оренди міститься у матеріалах справи, експерт перевіряє правильність його заповнення ґрунтуючись на даних, що містяться Типовому договорі.

Для перевірки правильності заповнення та реєстрації договору використовується формальна перевірка. Суть формальної перевірки полягає у візуальному вивченні документів, у процесі якого можна виділити три умовні аспекти. По-перше, це правильність їх оформлення, що полягає у відповідності договору вимогам законодавства.

Наступним етапом формальної перевірки є визначення повноти заповнення документів. При цьому окремо слід приділити увагу наявності та відповідності підписів.

При виявленні невідповідності підписів на аналогічних документах, формується клопотання з метою призначення експертної перевірки, у випадку задоволення якого буде отримано висновок фахівця відповідної спеціальності, який використовуватиметься у подальшому дослідженні експерта-бухгалтера.

Поряд з вище зазначеним, при візуальному вивченні документа можуть бути виявлені підписки або певні необумовлені виправлення.

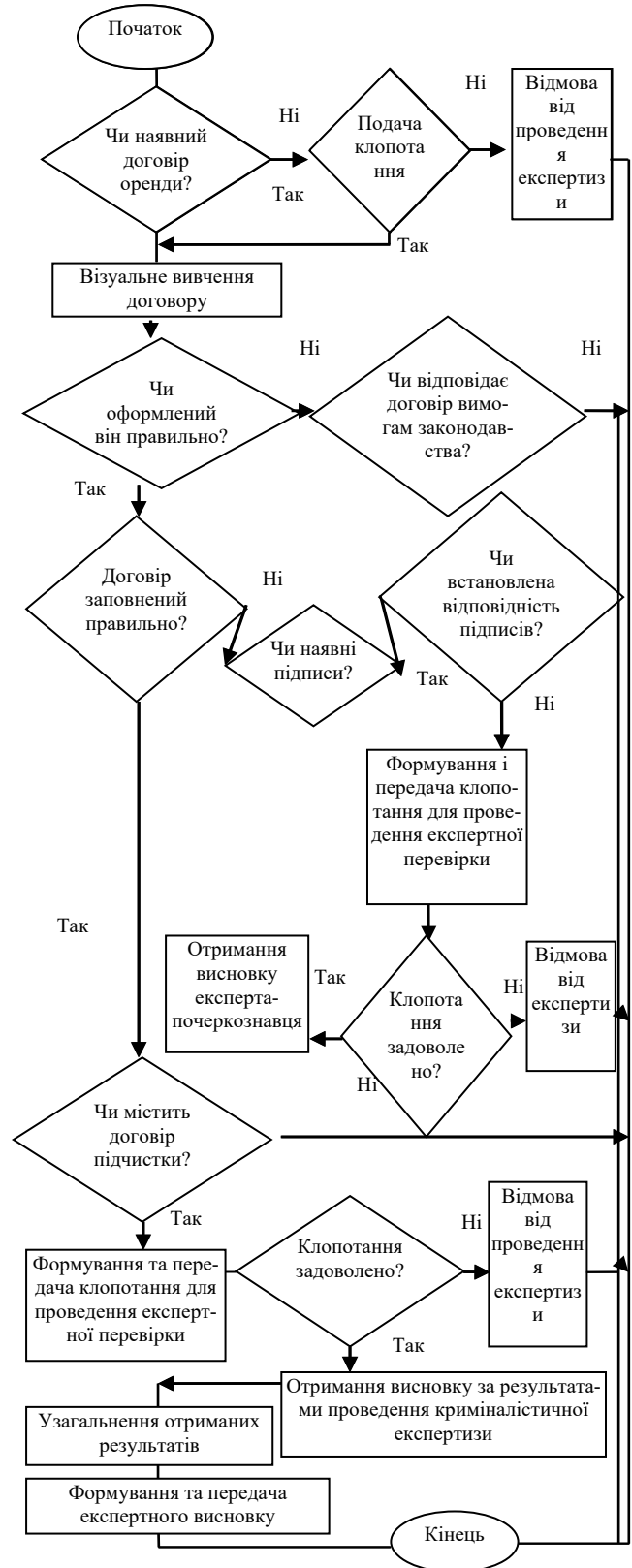


Рис. 3.1. Алгоритм проведення судово-економічної експертизи договорів оренди (запропоновано авторами)

Така ситуація також є причиною формування клопотання з метою проведення

криміналістичної експертизи, у ході якої буде підтверджено, або ж спростовано наявність відповідних фактів.

Якщо всі необхідні документи надані та належним чином перевірені експертом-економістом, то всі отримані результати аналізуються та узагальнюються.

На основі отриманих результатів формується експертний висновок, у якому експерт підтверджує чи спростовує наявність порушень у наданих підприємством на перевірку договорах оренди землі.

Сума орендної плати має бути чітко визначена в договорі оренди землі, тому не доречно буде проводити судово-економічну експертизу нарахування орендної плати окремо від експертизи договорів.

Отже, наступним завданням експерта-економіста є перевірка відомостей нарахування орендної плати. При відсутності відомостей експерт складає клопотання та передає його до суб'єкта призначення судово-економічної експертизи. Якщо клопотання не задоволене, експерт може відмовитись від проведення експертизи.

У процесі дослідження відомості нарахування орендної плати експерт-економіст перераховує всі зазначені у ній показники, що мають вплив на загальну суму платежу. Виявивши помилки, слід звернути увагу на те, чи є вони механічними (здійснені одноразово та переважно є подібними до правильного показника), або ж носять ознаки навмисного викривлення інформації (здійснені по декільком показникам, з метою приховування реальних даних). Після вивчення документу експерт-економіст розраховує відхилення, які були виявлені в відомостях про нарахування орендної плати.

Після перевірки всіх наданих документів експерт-економіст проводить аналіз виявлених порушень та узагальнює їх. На основі чого він формує висновок, у якому експерт підтверджує чи спростовує наявність порушень у відомостях про нарахування орендної плати за користуван-

ня земельною ділянкою та передає результати дослідження органу, який назначив проведення судово-економічної експертизи.

Таким чином, дослідження експерта-економіста передбачає не лише правильне застосування методичного інструментарію, а й врахування всіх питань, що можуть поставати у процесі дослідження справ відповідного спрямування. Тому даний напрямок є перспективою подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Базась М.Ф. Теоретико-методологічні засади судово-бухгалтерської експертизи. Монографія. К.: МАУП, 2007. 418 с.
2. Мумінова-Савіна Г. Г. Судово-бухгалтерська експертиза: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. — К.: КНЕУ, 2004. — 268 с.
3. Нафиев С.Х., Хамидуллина Г.Р. Судебно-бухгалтерская экспертиза как метод предупреждения экономической преступности. М., 2013. 190 с.
4. Пони́каров В.Д. Кожушко О.В. Теоретические основы становления и развития судебно-экономической экспертизы в Украине//Научный информационный журнал «Бизнес информ», 2011. № 2. С.158-16.

Автор

Кожушко Ольга Вікторівна, к.е.н, доцент
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, olga_kozhushko_z@ukr.net

Тези доповіді надійшли 13 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657.6.346.3

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ АУДИТУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Кривцова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — теоретично обґрунтовано особливості формування методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання; проаналізовано сучасні підходи до визначення та оцінки аудиторського ризику у взаємозв'язку із рівнем суттєвості як складових методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання. Запропоновано методичні та практичні рекомендації щодо оцінки аудиторського ризику з метою його мінімізації при перевірці зобов'язань суб'єктів господарювання.

Ключові слова — аудит; зобов'язання; суб'єкти господарювання; методика; аудиторський ризик, суттєвість.

Перевірка зобов'язань господарюючих суб'єктів з боку аудиторів останнім часом є дуже важливою та відповідальною ланкою при перевірці фінансової інформації. Так, аудитори, оцінюючи достовірність фінансових звітів, несуть відповідальність перед всіма кредиторами економічних суб'єктів, в тому числі і перед державою в особі центральних та місцевих органів державної влади. Останнє стає все більш важливим в умовах чергової економічної кризи, що виникла в умовах пандемії, спричиною COVID-19. Однак станом на сьогодні існує проблема, яка пов'язана, як із недостатньо розробленим теоретичним базисом за досліджуваним напрямом перевірки, так і із відсутністю сучасної прогресивної методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання, яка б відповідала всім міжнародним вимогам та стандартам. [1]. Це зумовлює своєчасність та актуальність теми дослідження.

Метою дослідження є розвиток теоретичних положень та розробка методичних підходів і практичних рекомендацій, спрямованих на

вдосконалення методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання.

Перш, ніж вдосконалювати методику аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання, доцільно визначитися із теоретичними аспектами досліджуваного питання. Отже, в першу чергу, цілком доречним є визначення того, що собою являє методика аудиту взагалі. Перш за все, слід зазначити, що результативність аудиту забезпечується застосуванням низки належних методів, прийомів та процедур. Так, ряд вчених-класиків аудиту [2; 3; 5], під методом аудиту розуміють сукупність прийомів і способів, за допомогою яких здійснюється оцінка об'єктів, що підлягають дослідженню. Аудитор застосовує різні методичні прийоми та способи в певній сукупності та послідовності відповідно до прийнятого завдання. Порядок і послідовність застосування методів аудиту для обробки економічної інформації щодо фінансової звітності з метою формування судження стосовно її достовірності й доведення цього судження до відома користувачів через аудиторський висновок формує методику аудиту [3].

Для того, щоб розкрити більш глибоко сутність методики аудиту саме зобов'язань господарюючих суб'єктів, розглянемо, що собою являють мета, предмет, об'єкти та завдання аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання. Так, під метою аудиту зобов'язань господарюючих суб'єктів пропонується розуміти надання впевненості аудитором, в результаті проведення низки аудиторських процедур, в тому, що інформація стосовно зобов'язань суб'єкта господарювання відповідає критеріям, визначеним у концептуальній основі обліку зобов'язань (що було застосовано

господарюючим суб'єктом) і не містить суттєвого викривлення.

Під предметом аудиту зобов'язань суб'єкта господарювання пропонується розуміти господарські процеси та операції, які пов'язані з виникненням та наявністю зобов'язань, а також з розрахунками в діяльності суб'єктів господарювання. До об'єктів аудиту зобов'язань доцільно віднести інформацію, що характеризує стан та якість зобов'язань суб'єкта господарювання.[2]. Завдання аудиту зобов'язань господарюючих суб'єктів обумовлюються загальною метою аудиту, а також джерелами інформації, стосовно якої виконуються аудиторські процедури. Так, завданнями аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання є оцінка стану розрахунково-платіжної дисципліни за всіма видами розрахунків з кредиторами; встановлення достовірності даних бухгалтерського обліку операцій із зобов'язаннями; встановлення наявності, правильності оформлення і дотримання умов юридичних документів по зобов'язанням; встановлення причини утворення заборгованості і реальності отримання; оцінка повноти відображення здійснених операцій в бухгалтерському обліку і перевірка правильності відображення по статтях балансу відповідних залишків заборгованості.

Джерелами інформації аудиту зобов'язань є первинні документи з обліку розрахунків з поставачальниками і підрядниками (договори купівлі-продажу, накладні, рахунки-фактури, рахунки, акти приймання робіт, послуг, податкові накладні, товарно-транспортні накладні; зовнішньоекономічні договори купівлі-продажу, вантажні, митні декларації, приймальні акти, акти експертизи торговельно-промислової палати, комерційні документи (рахунки-фактури, що підтверджують митну вартість товару); транспортні накладні (залізничні накладні, авіа-накладні, коносаменти, товарно-транспортні накладні, пакувальні лист; довідки бухгалтерії про наявність курсових різниць при перерахуванні заборгованості; облікові реєстри та фінансова звітність суб'єктів господарювання.

Методика аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання базується на організаційних

засадах, що визначаються Міжнародними стандартами контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг, які чітко регламентують здійснення аудиторської перевірки, що базується на принципі професійного скептицизму, дотримуючись певного порядку та послідовності стосовно визначення аудиторського ризику, рівня суттєвості, формування достатньої та доречної доказової бази з метою формування обґрунтованого незалежного професійного судження стосовно достовірності фінансової інформації, що підлягає перевірці [1].

Отже, проаналізувавши особливості теоретичних аспектів методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання, доцільно запропонувати практичні рекомендації щодо удосконалення методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання.

Слід зазначити, що підготовчі роботи, які передують аудиту, є тривалим та водночас дуже важливим етапом аудиторського процесу. Оскільки саме на підготовчому етапі аудиту розробляються такі ключові аудиторські документи, як стратегія аудиту, план та програма аудиторської перевірки. Правильно розроблена стратегія аудиту безпосередньо впливає на визначення обсягів та рівня складності аудиторських процедур. Через це питання професійної оцінки рівня аудиторського ризику, рівня суттєвості в аудиті (як невід'ємної частини аудиторського ризику) та визначення обсягу вибірки даних фінансової інформації, яка підлягає перевірці з боку аудитора, набуває першочергового значення [3]. Особливо в контексті перевірки зобов'язань суб'єктів господарювання, оскільки зобов'язання включають запозичені кошти, перебільшення обсягу яких в структурі джерел фінансових ресурсів компаній є дуже ризикованим для фінансового стану останніх [2; 3].

Отже, одним із головних завдань аудитора є максимальне зниження аудиторського ризику шляхом врахування різноманітних факторів ще на стадії планування аудиту. Прийнятний рівень інформаційного ризику (яким є аудиторський ризик) в умовах ринкової

економіки повинен встановлюватися законом про аудит, аудиторськими стандартами і іншими регулюючими документами [1;4].

Слід зазначити, що існує зворотна залежність між аудиторським ризиком та рівнем суттєвості фінансової інформації для аудитора. Суттєвість є одним з головних компонентів, на якому базується розрахунок аудиторського ризику [1]. У міжнародній аудиторській практиці немає чітких підходів до визначення рівня суттєвості. Але стандартами передбачені рекомендації, що визначають, що відхилення до 5% від базового показника (сукупності базових показників) можуть бути визнані несуттєвими; більше 10% - істотними, а в межах 5-10% - надається право вибору аудитору, що базується на його професійному судженні. Що ж стосується визначення рівня аудиторського ризику світової практиці аудиторської діяльності прийнято вважати прийнятним рівень, при якому похибки аудиту не можуть зробити істотний негативний вплив. На думку більшості аудиторів, цей рівень не повинен перевищувати 5%. З міркувань етики аудитор прагне ще більш знизити його, наскільки це економічно доцільно [1;5].

Отже, в роботі пропонується наступна послідовність процедур щодо оцінки аудиторського ризику з метою його мінімізації при перевірці зобов'язань суб'єктів господарювання: по-перше – вибрати методи виявлення та розпізнавання аудиторського ризику з урахуванням розрахованого рівня суттєвості; по-друге – визначити складові аудиторського ризику (визначити сутність ризику та його складових; дослідити параметри аудиторського ризику); по-третє – зібрати необхідну інформацію та опрацювати її (зробити аналіз впливу факторів на рівень аудиторського ризику при перевірці зобов'язань); по-четверте – визначити характер наслідків розпізнавання ризикових подій (визначити процедури для отримання доказів при перевірці зобов'язань); по-п'яте – оцінити аудиторський ризик та його складові (вибрати характер оцінки; побудувати модель ризику; вибрати методи та прийоми оцінки ризиків; зробити кількісну або загальну оцінку ризику на ос-

нові систематизації взаємозалежності між факторами ризику та обсягом аудиторських доказів при перевірці зобов'язань); по-шосте – визначити напрями зменшення аудиторського ризику, розробити заходи щодо його мінімізації або уникнення.

Таким чином, за результатами дослідження визначено сутність методики аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання. Узагальнено взаємозв'язок між завданнями аудитора в ході перевірки зобов'язань суб'єктів господарювання та джерелами інформації. Представлені доробки дозволили удосконалити методика аудиту зобов'язань суб'єктів господарювання через розробку та обґрунтування методичних рекомендацій по мінімізації аудиторського ризику при перевірці зобов'язань суб'єктів господарювання. Практичне значення результатів дослідження полягає у можливості їх використання в практичній діяльності зовнішніх та внутрішніх аудиторів.

Список використаної літератури

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: видання 2016 - 2017 років Частина I [Електронний ресурс]. – URL: https://www.apu.net.ua/attachments/article/1151/2017_часть1.pdf.
2. Орлов І.В. Генезис поняття «зобов'язання» в юридичному та економічному напрямках бухгалтерського обліку / І.В. Орлов // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Міжнародний збірник наукових праць / Серія: бухгалтерський облік, контроль і аналіз. Вип. 1(16) / Відповідальний редактор д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ЖДТУ, 2013. – С. 170-177.
3. Орлов І.В. Теорія та методологія бухгалтерського обліку і контролю зобов'язань суб'єктів господарювання: автореф. дис. на здобуття наук. Ступеня доктора економ. наук: 08.00.09 – «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Орлов І. В: Житомирський держ. технолог. ун-т. – Житомир, 2014. – 42 с.
4. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII [Електронний ресурс]. – URL : <http://www.rada.gov.ua>.
5. Слюсаренко В.Є. Аудит: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. Монографія. – Ужгород: «УжНУ», 2014. – 200 с.

Автор

Кривцова Тетяна Олександрівна, к.е.н.,
доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (krtatyana078@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК[334.012.61-022.51:657]:34(477)

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Кудіна Ольга Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Розглянута специфіка оподаткування малого та середнього бізнесу України. Наведені обов'язкові елементи оподаткування та основні риси загальної та спрощеної системи оподаткування для суб'єктів малого та середнього бізнесу. Виявлені переваги та недоліки кожної із систем.

Ключові слова — оподаткування, спрощена система оподаткування, податки, суб'єкти малого бізнесу.

Сучасна орієнтація розвитку України в її спрямуванні на європейську безпеку та стабільність розглядає стратегію розвитку малого та середнього бізнесу як один із пріоритетних напрямків. У більшості країн світу малому та середньому бізнесу належить значне місце в загальній сумі валового національного продукту, що дає змогу повніше задовольняти попит у товарах, збільшувати зайнятість населення, надходження грошових ресурсів до бюджету за рахунок сплати податків. Український малий та середній бізнес постійно піддається різного роду реформам, що негативно відображається на коливаннях настроїв бізнесменів та відкритості їх бізнесу.

Розвитку малого та середнього підприємництва заважають цілий ряд економічних та організаційних перешкод, де особливу роль відіграє механізм його оподаткування. Введення в Україні альтернативної спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого та середнього підприємництва забезпечило реальні зрушення в їх розвитку, хоча діюча система оподаткування в Україні чинить значне податкове навантаження на суб'єктів малого та середнього підприємництва.

Втрата чинності Указу Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва», дія норм Податкового кодексу України стосовно спрощеної системи оподаткування, призвели до змін в спрощеній системі оподаткування. Вирішення проблеми удосконалення системи оподаткування малих підприємств України суттєво вплине на поповнення місцевих бюджетів, інвестиційний клімат регіонів та соціальний захист населення. Це зумовлює актуальність дослідження умов та особливостей фінансового контролю за оподаткуванням, обліком та звітністю малого та середнього бізнесу в сучасних умовах.

За 9 місяців 2019 року в цілому по Україні забезпечено до бюджету надходження з єдиного податку від фізичних осіб – підприємців у сумі 11,1 млрд грн. Це на 3,8 млрд грн більше, ніж за аналогічний період минулого року (у січні – вересні 2018 року надходження становили 7,4 млрд грн), темп росту надходжень з єдиного податку становить 151,1% [2].

Вивчення теоретико-методологічних засад оподаткування суб'єктів малого та середнього бізнесу висвітлені у працях таких вітчизняних дослідників, як О. Василик, З. Варналій, А. Гальчинський, В. Геєць, В. Завгородній, А. Крисоватий, М. Крупка, М. Кучерявенко, В. Литвиненко, В. Люткевич, І. Лютий, В., Д. Веремчук, С. Логвіновська. Однак, незважаючи на значний науковий доробок сучасників, питання особливостей оподаткуванням у сфері малого та середнього бізнесу в умовах мінливості та трансформації законодавства України, а також питання щодо наукового обґрунтування економічної та

соціальної ефективності створення спеціальних режимів оподаткування для малих підприємств в Україні, залишаються відкритими.

Тому вплив основних орієнтирів податкової політики, практика ведення малого та середнього бізнесу різних сфер, специфіка застосування різних систем оподаткування впливають на показники ефективності оподаткування даних суб'єктів.

Сплата будь-якого податку проводиться на підставі його обов'язкового законодавчого закріплення відповідно до ч. 2 ст. 92 Конституції України [1, с. 367].

Той чи інший податок сплачується при наявності обов'язкових елементів, які повинні міститись у податковому законодавстві. Наприклад, такий вчений як Орлюк О.П. зазначала, що досягти належного рівня законності можна завдяки визначенню основних елементів податку в законодавстві, яким даний податок встановлюється та регулюється [3, с.32]. Загальноприйнятими елементами вважається: суб'єкт, об'єкт, ставка податку, база оподаткування, порядок обчислення податку, податковий період, строк та порядок сплати податку, строк та порядок обчислення звітності також інші елементи [3, с. 32-34].

Відповідно до позицій вчених-економістів елементи податку розглядаються як сукупність організаційних ознак, отже у Податковому кодексі міститься вичерпний набір інформації про податок. Саме в ньому визначається такі обов'язкові елементи, як платник податку, об'єкт оподаткування, ставка податку, база оподаткування, порядок обчислення податку, податковий період, строк та порядок сплати податку [4].

Враховуючи тенденції ведення малого та середнього бізнесу у різних сферах (агро бізнес, промисловість, надання послуг, туризм, готельний та ресторанний бізнес та ін.), практику застосування різних систем оподаткування, недосконалість та постійне реформування діючого законодавства, доцільно класифікувати платників з числа суб'єктів малого та середнього бізнесу на

платників серед резидентів та нерезидентів. В межах даної класифікації необхідно розмежувати їх на фізичних осіб-підприємців (далі – ФОПів), юридичних осіб, само зайнятих осіб, сільськогосподарські підприємства та фермерів, що надасть можливість об'єктивного аналізу специфіки оподаткування кожного з них.

Можемо ствердити, що з початку зайняття певним видом бізнесу, суб'єкт набуває статусу платника податку, оскільки на підставі видачі ліцензії, з моменту реєстрації підприємницької діяльності бізнесмен вступає у податкові правовідносини, щодо сплати різних видів податків. Суб'єкт малого та середнього бізнесу може виступати платником одночасно декількох податків, вид яких буде залежати від сфери ведення ним бізнесу. Так більшість платників з числа суб'єктів малого та середнього бізнесу, які використовують загальну систему оподаткування будуть сплачувати податок на прибуток підприємств, податок на доходи фізичних осіб (розмір якого залежить від доходу (прибутку) та результату господарської діяльності), ПДВ, акцизний податок (у разі реалізації підакцизних товарів), майновий податок (за наявності об'єктів оподаткування рухомого, нерухомого майна та земельної ділянки), ресурсні платежі та екологічний податок, а також загальнообов'язкові внески та збори.

Підсумовуючи, можемо зазначити, що порівняльна характеристика застосування загальної та спрощеної системи оподаткування для суб'єктів малого та середнього бізнесу дозволила виявити переваги та недоліки кожної із систем. Основними рисами загальної системи оподаткування для суб'єктів малого та середнього бізнесу є те, що об'єкт оподаткування виражається у доході (при документальному підтвердженні витрат), розмір якого буде залежати від результатів діяльності: у разі його перевищення в 1 млн грн наявна обов'язкова реєстрація як платника ПДВ, також збільшується податковий контроль та змінюються форми ведення звітності.

Однією з переваг ССО є звільнення від сплати різних видів податків, скорочення кількості податкової звітності та невикористання розрахункових реєстраторів (1-ю групою платників), що не дозволяється платникам, які використовують загальну систему оподаткування.

Порівнюючи специфіку оподаткування суб'єктів малого та середнього бізнесу, що використовують загальну систему оподаткування і тих, що на спрощеній можемо виявити такі особливі аспекти: 1) об'єктом оподаткування є дохід, що виражається у документальному підтвердженні витрат; 2) якщо дохід менше 1000000 грн, обов'язкова реєстрація платником ПДВ; 3) для юридичних осіб не передбачено обмежень, для зайняття певними видами діяльності; 4) посилений контроль з боку державних органів; 5) розмір ПДФО залежить від доходу і результату господарської діяльності.

Проте ефективність застосування загальної та спрощеної системи в першу чергу проявляється щодо податкових надходжень від платників з суб'єктів малого та середнього бізнесу до відповідного бюджету.

Автор

Кудіна Ольга Миколаївна, доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (olga.kudina2901@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

Список використаної літератури

1. Аністратенко Ю.І. Концептуалізація правового регулювання оподаткування малого та середнього бізнесу в Україні: монографія / Ю.І. Аністратенко. – К.-П.: Рута, 2016. – 397 с.
2. Індекс політики у сфері МСП: Країни Східного партнерства 2020 Оцінка стану реалізації Акту про малий бізнес для Європи URL: https://sme.gov.ua/wp-content/uploads/2020/07/3_SME_Policy_Index_Eastern_Partnership_countries_2020_Ukrain.pdf (дата звернення: 10.03.2021)
3. Орлюк О.П. Фінансове право: навч. посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2016 – 528 с.
4. Податковий кодекс України: чинне законодавство зі змінами і доповненнями – К.: Алерта; ЦУЛ, 2011. – 480 с.
5. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22 бер. 2012р. № 4618-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення: 10.03.2021)

УДК: 657.339.9; 657.432

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ ЗАБОРГОВАНОСТЯМИ НЕРЕЗИДЕНТІВ ЗА ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИМИ КОНТРАКТАМИ

Курган Наталя Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – досліджено ознаки сформованості обліково-аналітичного забезпечення управління дебіторською і кредиторською торговельною ЗЕД-заборгованістю; подано рекомендації з організації та вдосконалення зазначеного забезпечення з відповідною програмною підтримкою

Ключові слова – базисні умови постачання, іноземна валюта, валютна заборгованість, нерезидент, зовнішньоекономічна операція, зовнішньоторговельна діяльність

В умовах активного залучення економіки України до світового господарства все більшої актуальності набуває проблематика ефективного управління дебіторською та кредиторською заборгованостями у іноземній валюті, що формується у підприємств за торговельними зовнішньоекономічними контрактами. На прибутковість та платоспроможність вітчизняного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (далі –ЗЕД) здійснюють прямий позитивний вплив наступні фактори: своєчасне та у повному обсязі надходження коштів від покупців-нерезидентів; досягнення вигідних умов відстрочки або пролонгації платежів іноземним постачальникам; недопущення витрат на міжнародні судові позови через неналежне виконання ЗЕД-контрактів. У зворотному випадку українське підприємство може зазнати нестачі обігових коштів, значущих фінансових втрат, збитків та банкрутства. Взаємодія з іноземними компаніями ускладнюється необхідністю дотримувати достатньо складного ЗЕД-законодавства як України, так і країн контрагентів. Експортно-імпортна діяльність суб'єкта ЗЕД та супутнє формування і погашення ЗЕД-

заборгованостей мають знаходитися під пильним та безперестанним управлінським контролем. Інформаційним забезпеченням такого контролю є достовірні, актуальні та своєчасні дані обліку та аналізу зовнішньоекономічної торгівлі.

Питання обліку та аналізу валютних ЗЕД-заборгованостей за експортними та імпортними контрактами науковці здебільшого досліджують не відокремлено, а у контексті більш широкої проблематики інформаційного забезпечення управління дебіторською і кредиторською заборгованостями підприємства загалом – за торговельними операціями як на внутрішньому ринку України, та і на зовнішніх. У загальному контексті дебіторів та кредиторів (без відокремлення іноземних бізнес-взаємин) виконано розробки Бондаренко О. С. [1], Агєєвої Є.І., Бабаєва В.Ю., Багрової І.В., Білик М. Д., Боярко І. М., Власової І. О., Гоцуляк С. М. [2], Добровольської О. В., Єдинач Т.С., Камінської Н. П., Коваленко Д. І., Лучкова О. І., Нашкерської М. М., Новікової Н. М., Носач Л. Л., Рибалко О. М., Сичової М. Б., Свінарської Г. Б., Скорби О. А. [3], Федорченко О. Є., Храпливого А. І. Доцільно поглибити наукову роботу у частині обліково-аналітичного забезпечення управління саме валютними заборгованостями за торговельними ЗЕД-контрактами.

Про сформованість на підприємстві, дієвість та ефективність обліково-аналітичного забезпечення управління валютними зовнішньоторговельними заборгованостями свідчить виконання наступних умов:

- неухильне дотримання митного, валютного, податкового законодавства України в частині експортно-імпортних операцій та роз-

рахунків за ними;

- налагоджений швидкий (у першу чергу електронний) документообіг, який систематично оптимізують, як між підрозділами підприємства, так і з зовнішніми користувачами (контрагентами-нерезидентами, митними, податковими органами, банками, брокерами, тощо), із застосуванням прогресивних ІТ-технологій;

- виконання вимог облікового та податкового законодавства України щодо відображення у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності, у податкових деклараціях доходів та витрат зовнішньоторгівельної діяльності, а також валютних заборгованостей іноземних дебіторів та кредиторів;

- оцінка потенційної платоспроможності та надійності кожного нового контрагента-нерезидента перед укладанням торговельного контракту;

- детальне опрацювання у ЗЕД-контрактах на купівлю або продаж базисних умов постачання; розподілу прав та обов'язків сторін, їх термінів виконання та умов здійснення; алгоритмів та послідовності дій сторін; порядку документального оформлення; графіку платежів;

- надходження валютних коштів від іноземних покупців у повному обсязі та у терміни, закріплені контрактом;

- постійний моніторинг й аналіз дебіторської та кредиторської заборгованостей за експортно-імпортними контрактами; своєчасне інформування керівництва щодо ризику формування простроченої або безнадійної дебіторської заборгованості;

- аналітичне ранжування потенційних іноземних постачальників на групи, складання стандартів роботи з ними;

- наявність обґрунтованої кредитної політики щодо іноземних дебіторів на базі їх оцінювання та ранжування, з огляду на вимоги українського валютного законодавства щодо граничних термінів отримання експортної виручки.

Підприємство має забезпечити собі надійних та платоспроможних партнерів-нерезидентів, що стане основою здійснення

зовнішньоторговельних операцій у відповідності до контрактів. Низька платіжна дисципліна іноземних дебіторів означає несвоєчасне або у неповному обсязі надходження оплати від них, що в свою чергу, може призвести до пені з боку держави за недоотриману експортну виручку, до дефіциту грошових коштів у підприємства і вимушених позик, до затримання перерахувань постачальникам, як вітчизняним, так і закордонним. Як бачимо, вихід підприємства на зовнішні ринки збільшує вимоги до інформаційного забезпечення управління його торговельно-закупівельною діяльністю, змушуючи приділяти особливу увагу плануванню та прогнозуванню експортних та імпортних операцій, дотриманню ЗЕД-законодавства, моніторингу стану та співвідношення валютних дебіторської та кредиторської заборгованостей. Слід звернути увагу, що облік та аналіз зовнішньоторгівельної діяльності вимушено знаходяться у синтезі з юридичним забезпеченням. Це пояснюється необхідністю дотримання митного, податкового, валютного, господарського законодавства країн, суб'єкти яких є сторонами певного торговельного контракту. Фахівці-обліковці та аналітики не беруть безпосередньої участі у складанні ЗЕД-контрактів, але на вимогу надають інформацію щодо потенційних доходів, витрат, прибутку, рентабельності, у підсумку, доцільності контракту. Це зобов'язує співробітників, що задіяні у функціонуванні обліково-аналітичного забезпечення управління експортно-імпортною діяльністю та валютними заборгованостями, мати не тільки ґрунтовні знання та навички у сфері обліку або аналізу, але й бути обізнаними з правовими засадами ЗЕД.

Бухгалтерський облік торговельних операцій у іноземній валюті є точкою відліку для формування інформаційної бази управління заборгованостями за експортними та імпортними контрактами. В наш час електронні документи обробляються, впорядковуються та зберігаються у спеціальних облікових базах. Підприємство - суб'єкт ЗЕД володіє закритою внутрішньою базою, що працює на обраній керівництвом програмній платформі

(1С, BAS Бухгалтерія, iBuh, MasterБухгалтерія, тощо), а також реєструє податкові накладні за кожною операцією купівлі-продажу у ЄРПН [4], тобто вносить дані до державної бази. Щоб обліково-аналітичне забезпечення управління валютними заборгованостями було сформованим і дієвим, необхідне доопрацювання наявної облікової програми, а саме активізація чи додавання наступних модулів та функціоналів: можливість внесення і аналітичної обробки інформації про базисні умови постачання за торгівельними контрактами; можливість автоматичного розрахунку усіх варіантів розподілів доходів і витрат за різних базисних умов постачання для обрання оптимальної умови Інкотермс; модуль проведення коефіцієнтного, факторного, економетричного аналізу стану та динаміки валютної дебіторської та кредиторської заборгованостей із відповідними звітними формами (наприклад, Аналіз стану валютних заборгованостей, Аналітична таблиця з групуванням на дату валютних заборгованостей за термінами погашення); пакет внутрішньої звітності для прийняття рішень щодо торговельних заборгованостей за ЗЕД-контрактами (наприклад, Звіт про динаміку дебіторської та кредиторської ЗЕД-заборгованостей, Звіт про прострочену дебіторську заборгованість з нерезидентами та прострочені платежі, Звіт про заплановані платежі та ті, що надійшли або не надійшли від покупців-нерезидентів). Крім того, мають бути програмно доопрацьовані та деталізовані облікові оборотно-сальдові відомості за рахунками 362, 632, 371, 681 [5] таким чином, щоб була можливість вибірки інформації за період у аналітиці базисних умов постачання, термінів оплати, країн контрагентів (тощо, згідно інформаційного запиту керівництва).

Окремим питанням управління валютними заборгованостями є складання об'єктивного уявлення щодо ділової репутації, надійності, платоспроможності майбутнього контрагента-нерезидента перед початком бізнесу із ним. Збір, обробку і перевірку інформації щодо потенційного іноземного дебітора або кредитора доцільно доручити аналітику. Ви-

конати цю роботу передбачається шляхом звернення до електронних баз країни контрагента, у яких міститься інформація про поточний статус, реєстраційні коди, керівництво, наявність судових рішень, податкові заборгованості, а також оприлюднена фінансова звітність. Додаткові дані можна отримати за платним запитом у кредитно-рейтинговому агентстві країни нерезидента. Отриману інформацію необхідно проаналізувати і надати керівництву у зручній наочній формі, наприклад, виконавши ранжування потенційних іноземних партнерів за узагальнюючими скоринговими (бальними) оцінками платоспроможності і надійності.

В залежності від розміру підприємства і масштабів його зовнішньоторгівельної діяльності обліково-аналітичне забезпечення управління валютними експортно-імпортними заборгованостями може бути організоване як формі розподілу додаткових функціональних обов'язків між обліковцями і аналітиками, так і у формі прийняття до штату додаткових фахівців та створення центрів відповідальності

Список використаної літератури

1. Бондаренко О. С. Сучасні підходи до обліку дебіторської та кредиторської заборгованості у вітчизняній та зарубіжній практиці. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 18. С. 24–30.
2. Гоцуляк С.М. Методи управління дебіторською заборгованістю. *Вісник соціально - економічних досліджень*: зб. наук, праць. 2016. № 18. С. 69–74.
3. Скорба О. А. Управління дебіторською заборгованістю та альтернативні методи її рефінансування. *Економіка: проблеми теорії та практики*: зб. наук, праць. 2017. № 204. С. 196–202.
4. Порядок ведення Єдиного реєстру податкових накладних (ЄРПН), затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2010 р. № 1246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1246-2010-%D0%BF#n9> (дата звернення: 07.03.2021 р.)
5. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. URL: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/instr-plan-rah/plan-rah/plan-schetov-buhgalterskogo-1021043.html> (дата звернення: 07.03.2021).

Автор

Курган Наталя Володимирівна, к.е.н.,
доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
(natalia.kurhan@hneu.net)

Тези доповіді надійшли 7 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657.658

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ЩОДО ОЦІНКИ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА БІЗНЕС-СПРОМОЖНОСТІ В СИСТЕМАХ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Лабунська Світлана Віталіївна, доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Проаналізовано сучасні можливості щодо формування інформаційної бази для адекватної оцінки бізнес-спроможності підприємства в умовах загострення кризових явищ

Ключові слова — бізнес-спроможність, організаційна структура, ресурсний потенціал, ступінь операційного важелю, фінансовий стан.

Кризові явища у світовій економіці, спричинені всесвітньою пандемією Covid-19 викликали турбулентні зміни та перерозподіл ринків товарів, капіталу та робочої сили. ВВП майже всіх провідних економік світу зазнали значних втрат, окрім економіки Китаю, яка за результатами 2020 року має зростання на рівні 6 %. У той час ВВП більшості європейських країн мають негативну динаміку, а загальний обсяг ВВП країн ЄС, за даними Євростату [1] скоротився на 6,6% до обсягу 2019 року.

Не виключенням із загальних тенденцій є й сучасний етап розвитку України, що характеризується кризовими процесами, які проявляються в падінні обсягів промислового виробництва, обсягу ВВП, відтоку інвестицій, посиленні інтенсивності трудової міграції тощо. Так за експертною оцінкою Голови Ради НБУ Б.Данилишина [2] зниження ВВП України за 9 місяців 2020 року становило 5,4%, а за результатами року оцінюється на рівні майже 5%. При цьому, як зазначає експерт, основними драйверами економічної активності вітчизняних підприємств, можуть стати сектори вітчизняної

економіки з швидким обігом капіталу, як то оптова та роздрібна торгівля, фізичні обсяги якої за даними 11 місяців 2020 року мають тенденцію до зростання (майже 8% до відповідного періоду 2019 року). Водночас, критична ситуація в економіці країни склалася з інвестиційною активністю підприємств, що віддзеркалюється у зниженні показника обсягу капітальних інвестицій підприємств, який за 9 місяців 2020 року скоротився на 35,4% у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року [2]. Відсутність притоку як зовнішніх так і внутрішніх інвестицій унеможливає зростання вітчизняного виробництва товарів із високою доданою вартістю та, як результат, обмежує зростання економічного потенціалу української економіки в цілому.

В той самий час, зазначимо, що на тлі поширення в світі вакцинації та очікуванні позитивних змін щодо відродження відкладеного попиту, за даними дослідження Державної Служби статистики [3] спостерігаються певні оптимістичні очікування щодо поліпшення ділового клімату в країні. Так, у I кварталі 2021р. індикатор ділової впевненості в промисловості підвищився порівняно з IV кварталом 2020р. на 0,5 в.п, рис.1 [3]

Очікуваний рівень загального індикатора ділового клімату в промисловості, за даними Держслужби статистики України, не змінився порівняно з IV кварталом 2019 р., і становить мінус 0,1%, рис 2., але це все ж таки засвідчує негативну оцінку з боку підприємців можливостей щодо ведення бізнесу в Україні.

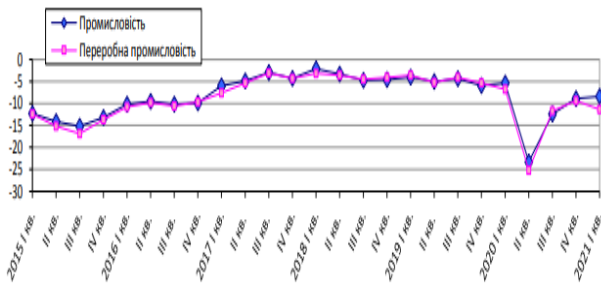


Рис. 1. Індикатор ділової впевненості в промисловості [3]

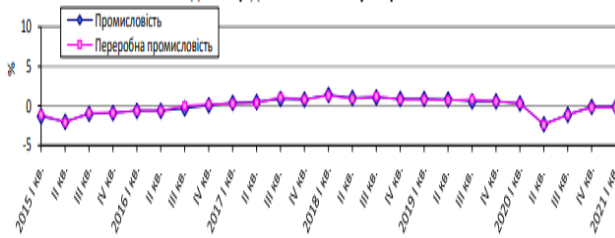


Рис. 2. Індикатор ділового клімату в промисловості [3]

Отже, виходячи з вищенаведеного, слід констатувати, що вітчизняні суб'єкти господарювання стикаються з проблемою достеменно оцінки власних бізнес-можливостей, виходячи із синергетичного прояву дії як зовнішніх так і внутрішніх загроз, що робить тему дослідження досить актуальною.

На наш погляд, розширюючи та уточнюючи загальні підходи до оцінки бізнес-потенціалу сучасних підприємств, слід угрупувати наявні ресурсні компоненти, внутрішні можливості та здатність до їх ефективного використання з боку суб'єкту господарювання в процесі операційної діяльності. Це, в свою чергу дає можливість розмежувати контент загального ресурсного потенціалу підприємства на окремі категорії: РСП (в розумінні ресурсної складової потенціалу) та загальних бізнес-можливостей (ЗБМ). Такий підхід забезпечує поєднання сталої складової (визначення рівня сформованого РСП) та динамічної складової (характеристика структури сформованого РСП, що визначає рівень спроможності підприємства, щодо відповіді на скорочення або зростання ділової активності). Якщо оцінці загального ресурсного потенціалу підприємств

ва присвячено роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців [4-9], то підходи до визначення та оцінки останньої складової потребують подальшого розширення та уточнення.

В дослідженні під загальними бізнес-можливостями (ЗБМ) підприємства, в контексті оцінки визначення ділової спроможності підприємств, пропонується розуміти здатність системи менеджменту підприємства ефективно використовувати виробничий потенціал підприємства для комерціалізації результатів діяльності. Змістовна сутність цієї категорії полягає в оцінці наявності фінансових можливостей, які характеризуються фінансовим станом підприємства, сформованості ефективної структури активів для ведення бізнесу у короткотерміновій перспективі та рівнем відповідності організаційної структури підприємства обраному типу розвитку.

Запропоноване тлумачення показника загальних бізнес-можливостей підприємства (ЗБМ) передбачає визначення підходів до його кількісної оцінки та інтерпретації. В роботі запропоновано ЗБМ характеризувати за рівнем їх сформованості, які можуть бути оцінені на підставі інтегрального показника (ІБМ), що враховує вплив означених змістовних складових, різних за своєю значущістю та способом визначення. У формальному вигляді цей показник може бути представлений наступним чином:

$$ІБМ = \varepsilon ФС + \varphi СВ + \omega НД + \eta ОС \quad (1)$$

де $\varepsilon, \varphi, \omega, \eta$ - вагові коефіцієнти корегування значущості.

ФС- узагальнюючий показник фінансового стану на дату впровадження інноваційного проекту;

СВ- ступень, операційного важелю, що характеризує структуру активів, яка склалася у попередньому періоді;

НД- внутрішня норма дохідності (прибутковості), що характеризує ефективність використання активів підприємства;

ОС- узагальнюючий показник рівня відповідності організаційної структури підприємства певному типу інноваційних змін.

Як то бачиться з наведеного рівняння, перші три складові ІБМ можуть бути визначені досить однозначно у вартісному або від-

носному вимірниках на підставі даних системи фінансового обліку фінансової та статистичної звітності підприємства.

Так, першу компоненту інтегрального показника ІБМ - (ФС), вважається доцільним оцінювати на підставі алгоритму, затвердженого Положенням про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації [10].

Друга складова, показник операційного важелю (СВ), за своєї суттю характеризує структуру витрат підприємства, що склалася на дату оцінки інноваційної спроможності у тому числі, тих витрат, які капіталізовані в активи, та оцінюється співвідношенням маржинального доходу та прибутку підприємства. При цьому відомо, що маржинальний дохід визначається різницею чистого доходу та загальних змінних витрат підприємства, або як сума прибутку та постійних витрат підприємства у попередньому періоді. Таким чином дані для розрахунку показника СВ можуть бути отримані на підставі певним образом організованої системи управлінського обліку. На думку автора, для формування адекватної інформаційної бази для визначення запропонованих показників найбільш вдало організувати систему управлінського обліку на підставі застосування розширеної системи Direct-Cost на підґрунті розмежування неструктурованих, в системі фінансового обліку витрат, на змінну та постійну складову по відношенню до обсягу діяльності. Така побудова функції витрат, що визначає залежність між рівнем витрат та обсягом ділової активності підприємства, може відбуватися на основі оцінки загального атрактору змін витрат у короткотерміновій перспективі на релевантному проміжку зміни фактору витрат. Для цього найбільш обґрунтованим є застосування бухгалтерського методу структуризації витрат у фінансовому обліку, що має бути закладено під час формування загальної облікової політики підприємства й передбачати відповідну розробку робочого плану рахунків з аналітичним угрупованням всіх видів витрат, включаючи витрати періоду на постійні та змінні з одночасним відо-

браженням них за відповідними субрахунками аналітичного обліку. Суттєвим недоліком такого підходу є необхідність розробки відповідних бухгалтерських реєстрів та передбачення часу на обробку певних господарських операцій в процесі їх реєстрації. Це неминуче веде до уповільнення та здорожчення процесу обробки даних, але дозволяє отримати більш точний результат в процесі спостереження за рівнем витрат. Ще одним методом, який дозволяє більш точно розмежувати так звані «змішані» витрати підприємства є застосування методів математичної статистики (методи регресійного аналізу). Але при застосуванні такого підходу число спостережень за рівнем витрат, яке залучається до побудови функції витрат, має бути обґрунтованим, а їх вартісна оцінка має бути співставною. Саме останнє є суттєвим недоліком під час застосування цього методу, оскільки передбачає проведення ретельного трудомісткого аналізу зміни вартісної оцінки певної статті витрат на часовому проміжку з вилученням випадкової складової у зміні витрат.

Найменш поширеною практикою у вітчизняних дослідженнях є використання методів визначення загального атрактору зміни функції витрат за допомогою методів «вищої-нижчої» точок спостережень одночасно з методом візуального пристосування, які, на думку автора, мають низку переваг. Перед усім це простота застосування та можливість оперування з відносно невеликою кількістю спостережень (наприклад, на основі даних про щомісячну зміну витрат та обсягу діяльності протягом останнього року досліджень), що безумовно призводить до здешевлення та пришвидшення процесу опрацювання даних, хоча слід відмітити дуже приблизний результат такого розмежування витрат, та його застосування в ході ретроспективного аналізу або короткотермінового планування.

Зазначимо, що економічна доцільність включення показника ступеню операційного важелю (СВ) до загальної оцінки ІБМ обґрунтована тим, що він характеризує загальну політику формування ресурсної бази з боку системи топ-менеджменту підприємства.

Показник внутрішньої норми дохідності або прибутковості (НД), що визначає третю складову загального показника ІБМ, характеризує ефективність поєднання ринкової та виробничої складової на рівні системи операційного менеджменту з метою досягнення визначеного рівня основних стратегічних показників діяльності підприємства та характеризують можливості топ - менеджменту забезпечити ефективне управління капіталом власників. Розрахунок цього показника також базується на чітко визначених вартісних характеристиках показників доходу та капіталу, які за інформаційне джерело походження мають фінансову звітність («Баланс» та «Звіт про фінансові результати діяльності підприємства»).

Остання складова інтегрального показника рівня бізнес можливостей (ІБМ), а саме узагальнюючий показник рівня відповідності організаційної структури підприємства інноваційним потребам (ОС), має суттєві відмінності щодо порядку визначення та може бути сформований за результатами експертної оцінки в системі менеджменту підприємства. Зазначимо, що ОС, за своєю суттю, є інтегрованим показником, що містить як кількісну так і якісну складову та ґрунтується на низці неоднорідних за проявом та змістом показників, що характеризують формування ефективної системи управління ресурсною складовою підприємства. Труднощі в оцінці цієї складової перш за все полягають у необхідності урахування частини ресурсу підприємства, яка не може бути визнана активом у фінансовому обліку та звітності підприємства, бо не може бути чітко достовірно оцінена у грошовому вимірнику. До таких показників належить показник здатності колективу до роботи в команді, наявність досвіду за фахом, тощо. Інша частина показників передбачає тільки якісну складову в оцінці, як, наприклад, показник достатньої розгалуженості організаційної структури управління підприємством за кожним рівнем системи менеджменту, внесок кожного підрозділу у досягнення певних стратегічних показників, тощо.

Таким чином, для обґрунтованого формування інформаційної бази щодо оцінки бі-

знес-можливостей використання ресурсного потенціалу має бути сформована площина гнучкої інформаційної взаємодії між системами бухгалтерського обліку та менеджменту сучасного підприємства.

Список використаної літератури

- 1.Офіційний сайт Євростату. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2020/12/31/669696/>
2. Данилишин Б. Підсумки 2020 та завдання на 2021 рік. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/12/31/669696>.
- 3 Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: .
- 4.Ареф'єва О. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*, 2018. №7. С.71 – 76.
5. Отенко І.П., Малярець Л. М., Іваненко Г. А. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства. Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. 348 с.
6. Захаренко М.М. Теоретичні засади управління виробничим потенціалом підприємства. *Агросвіт*. 2018. № 23. С. 59-65.
- 7.Кобрин Л.Й. Застосування інструментів у правління виробничим потенціалом з метою підвищення результативності діяльності підприємства. *Наукові записки*. 2019. №1 С. 132-138.
8. Almström P, Kinnander A Productivity Potential Assessment Of The Swedish Manufacturing Industr. *Cover page for submission of revised paper to the Swedish Production Seminar*.2007, Yаnuary. URL: file:///C:/Users/admin/Downloads/SPS_Almstrom_Kinnander_rev.pdf.
9. Tangen S., Demystifying productivity and Performance, *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2005. vol. 54, № 1, pp. 34-46.
- 10.Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01#Text>.

Автор

Лабунська Світлана Віталіївна, професор кафедри обліку і бізнес-консалтингу, ХНЕУ ім. С.Кузнеця, (svetlana.lab@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції.

УДК 624.87

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Лядова Ю. О., канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Під впливом наслідків епідеміологічної ситуації значних змін зазнали організація і практика внутрішнього аудиту на сучасному підприємстві. Проблеми, які виникають в організації внутрішнього аудиту можливо вирішити шляхом впровадження дієвих заходів, здатних гнучко пристосовуватися залежно від ситуації, в якій працюють аудиторі. Актуальним та необхідним є опанування методології Agile-аудиту, що здатна створити цінність внутрішнього аудиту для бізнесу, а також підтримати значимість професій в мінливому бізнес-середовищі.

Ключові слова — Agile-аудит, внутрішній аудит, організація внутрішнього аудиту, якість внутрішнього аудиту.

Найважливішою функцією внутрішнього аудиту в сучасних умовах господарювання є створення цінності для бізнесу підприємства. Тож важливим є пошук шляхів забезпечення сталої діяльності внутрішніх аудиторів під впливом факторів, спричинених епідеміологічною ситуацією.

Організація внутрішнього аудиту базується на Міжнародних стандартах професійної практики внутрішнього аудиту [1] і для сучасних підприємств є більш-менш зрозумілою. Однак, під впливом пандемії COVID-19 відбулися суттєві зміни і у внутрішньому аудиті, зокрема:

По-перше, змінився підхід до планування аудиту, а саме виникла необхідність впровадження короткострокових планів на зміну річному. Це призвело до збільшення об'ємів

задач та аудиторських процедур, а відтак зростають часові та трудові затрати.

По-друге, віддалена (дистанційна) робота призвела до труднощів безперервного виконання поточних задач аудитора. Особливо проблемними стали фактичні перевірки, наприклад, необхідність оглянути приміщення, чи дослідити первинний документ. Тож важливим виявилася необхідність застосування технологій для віртуальних перевірок, таких як Skype, Zoom, EduMeet тощо, а також запровадження інструментів для аналізу даних на відстані.

В табл. 1 представлено проблеми, які виникають у внутрішніх аудиторів, викликані пандемією, а також запропоновані шляхи вирішення, що базуються на практичному досвіді підприємств, які успішно пристосувалися до викликів сьогодення.

Варто констатувати, що не всім внутрішнім аудиторам під силу пристосуватися до нових умов організації роботи. Проте, більшість компаній вчасно зреагували та змогли змінити ключові аспекти організації внутрішнього аудиту. Так, можна виділити практики, які можна застосовувати після спаду епідемії: 1) гнучке планування; 2) віддалена робота; 3) скорочення кількості виїздів (відраджень); 4) використання комунікативних та аналітичних технологій.

Особливу увагу, доцільно звернути на Agile-аудит, що може стати «панацеєю» в організації сучасного внутрішнього аудиту на підприємстві.

Сама методологія Agile базується на ідеях та принципах, що викладені в Маніфесті Аджайла [2] та передбачає гнучке, адаптивне, швидке пристосування до мінливих умов зовнішнього середовища, що має на ме-

ті підвищення ефективності діяльності, шляхом кращої взаємодії, більшої відкритості та прискорення процесів.

Таблиця 1
Проблеми організації внутрішнього аудиту та шляхи їх подолання

Зміст проблеми	Напрямки вирішення
1. Збереження командного духу в ході дистанційної роботи	- ефективна комунікація; - регулярні збори працівників із застосуванням сучасних комунікативних технологій
2. Збільшення обсягів аудиторських процедур (необхідність детального тестування), термінові запити від керівництва, нові ризики для підприємства	- впровадження сучасної методології управління проектами – Agile-аудит; - витримка балансу між плановими завданнями та фактичними задачами
3. Зміна критеріїв оцінки достовірності доказів (неможливість фактичної перевірки)	- застосування віртуальних технологій для перевірки та моніторингу; - впровадження програмного інструментарію для аналізу даних на відстані
4. Виконання задач, що суперечать принципу незалежності (активна участь внутрішніх аудиторів в групах по розробці антикризових заходів)	- позиціонування аудитора як консультанта, що володіє системними знаннями діяльності підприємства; - перевірка планів виходу з кризи; - після консультацій важливо не приймати участь в реалізації проектів, щоб в подальшому мати змогу їх перевіряти.
5. Збереження якості результатів під час віддаленої роботи	- підвищення ефективності комунікацій; - забезпечення відкритості внутрішнього аудиту; - зменшення часових та людських затрат на проведення перевірки

Для внутрішнього аудиту використання методології Agile дозволить підвищити свою цінність - краще взаємодіяти в середині підприємства, бути більш відкритим для користувачів, а також швидше проводити перевірки.

Agile-аудит забезпечується шляхом впровадження ключових ідей:

1. Нова модель командної роботи - посилюється взаємодія внутрішніх аудиторів з

працівниками (аудиторським комітетом, президентом компанії, вищими керівниками, менеджерами, тощо), тобто всіх зацікавлених сторін. Результати перевірки обговорюються в ході виконання аудиторських завдань, що дає змогу швидко змінювати процес, а також виправляти виявлені недоліки до завершення перевірки.

2. Скорочення трудових затрат і часу на перевірки – використання «спринтів» (певний проміжок часу 1-4 тижні) для паралельного циклічного виконання основних стадій перевірки: планування, здійснення аудиторських процедур, підготовка та узгодження аудиторського звіту. Особливо корисним такий підхід є для позапланових перевірок, кількість яких значно зросла в умовах пандемії.

3. Зміна підходів в роботі внутрішніх аудиторів – незалежно від запланованих задач працювати над тим, що приносить результат та користь (цінність).

Таким чином, внутрішній аудит на сучасному підприємстві зазнав значних змін під впливом ризиків, спричинених епідеміологічною ситуацією. Тож впровадження заходів підвищення ефективності організації внутрішнього аудиту, найбільш значущим з яких є Agile-аудит, дозволить ефективно взаємодіяти з бізнесом, що є ключовим елементом успіху функціонування всередині сучасного підприємства та позитивно впливає на його репутацію.

Список використаної літератури

1. Міжнародні Стандарти Професійної Практики Внутрішнього Аудиту (Стандарти). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ia-ua.org/?page_id=189

2. History: The Agile Manifesto [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agilemanifesto.org/history.html>

Автор

Лядова Юлія Олександрівна, доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (ul-ia.liadova@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 13 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657.1.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Пасенко Наталія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Розглянуті питання щодо підходів до дослідження обліково-аналітичного забезпечення, визначено обліково-аналітичне забезпечення діяльності торгівельних підприємств. Запропоновано основні складові обліково-аналітичного забезпечення торгівельних підприємств. Виділено основні завдання облікової та аналітичної підсистем обліково-аналітичного забезпечення діяльності торгівельних підприємств.

Ключові слова — обліково-аналітичне забезпечення, обліково-аналітичне забезпечення діяльності торгівельних підприємств, завдання облікової підсистеми, завдання аналітичної підсистеми.

Торгівля займає провідне місце серед галузей економіки України. Так, за даними Державної служби статистики України за 2019 рік обсяги реалізованих товарів склали 4736964981,1 тис. грн. або 49,14 % обсягів реалізації продукції (товарів, послуг) всіх галузей економіки країни [1]. Слід зазначити, що за період 2000-2019 роки обсяг реалізованих товарів оптом та в роздріб збільшився у 2,88 рази, що свідчить про розвиток даного виду діяльності підприємств.

Дослідження обліково-аналітичного забезпечення є важливим інструментом для підготовки інформації у кожній галузі економіки щодо прийняття виважених управлінських рішень. Виходячи з того, що торгівля є провідним видом діяльності підприємств України тема дослідження є актуальною.

Найбільшою складовою активів торгівельних підприємств є товари, які у звіті про фінансовий стан підприємства відображаються у складі запасів.

Згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 30.11. 1999 р. № 291 зі змінами та доповненнями до товарів відносяться товарно-матеріальні цінності, що надійшли на підприємство з метою продажу [2]. Аналогічне визначення товарів наведено у П(С)БО 9 «Запаси», затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246 зі змінами та доповненнями [3].

Дослідженням методичних підходів до обліково-аналітичного забезпечення присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців.

Обліково-аналітичне забезпечення процесів управління можна розглядати з точки зору процесного або системного підходів.

Так, такі науковці, як Безродна Т.М., Загородній А.Г., Максименко Д.В., Пилипенко А.А., Хахонова Н.М. тощо розглядають обліково-аналітичне забезпечення за допомогою процесного підходу.

В той же час, такі науковці, як Волощук Л.О., Зенкіна І.В., Кирилов І.Н., Кравченко О.А., Кутер М.І., Зятковський І.В., Пуцентейло П. Р., Сирцева С.В., Тичиніна Н.А. тощо розглядають обліково-аналітичне забезпечення через призму системного підходу.

Проаналізувавши праці різних вчених, можна стверджувати, що поняття обліково-аналітичного забезпечення постає у двох значення:

діяльність, пов'язана зі збором, реєстрацією, узагальненням, збереженням, передачею та аналітичним опрацюванням інформації;

забезпечення системи управління відповідною кількістю необхідної якісної інформації.

Крім того, можна окремо виділити групу вчених, які вважають обліково-аналітичне забезпечення компонентом інформаційного забезпечення управління підприємством (Жаворонкова Г.В., Голячук Н.В., Пилипенко А.А., Максименко Д.В., Камінська Т.Г. тощо).

Але такий підхід лише доповнює думки науковців щодо системи обліково-аналітичного забезпечення.

Виходячи з аналізу думок науковців, зокрема Касич А.О. [4], можна виділити основні характеристики «обліково-аналітичного забезпечення»:

комплексність підходу на підставі надання повної інформації у сприйнятому вигляді для прийняття управлінських рішень;

інтеграція та взаємодія облікової та аналітичної системи функціонування підприємства.

Таким чином, обліково-аналітичне забезпечення слід розглядати як інтегровану комплексну систему обліку та аналізу, які взаємодіють через інформаційні потоки в процесі формування і передачі оперативної та якісної обліково-аналітичної інформації для забезпечення обґрунтованості та ефективності прийняття управлінських рішень у системі управління підприємством, а також зовнішніми користувачами [5].

Виходячи з того, що для кожного виду діяльності підприємств існують особливі умови її проведення, які характеризуються різними факторами та мають різну суттєву інформацію, необхідно приділити увагу саме формуванню обліково-аналітичного забезпечення діяльності торговельних підприємств.

Отже, обліково-аналітичне забезпечення діяльності торговельних підприємств, на думку автора, – це інтегрована комплексна система обліку та аналізу, які взаємодіють через інформаційні потоки в процесі формування і передачі оперативної та якісної обліково-аналітичної інформації для забезпечення обґрунтованості та ефективності прийняття управлінських рішень щодо управління їх діяльністю.

Ця система повинна містити певну сукупність стадій та відповідних етапів щодо зби-

рання, обробки, зберігання та передачі інформації щодо основних видів активів, зобов'язань, капіталу, доходів та витрат торговельних підприємств.

Будь-яка система обліково-аналітичного забезпечення повинна відповідати принципам системного підходу, а саме єдності складових, модульної побудови, ієрархії, функціональності, своєчасності, об'єктивності, релевантності тощо. Крім того, до системи обліково-аналітичного забезпечення необхідно використати структурний, інтегрований, стратегічний, комплексний та збалансований підходи.

Основними складовими системи обліково-аналітичного забезпечення можна виділити:

облікову підсистему (систему фінансового, управлінського, стратегічного обліку, внутрішнього аудиту й контролінгу та складання звітності);

аналітичну підсистему (систему управлінського, фінансового та стратегічного аналізу).

Облікова підсистема орієнтується на організацію облікових та контрольних процедур основних видів активів, зобов'язань, капіталу, доходів та витрат торговельних підприємств. Вона включає збір даних різних видів обліку, постійний контроль щодо правильності відображення в обліку та складання звітності.

Основними завданнями облікової підсистеми обліково-аналітичного забезпечення діяльності торговельних підприємств є:

організація обліку на підприємстві;

розробка та ведення облікової документації щодо товарів (їх оприбуткування, реалізація, переміщення, інвентаризація на складах, формування системи ціноутворення тощо);

розробка та ведення облікової документації щодо грошових коштів у касі та на поточних рахунках (ведення РРО, формування готівкових документів, контроль за надходженням та витрачанням грошових коштів тощо);

розробка та ведення облікової документації щодо розрахунків з покупцями та постачальниками (складання договорів, відо-

браження в обліку, проведення контрольних звірянь, розроблення системи надання знижок тощо);

розробка та ведення облікової документації щодо зобов'язань, у тому числі за податками та зборами (реєстрація податкових накладних, відображення операцій за податками в обліку тощо);

складання форм фінансової, податкової та статистичної звітності;

забезпечення постійного контролю щодо відображення активів, зобов'язань, капіталу, доходів та витрат в обліку тощо.

Основними завданнями аналітичної підсистеми обліково-аналітичного забезпечення діяльності торгівельних підприємств є:

розробка методичних підходів та моделей проведення аналізу товарів;

розробка методичних підходів та моделей проведення аналізу грошових коштів;

розробка методичних підходів та моделей проведення аналізу розрахунків з покупцями та постачальниками;

планування податкового навантаження на підприємство та його оптимізація;

інтерпретація результатів аналізу;

прогнозування щодо обсягів закупок та реалізації товарів, витрачання та надходження грошових коштів, дебіторської та кредиторської заборгованостей;

налагодження ефективної системи надання знижок покупцям тощо.

Таким чином, можна стверджувати, що для побудови обліково-аналітичного забезпечення торгівельних підприємств потрібно:

визначити об'єкти та суб'єкти в рамках облікової та аналітичної підсистем обліково-аналітичного забезпечення;

окреслити принципи щодо формування обліково-аналітичною інформації;

сформувати цілі щодо ефективного управління підприємством;

розробити та/або удосконалити інструментарій облікової та аналітичної підсистем.

Формування системи обліково-аналітичного забезпечення діяльності торгівельних підприємств дозволить підвищити якість облікової та аналітичної інформації, необхідної для плану-

вання та прогнозування діяльності таких підприємств.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 13.03.2021).

2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 р. № 291. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG4186.html (дата звернення 13.03.2021).

3. Запаси : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 від 20.10.1999 р. № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0751-99> (дата звернення 13.03.2021).

4. Касич А. О., Циган Р. М. Концепція обліково-аналітичного забезпечення управління грошовими потоками. Облік і фінанси. 2017. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2017_3_6 (дата звернення 13.03.2021).

5. Пасенко Н. С. Організація обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. URL: <http://global-national.in.ua/issue-17-2017/26-vipusk-16-kviten-2017-r-2/3246-pasenko-n-s-organizatsiya-oblikovo-analitichnogo-zabezpechennya-upravlinnya-finansovimi-rezultatami-pidpriemstva> (дата звернення 10.03.2021).

Автор

Пасенко Наталія Сергіївна, доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(Nataliya.pasenko.july@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657.92: 651.753

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАННЯ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ЕЛЕКТРОННОГО ЦИФРОВОГО ПІДПISУ

Пасічник Інна Юріївна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Розглянута сутність електронного цифрового підпису та особливості його визнання та відображення в обліку.

Ключові слова — відображення в обліку ЕЦП, визнання ЕЦП, електронний цифровий підпис, нематеріальний актив.

Електронний цифровий підпис (ЕЦП) (англ. *digital signature*) являє собою вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або за певною логікою з ним поєднується, дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача.

З точки зору технічного забезпечення використання, ЕЦП накладається за допомогою особистого ключа та перевіряється за допомогою відкритого ключа.

За правовим статусом ЕЦП прирівнюється до власноручного підпису особи або печатки підприємства (організації, установи).

Використання ЕЦП дає можливість ідентифікувати підписувача електронного документа, дозволяє однозначно визначити походження інформації (джерело інформації), яка міститься у документі, підписаному за допомогою ЕЦП. Тому ЕЦП можна вважати надійним засобом розмежування відповідальності за інформаційну діяльність у суспільстві, зокрема, відповідальності за дезінформування.

Однією з додаткових можливостей при роботі з ЕЦП, яка дозволяє точно ідентифікувати момент накладання підпису, є послуга фіксації точного часу підписання документа ЕЦП, так звана відмітка точного часу. Крім того, відмітка точного часу не дозволяє змінити значення цього часу згодом, навіть осо-

бою, яка наклала підпис. Якщо це необхідно, то можливе лише повторне підписання документа з фіксацією нового часу. Точне значення часу, який використовується для формування відмітки точного часу, здійснюється апаратними засобами Центру сертифікації ключів шляхом синхронізації з джерелами точного часу з точністю до 1 секунди.

Згідно з чинним законодавством України, позначка часу не є обов'язковим атрибутом електронного документа, підписаного електронним цифровим підписом. Вона є обов'язковою тільки для підпису документів, які є валідними протягом дії сертифікату ЕЦП, яким було підписано документ.

Чинне законодавство не визначає особливості застосування ЕЦП, щодо документів, термін дії яких перевищує термін дії ЕЦП. Крім того, в законодавстві не визначено статус підписаних документів, термін дії яких не закінчився, у разі компрометації ЕЦП. Ця невизначеність призводить до виникнення ризиків, пов'язаних з можливістю наступних атак на ЕЦП:

1) можливість використання скомпрометованого ЕЦП або ЕЦП, термін дії якого закінчився, для підпису документів заднім числом;

2) визнання підписаного документа без позначки часу, сертифікат якого на час перевірки підпису не діє, недійсним на підставі того, що неможливо встановити чи був документ підписаний дійсним ЕЦП, чи був підписаний заднім числом недійсним ЕЦП. Така атака, як правило, може супроводжуватись заявою про компрометацію ключа ЕЦП.

Така вразливість ЕЦП позбавляє змісту послуги сертифікаційних центрів, такі як призую-

пинення дії ЕЦП або реєстрація компрометації ключа ЕЦП.

Головною проблемою, яка призвела до виникнення вразливості, є сприйняття інфраструктури ЕЦП обмеженою відношеннями двох сторін, які перевіряють підпис на момент складання документа. При цьому не враховується роль арбітража при виникненні спорів відносно підписаного документа. Таким чином, для вирішення цієї проблеми необхідно розглядати валідність підписаного документа у динаміці, а не у статичі.

Слід зазначити, що проведення підпису заднім числом може бути успішно проведено з використанням чинного ЕЦП і сертифікованого програмного забезпечення переведенням системного годинника комп'ютера назад.

Враховуючи наявність такої критичної вразливості, електронний документообіг, у якому не застосовується позначка часу, обмежується підписанням документів, достовірність яких перевіряється тільки на момент підпису. Наприклад, подача електронної звітності.

Щодо електронного цифрового підпису довгострокових документів, то кожний такий документ може бути визнаний недійсним навіть протягом терміну валідності ЕЦП за наступним алгоритмом:

При виникненні суперечок щодо підписаного документа сторона, яка зацікавлена у визнанні документа недійсним, має подати заяву про компрометацію ключа, наприклад, у зв'язку з наявністю вірусів на комп'ютері де використовується ЕЦП, або за фактом наявності на цьому комп'ютері програмного забезпечення, яке надає можливість несанкціонованого доступу.

Під час початку судового процесу, який має встановити валідність підписаних документів, сторона, яка зацікавлена у визнанні документа недійсним, стверджує, що документ був складений після факту компрометації ключа ЕЦП особою-викрадачем ключа і підписаний заднім числом.

Крім того, сторона, яка зацікавлена у визнанні документа недійсним, має продемонструвати можливість підписання документа заднім числом.

Таким чином, чинна законодавча база і засоби ЕЦП, які використовуються сьогодні, призводять до неповної придатності ЕЦП для електронного документообігу у широкому змісті цього терміну.

Державно-правове регулювання використання ЕЦП здійснюється на підставі наступних нормативних актів:

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996, згідно ч. 2 ст. 9 якого підпис є обов'язковим реквізитом первинного документа [1];

Закон України «Про електронні документи і електронний документообіг» від 22.05.2003 р. № 851, ст. 6 і ст. 9 якого встановлюють можливість використання електронного підпису для ідентифікації автора [3];

Закон України «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017 р. № 2155, який визначає правові та організаційні засади надання електронних довірчих послуг, а також правові та організаційні засади здійснення електронної ідентифікації [2].

З точки зору бухгалтерського обліку особливого значення набуває питання оцінки та визнання таких активів. Вирішення цього питання багато в чому залежить від способу придбання електронного підпису.

Якщо ключ та програмне забезпечення було отримано в ДПС безкоштовно, то відповідно, в такій ситуації відсутній первинний документ, який підтверджує вартість цього об'єкта, а отже, актив визнати просто неможливо. Крім того, згідно роз'ясненням ДПС за безплатно отриманим сертифікатом кваліфікованого електронного підпису дохід також визнавати не потрібно

Якщо ключ був придбаний за кошти підприємства, то виникає питання про визнання та відображення в обліку придбаного ключа кваліфікованого електронного підпису. По-перше, при придбанні електронного підпису може бути придбаний не один об'єкт, а одразу декілька. Придбання і початок використання кваліфікованого електронного підпису може бути пов'язано з придбанням: сертифікату ключа електронного цифрового підпису;

спеціального програмного продукту (чи навіть продуктів); послуг консультативного характеру, наприклад, щодо генерування кваліфікованого електронного підпису чи з вибору і встановлення певних програмних продуктів.

Щодо вибору і встановлення певних програмних продуктів, витрати, пов'язані з їхнім придбанням доцільно списувати на адміністративні витрати (рахунок 92), тому що це витрати загальногосподарського характеру. Щодо сертифікатів електронного підпису у бухгалтерів досить часто виникають питання відносно визнання такого активу та його обліку. Найчастіше в практиці обліку використовують наступні варіанти:

1) списання витрат, пов'язаних з придбанням сертифікату ключа електронного цифрового підпису, на адміністративні витрати;

2) визнати придбаний сертифікат ключа електронного цифрового підпису як нематеріальний актив;

3) визнати придбаний сертифікат ключа електронного цифрового підпису як малоцінний необоротний матеріальний актив (МНМА) у складі вартості флеш-носія чи іншого матеріального носія, що його супроводжує.

Розглядати кваліфіковані електронні підписи як нематеріальний актив не зручно, бо через малу вартість електронних підписів, доведеться мати справу з досить незначними сумами амортизації. Враховуючи несуттєвість вартості таких активів, краще їй одразу списувати на витрати по аналогії з ліцензіями на користування антивірусним програмним забезпеченням чи підпискою на сайти. Такі витрати визнаються в обліку витратами періоду. Таким чином, доцільно вартість удосконаленого електронного підпису (за умови, що це не кваліфікований електронний підпис), якщо його вартість відділена від вартості електронного носія або фізичний носій взагалі відсутній, списувати на витрати.

В разі якщо програмне забезпечення для роботи з електронними ключами придбається окремо, таке забезпечення можна обліковувати як нематеріальний актив. Наведемо аргументацію цієї позиції. По-перше, підприємс-

тво придбаває ліцензію використання такого програмного забезпечення, по-друге, даний програмний продукт може використовуватися протягом тривалого терміну, або термін використання визначити неможливо (постійне використання).

Таким чином, доцільно обліковувати кваліфікований електронний підпис разом з електронним носієм як МНМА, не розділяючи їх. Крім того, слід зазначити, що такий же підхід використовується для обліку операційних систем, які неможливо відділити від обладнання, яке їх використовує, наприклад, операційна система Windows, яка інстальована на конкретний ноутбук, операційна система Android чи IOS на смартфоні, операційна система певного верстату з числовим програмним управлінням або подібного обладнання. В таких випадках нематеріальний актив неможливо виділити, тому що у документах на придбання таких програмних об'єктів їхня ціна відсутня, а вартість входить у загальну вартість придбаних матеріальних необоротних активів – основних засобів, МНМА.

Список використаної літератури

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999р. №996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 р. № 2155 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19>
3. Про електронні документи і електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 р. № 851 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15>

Автори

Пасічник Інна Юрїївна, к.е.н., доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (Inna.Pasichnyk@m.hneu.edu.ua).

Тези доповіді надійшли 10 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 334.75:005.311.2

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ЗВІТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА ІНТЕГРОВАНІХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ

Пилипенко Андрій Анатолійович, д.е.н., проф., м. Харків, Україна
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Анотація - Ускладнення середовища господарювання вимагають від підприємства вироблення випереджаючих реакцій на широке розмаїття факторів впливу. Основу розробки таких реакцій становить зафіксована в системі управлінських звітів інформація, що має не лише фіксувати реалізацію потенціалу підприємства, а й надавати можливість прогнозування траєкторії його розвитку.

Ключові слова - Організаційні можливості, управлінська звітність, прогнозна аналітика, консолідація інформації

Розвиток та забезпечення ефективної діяльності підприємства вимагають наявності належного інформаційно-аналітичного забезпечення менеджменту, заснованого в першу чергу на зафіксованій в системі обліку інформації. Класичним є твердження, що облік генерує інформацію для зацікавлених користувачів. При цьому слід враховувати таку особливість сучасного етапу розвитку підприємств, як поява нових концепцій управління, технологій організації діяльності, накопичення значних обсягів інформації (не лише облікової), яка може буде використана при прийнятті того чи іншого рішення.

Певного поширення зараз набув сервісо-орієнтований підхід до ведення бізнесу. Цей підхід повною мірою може бути перенесений на процес організації обліку на підприємстві. Даний підхід дозволяє розглядати облік як сервіс надання інформації зацікавленим в ній стейкхолдерам. Звітність в свою чергу виступає результатом надання сервісу з боку системи обліку зацікавленим в обліково-аналітичній інформації сторонам. Систематизація запитів з боку держави та інвесторів сформувала наявне зараз чітке уявлення про

склад та елементи фінансової та податкової звітності. Саме тут відбувається розширення парадигми бухгалтерського обліку через нівелювання його фіскального та регламентованого значення. Зафіксовані на рахунках обліку відомості набувають важливості (перетворюються у індикатори) лише у разі їх чіткої відповідності конкретному користувачу інформації. Такий користувач, по-перше, має чітке місце в організаційній структурі. По-друге, запити користувача ідентифікуються згідно до рівня архітектури підприємства. Відповідно організація обліку зводиться до поєднання описаних в [1] процесів функціонального аналізу та модульного синтезу. Тобто передбачається виділення тих функцій, які виконує підприємство, а потім обираються певні конструктивні елементи (програмні додатки, документи тощо), які забезпечують реалізацію таких функцій. Якщо тут звернутися до TOGAF [4] можна висунути пропозицію орієнтації обліку на оцінювання рівня розвитку (розкриття потенціалу) організаційних можливостей підприємства.

Отже, за рахунок орієнтації обліку та звітування на концепцію організаційних можливостей також відбувається розвиток парадигми обліку та такої її складової як управлінське звітування. У якості прикладу візьмемо концепцію формування інтегрованої звітності [3]. У випадку орієнтації на організаційні можливості дана концепція розширюється переходом від простого фіксування ефективності використання капіталу за його видам на розкриття сприяння різними видами капіталу розвитку різних організаційних можливостей підприємства.

Говорячи про організаційні можливості підприємства слід звернути увагу на ще одну вимогу до управлінської звітності та організа-

ції процесу управлінського звітування. Наявні численні розробки у даній сфері як правило орієнтовані на визначення виду та форми управлінської звітності. Проте головною вимогою є необхідність орієнтації звітності саме на випереджаюче забезпечення потреб управління. Тобто організація процесу управлінського звітування має сприяти прояву властивості проактивності в прийнятті рішень. Реалізувати таку вимогу можна на основі появи та розповсюдження систем прогнозу (предикативної) аналітики. Відповідно до такої інтеграції управлінська звітність підприємства розглядається не просто як звіт та навіть не як аналітичний зріз певного аспекту діяльності підприємства. Звітність пропонується розглядати як форму зведення варіантів вирішення того чи іншого проблемного питання. При цьому процес управлінського звітування слід зводити не стільки до агрегації даних, скільки до вчасного надання повідомлення про варіанти рішення тієї чи іншої проблеми до особи, зацікавленої в її вирішенні. При цьому за аналогією до концепції контролінгу та методу діагностики за слабкими сигналами управлінську звітність слід розглядати як форму повідомлення стейкхолдеру про загрозу виникнення проблемної ситуації. Більш того, стейкхолдер обов'язково в рамках реалізації його рольового інтересу має бути пов'язаний з тією чи іншою організаційною можливістю підприємства, а звітність – з показниками та характеристиками реалізації такої організаційної можливості.

За такого підходу можна передбачити виділення трьох рівнів зрілості процесу управлінського звітування на підприємстві. Перший рівень зрілості передбачає просте фіксування фактів господарської діяльності. Тут з точки зору організації звітування слід окремо розглядати питання фіксування певної події та інтерпретації її у відповідності з закладеними в корпоративну архітектуру правилами (фактом є відображена у управлінському звіті інтерпретація події). Така звітність дає достовірне уявлення про стан діяльності та траєкторію розвитку підприємства. Другий рівень зрілості процесу звітування передбачає розширення аналітичної складової

управлінського звіту. Звітність у даному випадку орієнтована на передбачення подій у недалекому майбутньому. Можна висунути додаткову гіпотезу щодо доречності формувати управлінську звітність даного рівня відповідно до концепції дата сторітейлінгу [2]. Третій рівень зрілості процесу управлінського звітування передбачає зазначену вище можливість проактивного вироблення керівних впливів. Тобто звіт доноситься до стейкхолдера як зведення варіантів дій в обраних сценаріях можливого розвитку подій.

Подібні пропозиції як правило стикаються з критикою, що це не є роботою бухгалтера. Проте описана в [1] сучасна версія системного підходу дозволяє вирішити таке протиріччя переш за все за рахунок усвідомлення того, що організація обліку не є самостійним напрямом наукових досліджень. Недостатньо розширити перелік облікових номенклатур за для сприяння означеному генеруванню рішень. Слід забезпечити інтеграцію таких рішень та номенклатур до архітектури підприємства. Тут варто усвідомити, що цільовою системою навіть виступає не просто розширення функціональності обліку (навіть такий підхід не завжди сприймається позитивно). Цільовою системою підприємства виступає продукція або сервіс задоволення потреб споживача. Звітність в свою чергу є лише елементом забезпечення роботи такої цільової системи (нашої системи в термінології [1]).

Список використаної літератури

1. Левенчук А.И. Системное мышление. М.: Издательские решения, 2018. 440 с.
2. Feigenbaum A., Alamalhodaie A. The Data Storytelling Workbook. London: Routledge, 2020. 256 с.
3. Idowu S.O., Baldo M.D. Integrated Reporting. Antecedents and Perspectives for Organizations and Stakeholders. Switzerland: Springer, 2019. 405 с.
4. The TOGAF Standard. Version 9.2. U.S.: The Open Group, 2018. 532 с

Автор

Пилипенко Андрій Анатолійович, завідувач кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (aapil@hneu.edu.ua)

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657.1

ТРАНСФОРМАЦІЯ СТРУКТУРИ АКТИВІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Писарчук Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м.Харків, Україна

Анотація — В роботі визначено особливості нового типу економіки, яка визначається як інформаційна економіка, економіка знань. Представлена трансформація змістовного наповнення категорії інформаційного ресурсу в сучасних. Інформаційний ресурс, є основою прийняття управлінських рішень, і, відповідно є інформаційним базисом в системі управління розвитком підприємства. Автором було розглянуто активи підприємства, в розрізі їх складових, як об'єкт управління в системі управління розвитком підприємства, із визначенням напрямків трансформації управлінського впливу.

Ключові слова — активи, інформаційна економіка, людський капітал, управління розвитком, цифрова економіка.

В сучасному суспільстві процеси трансформаційні процеси швидко охоплюють всі сфери соціально-економічних відносин, як в горизонтальному розрізі, так і за всією вертикаллю. Глобалізаційні процеси поряд з активним розвитком інформаційних технологій стали одним з факторів формування нового типу економіки. Деякі вчені визначають її як інформаційну економіку, економіку знань [1;4]. Інформаційний ресурс набуває якісно нового значення в структурі факторів розвитку економіки. Знання стають базисом для продукування нових знань. Інформація та знання набувають нових властивостей, вони стають фактором створення «нового продукту», фактично одним з факторів виробництва. В той же час, продовжуючи виконувати функцію забезпечення та інформаційної підтримки діяльності.

Однією з специфічних характеристик ін-

формаційного ресурсу, в умовах широкого розповсюдження мереж, є дуже високі темпи розповсюдження інформації, її тиражування, доступність для широкого кола зацікавлених суб'єктів. Все це об'єктивно призводить до значного скорочення часового лагу можливості одержання певних конкурентних переваг, за рахунок володіння певною унікальною інформацією. Вільне переміщення різних видів ресурсів та капіталу в міжнародному форматі, обумовлює необхідність постійного реагування на сучасні виклики. Водночас, швидкими темпами відбуваються процеси цифровізації як суспільства в цілому, так і всіх ланок соціально-економічних відносин.

Економічна криза, яку спричинила всесвітня пандемія COVID-19, як індикатор виявила найбільш гострі проблеми соціально-економічного розвитку. Значна кількість суб'єктів господарювання в усьому світі виявились неготовими до таких викликів. Запровадження жорстких обмежень щодо контактів між людьми, на фізичне переміщення, призвело до стрімкого падіння економічної активності за всіма сферами життєдіяльності майже у всіх країнах світу.

Пандемія призвела до світової кризи, наслідки якої, за оцінками ООН, що було оприлюднено в економічному звіті [2], призвели до значного падіння світової економіки на 4,3 %, що значно перевищує вплив світової фінансової економічної кризи 2008 року.

За даними Міжнародної організації праці (МОП) ILOSTAT [3], запровадження обмежувальних заходів відбулось в країнах, що охоплює 93 % працівників всього світу.

Однією з особливостей економічної кризи, спричиненою пандемією є людський фактор. Майже вся сукупність заходів, що були за-

провадженні в країнах світу, та спрямовані на запобігання розповсюдження вірусного захворювання, прямо чи опосередковано призвели до обмеження фізичних контактів людей. З одного боку, в глобальному ланцюгу економічних відносин саме люди є кінцевими споживачами товарів та послуг, з іншого, це один з факторів виробництва. В залежності від галузі, в структурі ресурсів суб'єкта господарювання, частка зазначеної складової та її вплив на сталість діяльності може варіюватись. Для деяких галузей, особливо в сфері послуг, обмеження людського фактору стало критичним.

Водночас, пандемія виявила критичний рівень неготовності підприємств, установ, організацій та їх працівників швидко перейти на інший формат взаємодії без значних втрат в якості та обсягу виконання робіт. За оцінками [3] в 2020 році втрати робочого часу в світі склали 8,8% у порівнянні з IV кварталом 2019 р., що дорівнює в еквіваленті втрати 255 млн. робочих місць з повною зайнятістю. Все це обумовлено тим, що в структурі активів підприємства фактор людського ресурсу є недооцінений.

В умовах кризи, що була спричинена світовою пандемією, суб'єкти господарювання зіткнулись з дуальною проблемою. З одного боку стрімке зниження економічної активності вимагає пошуку шляхів мінімізації витрат, в тому числі витрат на трудові ресурси, з іншого боку, необхідність збереження якісного людського ресурсу, як фактору розвитку підприємства в умовах інформаційної економіки.

Автором проводились дослідження щодо системи управління інноваційним розвитком підприємства. Серед напрямків підвищення результативності управління розвитком вважаємо за доцільне об'єкт управління розглядати як кортеж, до складу якого входить сукупність бізнес-процесів підприємства, а також вся сукупність формалізованих та неформалізованих активів. А саме, матеріально-фінансових, організаційних, технологічних, людських, репутаційних та стратегічних. система управління розвитком підприємства передбачає сукупність інструментарію щодо

впливу на кожний елемент кортежу. На сьогодні система управління розвитком потребує урахування нового значення інформаційних ресурсів, а також високих темпів розповсюдження цифрових технологій. Це обумовлює перехід до нового формату оцінки фактору людського ресурсу.

Так, робоча сила має розглядатись не з точки зору витратної складової, а з точки зору активу. Причому інвестиції в цей актив має підлягати капіталізації, з відповідним відображенням в обліку. Іншим аспектом є зміна розгляду робочої сили не з позиції сукупності бізнес-процесів для виконання, а з позиції сукупності вмінь, навичок, переважно не стандартизованого характеру. Світові тенденції щодо соціально-орієнтованих аспектів розвитку економік, також впливає на підходи до управління людськими ресурсами.

Таким чином, саме фактор людського ресурсу, зміни підходів до його оцінювання та управління вносить значні зміни в структуру активів сучасного підприємства, і відповідно в сукупність інструментарію систем управління розвитком підприємства.

Список використаної літератури

4. Алексанян, А. Г. Інформаційна економіка: вплив на можливості людського розвитку. Соціально-трудові відносини: теорія та практика: зб. наук. пр. – Київ : КНЕУ, 2018. № 1. с. 397–403.
5. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Seventh edition Updated estimates and analysis. International Labour Organization URL: <https://ilostat.ilo.org/topics/unemployment-and-labour-underutilization/>
6. Новини ООН Мирова економіка после пандемии: ООН призывает к глобальной консолидации URL: <https://news.un.org/ru/story/2021/01/1395082>
7. Хусаїнов Р. В. Економіки знань : сутність, складові, специфіка / Р. В. Хусаїнов, А. Ю. Янченко, М. М. Руденко // Молодий вчений. – 2015. – № 11 (26) – С. 95–103

Автори

Писарчук Оксана Володимирівна, доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (oksana.pysarchuk@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції

ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR CORPORATE STRATEGIES IN INTERNATIONAL BUSINESS

Prokopishyna O. V.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics / department of accounting and business consulting, Kharkiv, Ukraine

Abstract — The existence and development of international companies are impossible without rational strategy management decisions. Accounting and analytical support of international strategy management allows the formation of the information base of strategy development and enhancement by providing qualitative information about changes in the external and internal environment of international markets.

Key Terms - Accounting, analysis, international business, corporate management

Corporate strategy is the subject of growing scientific interest in the academic community and attention of practitioners in modern business environment. From the academic point of view it was the subject of investigations of R. Rumelt and D. J. Teece [7], A. Chandler [3], E. Feldman [4] and others [2, 5, 6].

Comprehensive strategy is one of the important features of modern international corporations. The current international practice of corporate governance is influenced by rapid internal and external changes, which undoubtedly affects the quality and stability of the development and implementation of corporate strategy. Strategic decisions are crucial for doing business and, if implemented, have long-term and irreversible consequences. This means that the implementation of strategic decisions changes the potential of international corporations, and even if it is possible to return to the previous state of the managed asset, it requires significant investment of time, resources and efforts.

Most strategic management researchers focus on progressive organizations, such as large cor-

porations [2]. Such organizations are mainly focused on development, rather than growth and competition, which depend on the choice of strategic behavior. This encourages development of effective strategic management systems aimed at implementing an overall corporate strategy.

According to A. Chandler [3] corporate strategy is defined as the process by which a diversified company approves the principles of its activities in various industries, as well as activities and approaches aimed at improving the company's performance. R. Lynch [6] uses corporate strategy in two approaches: firstly, as an instrument to strengthen competitive advantage and to increase the value of business, and secondly, to describe the activities of senior management.

I. Ansoff, the founder of the theory of strategic planning, defines corporate strategy as a complex relationship between portfolio and competitive strategies and their components [1]. I. Ansoff emphasizes that the portfolio strategy is related to a group of the main activities of the company, while the competitive strategy is related to operational problems in certain areas.

R. Lynch [6] argues that a corporate strategy is a set of key goals, directions, key plans or policies to achieve them, set to determine in which business the company operates or intends to operate, and what type of company it is or intends to become future. When considering actions, each organization must manage its strategies in the following three areas: the organization's internal resources, the external environment, and its ability to create value.

The study of modern research makes it possible to consider corporate strategy as:

a strategy that describes the general direction of growth of the enterprise, the development of its production and marketing activities, ie a strategy that defines how to manage different types of business to balance the portfolio of goods and services;

a comprehensive plan for future, that determines in the long run the direction and scope of the company in their industries and markets, aims to survive at least and create significant added value at most;

complex and flexible system of numerous relations, capable of including various market, organizational, technological and other changes;

the way a company creates value by shaping and coordinating its actions in different markets.

Management information in the field of corporate strategy, according to E. Feldman [4], is poorly structured, so decisions made on its basis can lead to unexpected results. While developing the theoretical foundations of strategic management E. Feldman [4] proposes to distinguish between internal, inter-organizational and non-organizational management decisions (Table 1).

Table 1

Management decisions in corporate strategic management

Type of management decision	Scope of solution implementation
Internal organizational management decisions	Coordination of material, financial, labor and information resources of the corporation
Inter-organizational management decisions	Coordination of the corporation's relations with other market participants
Non-organizational management decisions	Definition of business processes that fall within the scope of the corporation

The internal organizational plane includes management decisions on the strategy of using resources (including strategic resources) to achieve the goals of the corporation; the inter-organizational plane includes management decisions on technologies of accumulation of experience of corporate decision-making of strategic decisions, incl. operations of purchase and sale of controlling stakes in companies. The non-organizational plane includes management decisions on the fundamental update of the configuration of resources and business opportunities by

creating flexible alliance business structures. In this case, strategic resources are resources that are strategically important for gaining competitive advantage, while the stable competitive advantage of the company is determined by internal resources and its competitive position in the industry.

Management decisions in the process of development, implementation and development of corporate strategy, as evidenced by D. J. Teece [7], should be based on the results of continuous monitoring of changes in internal and external environment by strategic parameters in areas of value creation and consumption.

An effective corporate strategy is presented as an integrated system in which the main elements are consistent with each other. An effective corporate strategy is an orderly set consisting of five elements: vision, resources, goals and objectives, businesses and organization, which all together, like a system, lead to the formulation of an advantage that further creates economic value. To achieve the maximum effect, all elements must depend on and support each other and work in harmony. Types of corporate strategies of global companies are presented in table 2.

Table 2

Corporate strategies of global activity

Criteria for classification of strategies	Varieties of corporation strategies
The method of formation of corporations	Transnationality strategy, multinational strategy
The purpose of establishing branches	Production strategy, sales strategy, production and sales strategy
Dynamics of development	Strategy of forced development, deferred development strategy
Orientation of development	Strategy of consistent development, Strategy of simultaneous development, Strategy for optimizing the set of directions for competitive development
Interaction with the state	Strategy of constructive interaction, control strategy, conquest strategy
Share of the state in the "chain" of the corporation	Strategy of founding national corporation, strategy to encourage foreign corporations

Global companies are companies that produce goods and services based on monopolistic or oligopolistic position with share of 80 % and more of the world market, the international nature of the organization of production, development and marketing of products with integrated management and the nature of the property, not allowing to assign them to any national economy. Global companies build and plan their activities, initially considering the world economy as a single market. The basis for the emergence and development of global companies is direct investment. For their successful functioning, a global intra - corporate market and a system of constant exchange of information are necessary.

Accounting and analytical provision, as part of the management system of global companies is based on a clear combination of accounting and analytical operations. The basis of accounting and analytical support is the data of operational, statistical, financial and management accounting, as well as production, commercial, financial information about changes in the internal and external environment. The combination of accounting and other information should provide high quality and control, and therefore increase the efficiency of international strategy management (ISM) decisions. Constant unpredictable changes in the external environment increase the requirements for accounting and analytical support ISM, in particular through the deepening of relationships with other information management systems. A partial solution to this problem is provided by the rapid growth of capabilities and improvement of technical and technological characteristics of modern information processing tools and software for the collection, processing and transmission of large amounts of data. At the same time, the problem is not only the receipt and transmission of the necessary information, but also the restriction nonrelevant for ISM information. Excessive, low-quality, untimely and unreliable information not only overloads information channels, requires additional costs for its verification and processing, but also increases the risk of making erroneous ISM decisions. There is no doubt that one of the basic principles of information support is various sources of information and its

verification. Thus, it is not the machine processing of the database, but only the competence of the employees of the ISM department that makes it possible to select from the data set those that should become the information base for the development and adoption of ISM decisions. Generalized and verified information is subject to analysis by applying analytical and economic-mathematical methods to study the dynamics, structure, relationship between phenomena and processes. The result of the operation of accounting and analytical support of international strategy management are reports certificates and source information, which is the basis for decision-making and control over the implementation of complex tasks of development and implementation corporate strategies of global companies.

References

1. Ansoff H. I. The emerging paradigm of strategic behavior / H. I. Ansoff [Electronic resource] – Access mode: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.4250080602>
2. Cartwright R. Strategies for hypergrowth / R. Cartwright. – Oxford: Capstone. - 2002. – 420 p.
3. Chandler A. D. Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise / A. D. Chandler. [Electronic resource] – Access mode: <https://books.google.com.ua/books?hl=ru&lr=&id=xvz4WOOYzmAC&oi=fnd&pg=PA1&dq>
4. Feldman E. R. et al. Corporate strategy: Past, present, and future //Strategic Management Review. – 2020. – Т. 1. – №. 1. – P. 179-206.
5. Gluck F. W. The evolution of strategic management / F. W. Gluck. [Electronic resource] – Access mode: <http://www.mckinseyquarterly.com/>
6. Lynch R. Towards an innovation link between dynamic capabilities and sustainability strategy: options for emerging market companies //International Journal of Innovation and Technology Management. – 2019. – Т. 16. – №. 4. – P. 194003.
7. Rumelt R. P., Schendel D., Teece D. J. Strategic management and economics / R. P. Rumelt, D. Schendel, D. J. Teece //Strategic management journal. – 1991. – Т. 12. – №. S2. – С. 5-29.

Author

Prokopishyna O. V., associated professor of department of accounting and business consulting, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (elena_prokopishin@ukr.net).

Manuscript received March, 15, 2021.

Published as submitted by the author.

УДК 657.222

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Собакар Маргарита Вікторівна, аспірант, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — досліджено тенденції використання криптовалют в діяльності суб'єктів господарювання та обґрунтовано необхідність їх визнання об'єктом обліку. Зазначено основні підходи до визнання криптовалют в якості активу підприємства та розглянуто можливість та умови їх віднесення до складу нематеріальних активів.

Ключові слова — актив, визнання, криптовалюта, нематеріальні активи, облік.

Сучасному етапу розвитку світової економіки, що характеризується як інформаційна економіка, притаманні такі основні особливості, як стрімкий розвиток цифрових технологій та розширення віртуальної сфери в функціонуванні суб'єктів господарювання. Одними з основних тенденцій цифровізації економіки є створення інноваційних способів функціонування фінансового ринку та створення фінансових потоків на основі технології блокчейну. Даний процес відбувається через стрімкий розвиток та розширення використання криптовалюти (що трактується як цифрова система платежів та грошових переказів, заснована на новітніх технологіях за принципами криптографії з метою функціонування як безпечної, анонімної, децентралізованої, стабільної віртуальної валюти [2]) в якості платіжного засобу та способу накопичення та зберігання активів підприємств. Використання криптовалют є новим економічним явищем, що вносить кардинальні зміни до традиційних бізнес-процесів економічних суб'єктів.

Перспективи використання криптовалюти на підприємствах пов'язані з їх перевагами порівняно з традиційними грошовими, матеріальними та нематеріальними активами, до яких можна віднести зростаючу ринкову вар-

тість, швидку процедуру покупки, без залучення фінансових посередників, незалежність від політичних факторів.

Незважаючи на значне використання криптовалют у практичній діяльності, нормативна база для регулювання таких операцій все ще залишається не розробленою. Особливо це стосується питань обліково-аналітичного забезпечення управління криптовалютою, що включає проблему визнання таких активів об'єктом обліку. Сьогодні відсутній нормативний документ щодо регламентації обліку криптовалюти. Проте, даному питанню в останній час активно присвячують свої праці як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, серед яких Д. Блейк, Х. Бірмен, Б. Нідлз, Бруханський Р. Ф., Спільник І. В., Галушка Є. О., Пакон О. Д., Стовпова А. С., Яцик Т. В. та ін.

На сьогодні ринок криптовалют успішно функціонує та активно розвивається. Кількість криптовалют постійно зростає, і зараз налічується більше 2455 криптовалют в світі, основні з яких представлені в табл. 1 [8].

Таблиця 1

Вартість основних криптовалют станом на березень 2021 року

№ п/п	Назва криптовалюти	Скорочена назва	Ціна, дол. США
1	Bitcoin	BTC	60 387,39
2	Ethereum	ETH	1 886,40
3	Binance Coin	BNB	268,34
4	Tether	USDT	1,00
5	Cardano	ADA	1,08

Найбільш відомою, поширеною та дорогою криптовалютою є біткоїн (Bitcoin), вартість якого в останній час стрімко зростає (рис. 1), що ще раз підкреслює зростання розширення використання даного класу активів та необхідність розробки облікового забезпечення для управління ними [3].

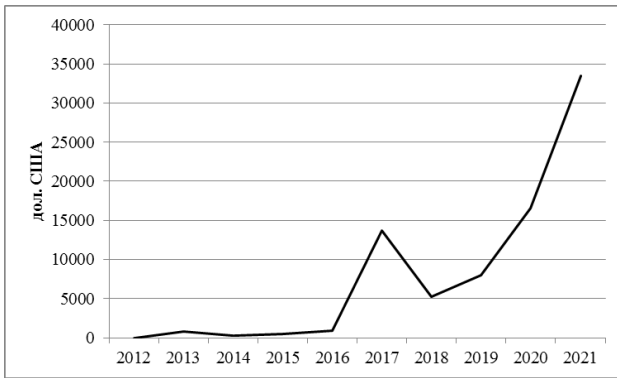


Рис. 1. Курс біткоіна за 2012-2021 роки

На сьогодні офіційно криптовалюти ще не визнаються об'єктом бухгалтерського обліку, так як ні в МСФЗ, ні в П(С)БО не розроблено положення щодо порядку їх визнання, оцінки та відображення в системі обліку.

Можливість визнання криптовалют об'єктом обліку можна проаналізувати на основі вимог до визнання активів, що встановлено в Н(П)СБО 1, а саме:

- 1) контрольованість в результатів минулих подій;
- 2) отримання майбутніх економічних вигод [5].

Актив є контрольованим суб'єктом господарювання за умови наявності повноважень отримувати майбутні економічні вигоди, та обмежувати доступ інших до цих вигід. Здатність до контролю, як правило, виходить з юридичних прав [4]. Контрольованість криптовалют як активу в результаті обміну або майнингу полягає у наявності електронного гаманця, що є основою прав у підприємства щодо власності та управління криптовалютами як активом.

Економічні вигоди від використання активу полягають в отриманні грошових потоків від його використання. Розглядаючи криптовалюту, дана характеристика чітко прослідковується за умови використання криптовалют в якості інвестиційного активу та способу накопичення активів та збереження їх вартості. Тобто, використання криптовалют з метою збільшення капіталу та можливість їх реалізації після зростання вартості є основою отримання економічних вигод та визнання їх в якості активу та об'єкту обліку.

Таким чином, зважаючи на ознаки криптовалют, вони мають бути визнаними об'єктом бухгалтерського обліку, що в свою

чергу стане основою ефективного управління даним класом активів, та підвищить достовірність фінансової звітності.

Одним з найбільш дискусійних питань в процесі розробки облікової політики щодо криптовалют є віднесення їх до одного з класів активів підприємства. Зважаючи на велику кількість криптовалют, вони можуть мати різне призначення: від засобу платежу у форму електронних грошей до засобу залучення капіталу або зберігання активів підприємства. Відповідно до таких призначень, не можна виділити єдиний підхід до віднесення криптовалют до певного класу активів та універсальну методику до їх відображення в системі обліку та звітності. Так, існує кілька напрямів для визнання криптовалют в системі обліку, а саме [9]:

- фінансові інструменти;
- запаси – використовується брокерами, які утримують криптовалюту для продажу у звичайному ході бізнесу;
- нематеріальні активи – при утриманні криптовалют для інвестиційних цілей.

Необхідно зазначити, що незважаючи на трактування криптовалюти в якості віртуальних грошей та платіжного засобу, спеціалістами компаній «великої четвірки» зазначається, що так як криптовалюта офіційно не емітована жодною із держав, не випускається банком та офіційно не може бути засобом платежу, то вона не має ознак грошей, а тому в обліку не може визначатися як грошові засоби [9].

Кожен із зазначених підходів не є єдиним чи універсальним способом обліку криптовалюти і має застосовуватись при наявності певних умов в діяльності підприємства та особливостей його операцій з віртуальною валютою.

Розглянемо основні особливості та характеристики процесу обліку криптовалют в складі нематеріальних активів підприємства. Можливість відображення криптовалют як нематеріальних активів залежить від відповідності критеріям визнання згідно з МСБО 38 та П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [4; 6]: немонетарний актив, відсутність матеріальної форми, ідентифікованість.

Виходячи із зазначеного, виконуються умови визнання криптовалюти нематеріальним активом:

1) немонетарність – відсутність ознак грошових коштів, а також приналежності до активів, які мають бути отримані у фіксованій або визначеній сумі грошей;

2) нематеріальність, так як всі операції відбуваються в електронній формі;

3) ідентифікованість – можливість відокремити або відділити від суб'єкта господарювання, в основному в результаті продажу.

Але на даному етапі визнання виникає протиріччя відносно строку використання активів. Нематеріальні активи відносяться до необоротних активів підприємства, що передбачає строк використання понад 12 місяців. Проте, у зв'язку із відсутністю серед критеріїв визнання нематеріальних активів вимог до строку використання, на думку автора, крипто валюта незалежно від строку використання може бути віднесена до нематеріальних активів. Проте, для уникнення дискусійності даного моменту, як і взагалі питань щодо обліку криптовалют, має бути прийнято спеціалізований стандарт обліку або внесено доповнення до існуючих.

В результаті неврегульованості операцій з криптовалютами в Україні, відсутній загальний підхід до порядку їх відображення в обліку. Тому автором надаються рекомендації щодо кореспонденції рахунків щодо визнання в обліку криптовалюти в якості нематеріальних активів (табл. 2). Визнання криптовалюти в складі нематеріальних активів та подальший облік рекомендується відображати рахунку 127 «Інші нематеріальні активи» з аналітикою 127.1 «Криптовалюта».

Таблиця 2

Визнання криптовалюти в обліку

№ п/п	Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
		Дт	Кт
1	Відображено витрати на придбання криптовалюти	154	631
2	Понесено додаткові витрати на формування та придбання криптовалюти	154	661, 685, 133
3	Визнано криптовалюту об'єктом нематеріальних активів	127.1	154

Таким чином, зростаюча тенденція до використання криптовалюти в діяльності суб'єктів господарювання вимагає розробки методичних підходів до її обліку. Подальшим напрямом дослідження є документальне оформлення операцій із криптовалютами, розробка підходів до їх оцінки та методики формування собівартості. Крім того, необхідна регламентація обліку криптовалют у формі окремого стандарту обліку щодо засад визнання, оцінки та відображення криптовалют на рахунках обліку та у звітності.

Список використаної літератури

1. Бруханський Р. Ф., Спільник І. В. Криптоактиви у системі бухгалтерського обліку та звітності. *Проблеми економіки*. 2019. № 2 (40). С.145-156.
2. Галушка Є. О., Пакон О. Д. Сутність криптовалют та перспективи їх розвитку. *Молодий вчений*. 2017. № 4 (44). С.634-638.
3. Курси криптовалют, BitcoinNEWS – аналітичний сервіс по темі біткойна і криптовалют. URL: <https://bitcoinnews.blog/> (дата звернення: 14.03.2021).
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи». URL: <https://ips.ligazakon.net/document>. (дата звернення: 14.03.2021).
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 14.03.2021).
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» від 18 жов. 1999 р. №242. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text> (дата звернення: 14.03.2021).
7. Стовпова А. С. Криптоактиви як об'єкт бухгалтерського обліку. *Економіка та держава*. 2018. № 8. С. 76–80.
8. BTC Price Live Data. URL: <https://coinmarketcap.com/currencies/bitcoin/> (дата звернення: 14.03.2021).
9. Cryptographic assets and related transactions: accounting considerations under IFRS. *PwC*, 2019 : website. URL: <https://www.pwc.at/de/newsletter/ifrs/in-brief-in-depth/2020/01-2020-in-depth-crypto.pdf> (accessed on: 14.03.2021).

Автор

Собакар Маргарита Вікторівна, аспірант кафедри обліку і бізнес-консалтингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (rita.vikt@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 15 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 336.74:004

ПОНЯТТЯ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ, ЇХ КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ТА ВИДИ

Фартушняк О.В., кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — У даній роботі досліджено сутність електронних грошей, їх види та класифікаційні ознаки. Надано авторське тлумачення поняття «електронні гроші». Визначено подальші перспективи застосування електронних платежів та їх переваги і аспекти відображення в обліку.

Ключові слова – безготівкові платежі, електронні гроші, платіжні системи, віртуальна валюта, фіатні електронні гроші, нефіатні електронні гроші, децентралізовані платіжні системи, смарт-карта.

В сучасній економіці гроші відіграють суто функціональну роль. Їх основна задача - бути одиницею для розрахунків, служити задля збереження вартості об'єкта та забезпечувати проведення платежів. Проте останні роки з'явилася тенденція поширення та масового вжитку нового виду валюти як електронні гроші.

Дослідженням особливостей, нормативно-правового регулювання операцій з електронними грошима присвячено праці провідних науковців України та світу, зокрема Т.І. Батракова, А. Ю. Грінченко, Н. Л. Шишкової, Є. Ю. Мороз, М. В. Савлук, В. Кравчук, Д. Науменко, А. Глибовець та ін. Проте, існують не до кінця розв'язанні питання щодо сутності електронних грошей, їх різновидів та відображення в обліку.

Основною метою даного дослідження є визначення особливостей фіксування віртуальних валют, надання оцінки сутності електронних грошей як самостійної одиниці виміру та узагальнення класифікаційних ознак таких грошей.

Як будь-яка ділянка обліково-аналітичної системи електронні гроші мають певне нормативне регулювання, яке викладено у «Положенні про електронні гроші в Україні», постановою НБУ №481 від 4.11.2010 р. (далі Положення) та Законі про платіжні системи та переказ грошей №2346-14 (далі - Закон).

Необхідно зазначити, що у п.15.1 Закону викладено поняття «електронних грошей», під якими розуміють «одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, які приймаються як засіб платежу іншими, ніж емітент, особами і є грошовим зобов'язанням особи, що виконуються в готівковій або безготівковій формі» [1].

Проте існують і інші підходи до визначення сутності електронних грошей й чимало дослідників надають своє тлумачення. Так, Т.І. Батракова та А. Ю. Грінченко наголошують, що основною рисою електронних грошей є повна анонімність та захищеність [2]. На думку Н. Л. Шишкової та Є. Ю. Мороз електронні гроші унікальні за своє економічною та правовою формою [3]. А М.В. Савлук порівнює електронні гроші з депозитом, але які здійснюють свій рух за допомогою комп'ютерних систем [4]. В. Кравчук, Д. Науменко та А. Глибовець визначають як різновид «фідуціарних» грошей, які випущені для розрахунків, але не мають власної внутрішньої вартості [5].

Узагальнюючи вищенаведені тлумачення поняття «електронні гроші» можна запропонувати таке визначення: електронні гроші – це унікальні засоби платежу, які не мають власної ідентифікованої вартості, зберігаються на електронному пристрої та здійснюють свій рух за допомогою інформаційних комп'ютерних систем.

Таким чином, можна стверджувати, що електронні гроші – це самостійний економічний підвид, який має свої специфічні ознаки та види.

Щодо класифікації електронних грошей, то можна зазначити про різноманітність думок науковців. Проте, більшість виділяє лише три види: фіатні, нефіатні та віртуальні (ігрові).

На рис. 1 наведено класифікаційні ознаки та види електронних грошей.

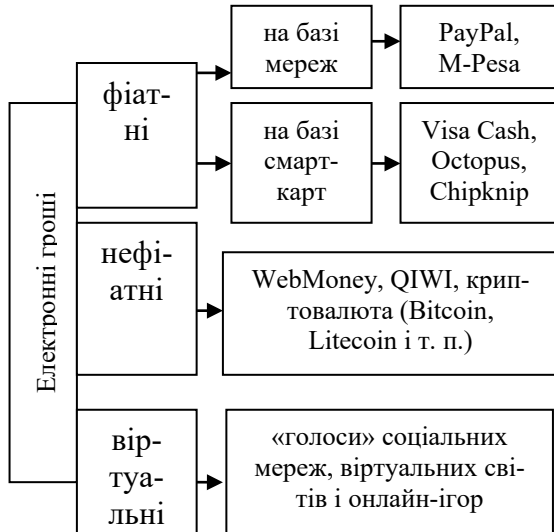


Рис. 1. Класифікаційні ознаки та види електронних грошей

Зручність, різноманіття форм і низька собівартість розрахунків за допомогою електронних грошей, є суттєвою перевагою як для учасників розрахунків, так і для державних контролюючих органів.

Що стосується облікового аспекту відображення електронних грошей, то для цього доцільно застосовувати рахунок 33 «Інші кошти» та вводити окремий субрахунок 335 «Електронні грошові кошти». Проте, впровадження нового субрахунку 335 «Електронні грошові кошти» не вирішило суперечностей у питаннях сутності та обліку електронних грошей та потребують подальшого дослідження.

Для подальшого успішного розвитку електронних грошей необхідним є: впровадження виваженого правового регулювання

, з метою контролю; усунення певних складнощів з перерозподілом суб'єктів ринку і сфер регулювання між регуляторами, а також вирішення питання з програмно-технічними комплексами.

Таким чином, виходячи з існуючих реалій, електронні гроші несуть в собі ряд позитивних явищ, а саме: поява нових інноваційних систем платежу, істотне зменшення частки обігу паперових грошей та зниження частки тіншової економіки. Вони є перспективним платіжним інструментом, але існують численні ризики шахрайства.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» № 2346-14 від 16 трав. 2001 р. Верховна Рада України.. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2346-14/page2>.
2. Батракова Т. І, Грінченко А. Ю. Проблеми та перспективи розвитку електронних грошей в Україні. *Мукачівський державний університет*. 2016. № 7. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal>.
3. Шишкова Н. Л., Мороз Є. Ю. Електронні гроші: сутність та проблеми використання в Україні. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2017. № 4. С. 39-51. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2017_4_7
4. Савлук М.В. Електронні гроші : сутність та порівняльний аналіз якісних властивостей : [Сутність; оборот електронних грошей; порівняльна характеристика електронних і традиційних грошей]. URL:http://books.zntu.edu.ua/book_info.pl?id=51859
5. Кравчук В., Науменко Д. & Глибовець А. (2012). *Електронні гроші в Україні: аналітичний звіт*. Київ. Альфа-ПІК.

Автор

Фартушняк Ольга Вікторівна, к.е.н., доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця (olha.fartushniak@hneu.ua).

Тези доповіді надійшли 25 лютого 2021 року.
Опубліковано в авторській редакції.

УДК 338.24

БІЗНЕС-ПЛАН МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА – СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СКЛАДАННЯ

Часовнікова Юлія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація – Розглянуто особливості отримання кредиту малими підприємствами за Державною програмою 5-7-9% та визначена необхідність складання для цього бізнес-плану із обґрунтуванням інвестиційного плану. Доведена доцільність розробки модельної форми бізнес-плану та закріплення її на законодавчому рівні.

Ключові слова – бізнес-план, державна підтримка, кредитування, мале підприємство, суб'єкти малого підприємництва.

Мале підприємництво – це особлива ланка суб'єктів господарювання, що на власний ризик, використовуючи обмежені матеріальні, трудові та фінансові ресурси здійснюють діяльність, що спрямована на отримання прибутку і задоволення своїх економічних та життєвих потреб.

Категорія "мале підприємство" існує в рамках законодавчого визначення поняття суб'єкти малого підприємництва, що наведено в Господарському кодексі України та Законі України "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні" [1, 5]. Так, суб'єктом малого підприємництва, є юридична особа, у якої річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн. євро (в тому числі 2 млн. євро для суб'єктів мікропідприємництва), визначену за валютним курсом, встановленим НБУ.

Одним з основних напрямів державної політики в Україні в галузі розвитку малого підприємництва є забезпечення фінансової державної підтримки шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами [5]. В рамках цього напряму державної підтримки, у січні 2020 року прийнято Порядок надання фінансової державної підтримки

суб'єктам малого підприємництва [4], який передбачає реалізацію Державної програми "Доступні кредити 5-7-9%" [2] з метою розвитку малого підприємництва, збільшення національного виробництва, впровадження інноваційної діяльності малих підприємств, розвитку імпортозаміщення, експортної діяльності та ін.

Порядок окреслює відповідність малих підприємств критеріям та зазначає, що вони визначаються уповноваженими банками, які здійснюють оцінку кредитоспроможності та кредитування суб'єктів малого підприємництва відповідно до власних правил та процедур.

Для новоствореного бізнесу або стартапу малі підприємства повинні мати бізнес-план щодо реалізації інвестиційного проекту, на впровадження якого вони залучають кредит від уповноваженого банку.

На цьому етапі малі підприємства стикаються з проблемою. Тому що неможливість введення в штат спеціаліста з цього питання, викликана обмеженістю дозволеної кількості штатних працівників для суб'єктів малого підприємства або нестача коштів для залучення стороннього спеціаліста з розробки бізнес-плану, наприклад в спеціалізованій фірмі, де вартість цієї послуги коштує в середньому 10 тис. грн. призводить до того, що керівництво малого підприємства за відсутністю певної економіко-правової підготовки вимушено самостійно розробляти бізнес-план для отримання кредиту.

Для того, щоб бізнес-план врахував інтереси саме цього інвестиційного проекту, необхідно вивчити та опанувати складні методи розробки бізнес-планів, такі як Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів [3].

Малі підприємства можуть отримати кредит на придбання нових та тих, що були у ви-

користанні основних засобів, їх модернізацію, придбання нежитлової нерухомості та/або земельних ділянок без права передачі в оренду, будівництво та реконструкцію приміщень, придбання прав інтелектуальної вартості (франчайзинг), поповнення обігових коштів [2].

На сьогоднішні законодавство не містить вимог до обов'язкової наявності бізнес-плану у суб'єктів підприємництва, проте, якщо у малого бізнесу є потреба в залученні коштів для розширення власної справи, то як вже було зазначено, банки для розгляду відповідної заявки, вимагатимуть надання розробленого бізнес-плану.

Саме тому вважаємо за доцільне розробку на законодавчому рівні модельної форми бізнес-плану малого підприємства, по аналогії з розробленою формою модельного статуту для товариства з обмеженою відповідальністю, яку може застосовувати підприємство відповідної організаційно-правової форми при проведенні державної реєстрації. Внесення змін в цю форму не дозволяється, підписувати та нотаріально засвідчувати такий статут не потрібно, необхідно лише зробити відмітку у відповідній графі реєстраційної заявки.

Пропонований бізнес-план необхідно скласти у табличній формі із заповненням відповідних граф за наступною структурою:

1. Резюме:

бізнес - ідея
мета і стратегія
основні види діяльності
цільова аудиторія
термін окупності;

2. Маркетингові дослідження:

product
price
place
promotion
people
process
physical evidence;

3. Організаційно-правова форма підприємства:

організаційна структура
кадри
податки
ліцензії
страхування;

4. Собівартість продукції (товарів, послуг)

калькуляція продажів
постійні витрати
змінні витрати

5. Фінансовий план:

план продажів
план витрат
план прибутку
план руху грошових коштів
джерела фінансування;

6. Оцінка ризиків:

SWOT-analysis;

7. Додатки.

Саме таким чином, для потреб малих підприємств при отриманні кредиту за програмою "Доступні кредити 5-7-9%" має сенс закріпити нормативно уніфіковану форму бізнес-плану, що буде враховувати потреби суб'єктів малого підприємництва в рамках їх інвестиційного проекту.

Список використаної літератури

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (Дата звернення 13.03.2021)

2. Доступні кредити 5-7-9%. Державна програма. URL : <https://5-7-9.gov.ua/#prog> (Дата звернення 13.03.2021)

3. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів. Наказ державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 № 73. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0073537-10#Text> (Дата звернення 13.03.2021)

4. Про надання фінансової державної підтримки. Постанова Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 28 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/28-2020-п#Text> (Дата звернення 13.03.2021)

5. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні. Закон України від 22 березня 2012 року № 4618-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (Дата звернення 13.03.2021)

Автор

Часовнікова Юлія Сергіївна, к.е.н., доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця

(Julia.Chasovnikova@hneu.net)

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

УДК 657. 4: 334.75

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНСОЛІДАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Ярцева Ольга Сергіївна, аспірант кафедри обліку і бізнес-консалтингу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Доведена необхідність орієнтації організації системи збирання обліково-аналітичної інформації на забезпечення потреб менеджменту бізнес-процесів підприємства. Висвітлено шляхи трансформації системи бухгалтерського обліку та означена потреба консолідації в рамках облікової системи інформації з інших сфер діяльності підприємства. Забезпечення потреб менеджменту у стратегічній інформації подано як критерій оптимізації параметрів організації обліку на підприємстві

Ключові слова. Організація обліку, бізнес-процеси, консолідація інформації, обліково-аналітичне забезпечення управління

Поширення кризових процесів в розвитку національної економіки, глобалізація, порушення перебігу бізнес-процесів спричинені пандемією COVID-19 та загальне ускладнення середовища господарювання зумовлюють потребу забезпечення постійного удосконалення як системи управління підприємством в цілому так і її облікової підсистеми. Основу такого удосконалення на думку автора може становити процесно-орієнтована парадигма організації управління підприємством, заснована на моделюванні наскрізних бізнес-процесів та формуванні їх цілісної архітектури. Доведеність ефективності підходу до управління підприємством на основі виділення бізнес-процесів представлена в численних роботах вітчизняних та зарубіжних учених [4; 5], тоді як в обліковій науці та практиці питання взаємодії обліку з менеджментом бізнес-процесів мають лише поодинокі висвітлення

Бухгалтерський облік, як і кожна система знань, постійно розвивається, що робить можливим його швидко переорієнтацію на

запити системи управління бізнес-процесами. Потреба такої переорієнтації висуває особливі вимоги щодо його дієвої організації обліку, загальні питання організації якого доволі широко представлені в економічній літературі [1; 2]. Проте в більшості з джерел відсутні або недостатньо пророблені питання інноваційного розвитку облікової підсистеми та її орієнтації на підтримку прийняття рішень в сфері управління потоковими процесами підприємства. Загальноприйнята організація фінансового обліку дозволяє розглядати його лише як один з інструментів оцінки ефективності підприємства, що оперує ретроспективними показниками.

Необхідність забезпечення стратегічної спрямованості облікових даних й ефективної їх інтеграції в систему управління бізнес-процесами обумовило актуальність теми дослідження, метою якого постала розробка методичних рекомендацій щодо удосконалення процесу організації облікової підсистеми підприємства та забезпечення її спрямування на підтримку поточних процесів підприємства. В загальному випадку під організацією бухгалтерського обліку розуміють «цілеспрямовану діяльність стосовно створення системи обліково-економічної інформації й безупинного її упорядкування й удосконалення з метою цілковитого забезпечення процесу виробництва й управління необхідними даними» [3, с. 73]. По відношенню до менеджменту бізнес-процесів та організації його обліково-аналітичного забезпечення дане тлумачення потребує певного розширення. Відразу тут наголосимо існуванні в теорії організації цілого ряду підходів і точок зору щодо інструментів та спрямованості організаційного процесу. Гіпотезою автора є перенесення таких інструментів на процес організації збирання

консолідованої інформації про бізнес-процеси. Саме в такій консолідації полягає відмінність організації інформаційного забезпечення менеджменту бізнес-процесів.

Дійсно, управління бізнес-процесами вимагає збирання додаткової інформації, яка не входить до традиційної системи фінансового обліку. При цьому така інформація може відноситися як до результатів, так і безпосередньо до перебігу процесів. Це може бути, наприклад, додаткові відомості про споживача або характеристики виконання операцій в рамках бізнес-процесу. У останньому прикладі організація обліку має залучити до системи консолідованої інформації застосування процесної аналітики та результати проведення глибинного аналізу бізнес-процесів (від англ. process mining [6]).

Іншою пропозицією є поєднання процесу організації консолідованого збору інформації з концепцією організаційного навчання. Тобто результатом організації обліку постає поява у підприємства придбати знання й розуміння шляхом експериментів, спостереження, аналізу. Це відбувається на основі вивчення як успішні так і провальні ситуації за для забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Таке вивчення не є прямо завдання системи обліку, але може відноситися до завдання системи консолідації інформації. Менеджмент процесів та система його обліково-аналітичного забезпечення у даному разі спільно переорієнтуються на імплементацію процедур менеджменту знань. Завданням системи консолідації інформації (до складу якої пропонується віднести систему обліково-аналітичного забезпечення) постає створення процедур оптимізації використання інтелектуального потенціалу працівників компаній та формалізації знань, накопиченими фахівцями підприємства. Тобто пропонується систему консолідованої обліково-аналітичної інформації в процесі її організації інтегрувати з контурами системи менеджменту знань. Процес організації обліку у даному випадку пропонується розглядати як інтегруючий фактор щодо різних видів інформації та знань. Під час організації обліку необхідно лише встановити принципи структурування інформації для всіх елементів системи управління підприємством.

Застосування концепції управління знаннями змінює погляд на організацію обліково-аналітичного забезпечення бізнес-процесів підприємства. Акцент уваги розширюється з простого створення цінності для споживача на цінність та досвід взаємодії виходів процесу зі споживачем. Система консолідації обліково-аналітичної інформації розширює свою функціональність. Її новим завданням постає не збирання розрізної інформації, а акумулювання організаційних знань (принципів та закономірності вирішення завдань зі сфери управління поточними процесами підприємства).

Для вирішення даного завдання пропонується архітектуру облікової системи (її наявні технологічні елементи) застосовувати для збирання похідних даних для глибинного аналізу бізнес-процесів (проведення процедур «process mining» забезпечить появу відповідних знань. Тут також слід звернути увагу на можливість виділення двох підходів до організації обліку та консолідації обліково-аналітичної інформації. Перший, більш традиційний підхід передбачає просте розширення переліку облікових номенклатур та додавання інструментів агрегації інформації. Інший, пропонований автором підхід, передбачає, що облікова підсистема оперує також з прихованими знаннями.

Відповідно, пропонується змінити підхід до організації процесу консолідації обліково-аналітичної інформації для повнішого забезпечення потреб менеджменту бізнес-процесів підприємства.

Список використаної літератури

1. Кононова О.С. Організація бухгалтерського обліку. Дніпро: ДВНЗ ПДАБА, 2018. 102 с.
2. Кужельний М.В., Левицька С.О. Організація обліку. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 352 с.
3. Пилипенко А.А., Отенко В.І. Організація обліку і контролю. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2005. 424 с.
4. Репин В. Разработка архитектуры бизнес-процессов компании в Business Studio. М.: Издательские решения, 2019. 128 с.
5. Brocke J., Mendling J. Business Process Management Cases: Digital Innovation and Business Transformation in Practice. Switzerland: Springer, 2017. 605 p.
6. Wil M.P. Process Mining: Discovery, Conformance and Enhancement of Business Processes. Berlin: Springer, 2014. 352 p.

Автори

Ярцева Ольга Сергіївна, аспірант
кафедри обліку і бізнес-консалтингу,
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця
(yartseva1997@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 12 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.

JEL M 410; F 390

VIETNAMESE ACCOUNTING ACCOUNT SYSTEMS IN THE PROCESS OF ECONOMIC TRANSITION

Le Thi Hong Phuong, Dai nam University, Accounting Department, Hanoi, Vietnam,
Nguyễn Thị Bình Yến, Hanoi Open University, Accounting Department, Hanoi, Vietnam

Abstract – This paper summarizes the development of Vietnamese accounting account systems through historical periods and explains the relationship between the accounting system and the management mechanism. On that basis, it evaluates the current accounting system, raises new modern problems, and proposes solutions to improve the Vietnam's accounting system in order to be more consistent with trends of convergence of different business fields and of economic globalization.

Key words – accounting system, convergence, integration, globalization, Vietnam I. Overview of Vietnamese accounting system

The Vietnamese accounting system in this paper is defined as a system of legal documents promulgated by Vietnamese State Ministries to orient and guide the accounting practices for accounting entities (enterprises, organizations, agencies, etc.) operating in different fields in the country. Through many stages of development with different economic management mechanisms, the Vietnamese accounting system along with its subsystems have been improved many times in the direction of convergence clarity, transparency, and consistency with the market economy and international accounting standards. Currently, the Vietnamese accounting system has the following six accounting subsystems, which are regulated by the Vietnamese government:

1. The accounting subsystem that applies to enterprises of all economic sectors and all fields of business (Enterprise accounting).

2. The accounting subsystem that applies to banks and credit institutions (Bank accounting).

3. The accounting subsystem that applies to administrative agencies and non-business entities using the State budget (Public accounting).

4. The accounting subsystem that applies to the Budget management and Treasury operations (Budget accounting).

5. The commune budget and financial accounting subsystem (Commune accounting).

6. The accounting subsystem of individual business households (Household accounting)

Each subsystem above specifies the content and method of each activity in the accounting cycle, including regulated documents, accounts, books and reports applied to all accounting works. However, the accounting subsystem of individual business households has not used accounts because its scale is too small.

Because the Vietnamese accounting system has a very wide range in content, the authors will limit the scope of this research, focusing on the accounting account systems prescribed for enterprises, administrative agencies and non-business entities, banks and credit institutions, treasury, state tax accounting system and commune administrative agencies. Corresponding to accounting regimes prescribed for different entities, there exists a corresponding system of accounting accounts.

II. Development stages of the Vietnamese accounting account system:

Period 1945 -1954: From 1945 to 1948, Vietnamese accountants were controlled by French accountants. From 1948 to 1954, public accounting was formed, accounting for the entities using the State Budget. State-owned enterprises operated under the subsidy mechanism, so the main content of accounting was the settlement of revenues and expenditures with the budget. Private enterprises performed tax accounting according to the regulations of the State. There were no specific regulations on the system of accounting accounts, so business entities often used the French account system.

Period 1955 – 1975: The savings account system applicable to production and business entities, administrative agencies, budget was first established. There were general accounting system for state-owned enterprises (20 accounts), handicraft cooperatives (18 accounts), agricultural cooperatives (18 accounts), budget revenue and expenditure (22 accounts), and administrative agencies (25 accounts). These account systems had the main purpose of serving the State management of production and business entities, administrative divisions and other organizations in settling revenues and expenditures with the State Budget, allocating capital, collecting taxes, interests, and depreciation. It was consistent with the subsidy mechanism of economic management in war conditions but was still fragmented and not uniform.

Period 1976 – 1990: The enterprise accounting account systems issued in the period 1975 - 1990 met the management requirements of the economy in the 1980s and were highly unified (applicable for all enterprises of all areas not define state – owned or private businesses), allowing for a more complete and flexible reflection of reality. However, it did not cover all newly arising operations due to the characteristics of the market economy and was not consistent with international practices.

Period 1991 – 1997: Along with the transformation of the economic management mechanism from the administrative subsidy to the rules of the market, together with the development of accounting regimes, the accounting account systems were transformed spectacularly, reflected in a series of completely new accounting regimes issued by the Vietnamese Ministry of Finance (MOF). This period marked the renovation and initial completion of the accounting systems in order to be more suitable to the market economy and to welcome international integration, laying the foundation for completion and development of these systems in the following stages.

Period 1998 – 2013: During this period, the Vietnamese MOF issued most of the accounting regulations that replaced the previously issued ones. The new regulations had additions and modifications to suit international integration. From 2001 – 2005, the Vietnamese MOF also issued 26 Vietnamese Accounting Standards

(VAS) on the basis of International Accounting Standards (IAS) and Vietnamese economic management characteristics. For the first time in history, the accounting account system of the commune was issued by MOF. This system had many similarities with system of administrative accounting account system for non – profit entities with additional accounts reflecting tax collection and payment.

III. Current status of the Vietnamese accounting account systems (from 2014 to present):

Below are the effective accounting account systems in Vietnam from 2014 to present:

Account systems applying to enterprises manufacturing, trading and services (Circular 200/2014 – MOF) with 75 accounts, divided into 9 types, denoted from 111 to 911): Type 1 – Current Assets, Type 2 – Long term Assets, Type 3 – Liabilities, Type 4 – Equity, Type 5 – Revenue, Type 6 – Expenditures, Type 7 – Other incomes, Type 8 – Other expenditures, Type 9 – Determine business results.

For small and medium enterprises (SMEs), enterprises in specific fields such as security, insurance, construction, import and export, there are additional accounts and regulations.

Account system applying to administrative agencies with 70 accounts of level 1, denoted from 001 to 911, divided into 10 types (Decision 107/2017/MOF). This account system has many similarities with the ones for enterprises. Type 1 – Short term assets, Type 2 – Long term assets, Type 3 – Liabilities, Type 4 – Equity, Type 5 - Revenue, Type 6 – Operating expenditures, Type 7 – Other revenue, Type 8 – Other expenditures, Type 9 – Determine result, Type 10 - Off Balance Sheet accounts.

Account system applying to banks with 68 accounts, divided into 6 types of accounts, denoted from 001 to 999 (Circular 31/2017 – State Bank). Six account types are: Assets, Liabilities, Equity, Revenue, Expenditures, and Off Balance Sheet accounts

Account systems of tax accounting (Circular 112/2018 – MOF), stipulating 4 levels of accounts, including 23 accounts level 1 and hundreds accounts of levels 2, 3, and 4. Tax accounting is done by Tax departments and by Customs Branchs. There are 6 types of this account system, which is consistent with the sys-

tem applying for enterprises, so it will be convenient for the comparison of tax data between tax authorities and enterprises. They are Type 1 – Assets, Type 3 – Liabilities, Type 4 - Exchange rate differences, Type 7 – Tax collection, Type 8 - Debt deduction, exemption, reduction, and Type 9 – Off Balance Sheet accounts.

Account system of Treasure and Budget accounting: issued by MOF in July 2017 in Circular 77/2017 – MOF and applying to Treasure And Budget Management Information System (TABMIS). This system stipulates 4 levels of accounts, divided into 10 types: Type 1 – Current assets, Type 2 – Long term assets, Type 3 – Liabilities, Type 4 – Equity, Type 5 – Revenue from operations, Type 6 – Expenditures for operations, Type 7 – Other revenue, Type 8 – Other expenditures, Type 9 – Determine the result, and Type 0 – Off Balance Sheet accounts.

Account system applying to commune's finance and budget management according to Circular 70 issued by MOF in 2019, which includes 28 accounts level 1, divided into 8 types: Type 1 – Money and supplies; Type 2 – Fixed assets; Type 3 – Payment; Type 4 - Fund sources and specialized public funds; Type 7: Commune budget revenues and commune career revenues; Type 8: Expenditure for commune budget and non-business expenditures; Type 9: The difference between commune budget revenues and expenditures; and Type 0: Off Balance Sheet accounts. This system has many similarities with the account system applying for administrative agencies and tax account system.

IV. Assessment of Vietnam current accounting account systems:

Advantages:

Full range of regulations for all areas of economic and social activities.

Promptly respond to the socio-economic management requirements during the transition from the subsidized administrative management mechanism to the market economy. Increasingly consistent with the market economy, international practices, and global economic integration. Initially, there is an improvement towards converging different accounting account systems, creating favorable conditions for checking and collating between related entities and for synthesizing mac-

ro information, which contribute to making the State Financial Statements.

Limitations:

1. Asynchronous (there are still some differences in classification, symbols, terms, and content) in the current accounting systems.

2. Accounting information is difficult to compare, synthesize, and is less transparent and sometimes unreliable.

3. Accounting account systems are still fragmented (too many specific systems), closed (hard regulations), and not flexible, so they need to be edited many times.

4. Vietnam has not yet established national standards for public accounting. The 26 Vietnamese accounting standards issued from 2005 to now have not been updated (there are 39 International Accounting Standards). Many international accounting standards and international financial report standards have not yet been adopted into regulations in Vietnam. Thus, there is a lack of theoretical support for perfecting the accounting regime in general, and the accounting account systems in particular.

Directions and solutions to further improving Vietnam accounting account systems:

The need for improving Vietnam account systems:

Although the Vietnamese accounting systems in general and the accounting account systems in particular had made great strides in recent years, it is still necessary to continue to improve the system to anticipate the changes in the macroeconomic conditions, dominated by the following trends and opportunities:

Vietnam's economy is increasingly deeply integrated with the world's economy.

Interference between different fields of activity is becoming increasingly popular. Many large corporations operating at the same time in many different fields.

Integrating accounting and auditing services with ASEAN countries (by 2020)

The Accounting Law of 2017 regulates the preparation of State Financial Statements (starting from 2018), that requires consolidating the financial statements of all entities in the territory of Vietnam.

Improvements of the accounting systems are necessary to take advantage of information connectivity opportunities in the 4.0 era.

The main proposed directions of improvements:

In our opinion, there are two main directions for improving the Vietnamese accounting system:

Convergence: minimizes the differences between the different accounting systems. Purpose: to ensure consistency, stability, transparency, comparability and reliability of information. It is explained by trend of the interference between different types of activities, the diversification of business fields, the need to make consolidated financial reports for large corporations and establish State Financial Reports.

Integration: Harmonizes with international accounting and auditing standards, with the accounting regimes of regional countries, which have mutual recognition of accounting certificates. This direction defined by trend of economic globalization process, which expresses in appearance of multinational corporations, increasingly foreign investments in Vietnam.

These points of view should be thoroughly understood:

The only one focal point responsible for organizing the finishing process is the Ministry of Finance. That will help to avoid duplication, overlap, and asynchronousness between different account systems

To perfect, update, and supplement the system of Vietnamese accounting and auditing standards in the direction of closely following the international standards.

Minimize the number of account systems, as well as the differences between these systems. It will make the checking, comparing, and synthesizing data between different systems simpler and more precise. In order to converge different systems, we should choose the account system applied for enterprises as the core and all account regulation changes in other account systems must depart from this.

Increase the interconnectedness between related systems. For example, in order to reflect tax collection, the system needs to connect 3 types of entities: enterprises (taxpayers), tax agencies (tax collectors) and Treasury (tax holder).

Always reserve space in the accounting account systems for specific activities of each field without breaking the general framework of the system. Have the assignment and decentralization in the regulation of the accounting account system, expressed at the account levels. MOF regulates all level 1, 2 accounts, the level 3, 4 and etc. of accounts should be determined by related Ministries. Welcome the development of electronic information technology and its application in accounting.

Some trends of accounting development in the world:

Compliance with the regulations of national accounting systems according to general practice.

Highlight transparency, attaching importance to true nature over appearance.

Form and develop a number of new types of accounting such as green (environmental) accounting, human resource accounting and ect.

More flexible application of assumptions and estimates.

Apply accounting in enterprise management systems.

Some specific solutions:

Complete, update, and supplement accounting standards (applicable to corporate accounting and public accounting - up to now, Vietnam has yet not issued public accounting standards), financial reporting standards and auditing standards, as the theoretical basis for completing accounting systems.

Consolidate different corporate account systems into one system, reserve space for specific activities in this system, and remove the account system applicable to SMEs. Although SMEs account for 98% of all businesses in Vietnam, they can do whatever activities large corporations do. So it is not necessary to exist in parallel 2 accounting account systems. It also facilitates the statistics of macro data.

Follow a unified approach to classify accounting accounts of level 1 with space reserved for specific activities. Agree on account name, type, terms and symbol. The account name must be concise, accurately reflecting the content of the account and consistent across different account systems. For accounts level 1 the symbol contains 3 digits, where the first number indi-

cates the type, the second number indicates the group of accounts in this type. Each symbol must have the same name or nature in different systems. Therefore, we need to review all cases of the same account symbol but different names, different types on different account systems. So we propose the framework account system, which will play role as the core for every other accounting account system:

Type 1, 2: Assets; Groups: 11 – Money, 12 – Security, 13 – Receivable items, 14 – Advance payment, 15 – Inventory, 16 -> 19 Reserved space, 21 – Fixed assets, 22 – Investment to other company, 23 – Unfinished construction, 24 -> 29 Reserved space;

Type 3: Liabilities; Groups: 31 – Credit debt, 33 – Payable items, 34 – Pre – received, 35 – Payable funds, 36 -> 39 Reserved space

Type 4: Equity; Groups: 41 – Owner investment, 42 – Business result, 43 – Owner funds, 44 -> 49 Reserved space

Type 5: Revenue from operating activities; Groups: 51 – Total revenue, 52 – Deduction, discounts, 53 -> 59 Reserved space

Type 6: Expenditures for operating activities; Groups: 62 – Production expenditures, 63 – Business expenditures, 64 -> 69 Reserved space

Type 7: Other revenue; Groups: 71 – Other revenue, 72 – 79 -> Reserved space

Type 8: Other expenditures; Groups: 81 – Other dispenditures, 82 – Deferred income tax; 83 -89 -> Reserved space

Type 9: Determine result; Groups: 91 – Determine result; 92 – 99 -> Reserved space

Type 0: Additional accounts off Balance Sheet (from 001 to 099 - not define into groups)

Unified accounting methods such as remove accounts used to reflect periodic inventory method out of account system. Periodic inventory method needs to reflect only in analyzing and management accounting. It makes the account systems simpler, clearer and more favorable to use.

This paper has given the overall picture of the development of Vietnamese accounting account systems, showing the advantages and limitations of these systems in relation to the historical context. It presented the arguments for the need to continue completing procedures and, proposed some initial directions and solutions to improve

the Vietnamese accounting account systems in order to meet the new requirements that arise in the new stage of development.

We hope to receive comments from colleagues.

References

1. Ngo The Chi, Pham Van Dang. Vietnam accounting – process of formation and development. Volume 1. Financial publisher. 2012 - April. 435p
2. Ngo The Chi, Pham Van Dang. Vietnam accounting – process of formation and development. Volume 2. Financial publisher. 2013 - August. 707p
3. Accounting regime, applying for the enterprises. Volume 1. Accounting account system. Financial publisher 2015 – December. 727p
4. Effective Vietnamese accounting account systems according to Circulars and Decisions issued by Vietnamese Ministry of Finance, which are mentioned above in this paper.

Authors

Phuong Le Thi Hong, lecturer, Dainam University (hongphuongmeister@gmail.com)

Yen Nguyen Thi Binh, lecturer, Hanoi Open University (nguyenbinhyenhou@yahoo.com)

Manuscript received March, 10, 2021.

Published as submitted by the author.

МАТЕРІАЛИ
міжнародної науково-практичної конференції
«СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ:
ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА»

16 квітня 2021 року
Харків (Україна) — Торунь (Польща)

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Відповідальний за випуск

Мазоренко О. В.

Технічний редактор

Брусільцева Ю. Д.

Видавець «ФОП Середняк Т.К.», 49000, Дніпро, 18, а/с 1212
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 4379 від
02.08.2012.

Ідентифікатор видавця в системі ISBN 7953

49000, Дніпро, 18, а/с 1212

тел. (096)-308-00-38, (056)-798-04-00

E-mail: 7980400@gmail.com