



ЛВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ



КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

«ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ СКЛАДОВІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА»

**МАТЕРІАЛИ ІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**



м. Львів, 24 травня 2023

Конференцію включено до Переліку проведення наукових конференцій з проблем вищої освіти і науки в системі Міністерства освіти і науки України на 2023 рік, № 194.

Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємництва: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції, 24 травня 2023 р. Львів: ЛНУП, 2023. 201с.

Рецензенти:

- **Світлана ГРИНКЕВИЧ** - д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка»;
- **Людмила ГНАТИШИН** - д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування Львівського національного університету природокористування

Науковий комітет конференції:

Володимир СНИТИНСЬКИЙ – д.б.н., академік НААНУ, ректор Львівського національного університету природокористування;

Юрій ЛУПЕНКО – д.е.н., професор, академік НААНУ, директор Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки»;

Володимир КОВАЛІВ – к.е.н., доцент, декан факультету управління, економіки та права Львівського національного університету природокористування;

Ігор ЯЦІВ – д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Львівського національного університету природокористування;

Наталія ВАЛІНКЕВИЧ – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки, підприємництва та туризму Поліського національного університету;

Олександр АВЕРЧЕВ – д.с.-г.н., професор, завідувач кафедри землеробства Херсонського державного аграрно-економічного університету;

Дмитро ОДАРЧЕНКО – д.т.н., професор, завідувач кафедри торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи Державного біотехнологічного університету (м. Харків);

Руслана ЛЕВКІНА – д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва і торгівлі Національного університету «Одеська політехніка»;

Julius RAMANAUSKAS – Dr. Hab., Professor, Klaipeda University (Литва);

Maria PARLIŃSKA – Dr. Hab., dr. Hc. of LU. prof. UTH Helena Chodkowska University of Technology and Economics (Польща);

Anna NOWAK – Dr. Hab., kierownik katedry, Profesor uczelni Katedra Ekonomii i Agrobiznesu (Польща);

Kerel TOMŠIK – Dr. Hab., доцент, заступник декана, про-декан Чеського університету наук про життя (Чехія).

Організаційний комітет конференції:

Юрій ГУБЕНІ – д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Львівського національного університету природокористування;

Тетяна ГЕТЬМАН – директор Департаменту агропромислового розвитку Львівської обласної військової адміністрації;

Людмила ГОНЧАРЕНКО – заст. директора департаменту, начальник управління Львівської обласної військової адміністрації;

Володимир КОРУД – віце-президент Львівської торгово-промислової палати;

Володимир КРУПА – к.е.н., доцент, заст. завідувача кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП;

Ольга ЛИСЮК – к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП;

Наталя РАЙТЕР – к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП;

Наталя ЗЕЛІСКО – к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП;

Наталія МАРКОВИЧ – к.е.н., в.о. доцента кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП;

Ганна БАТЮК – к.е.н., ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП;

Михайло ІВАЩЕНКО – ст. лаборант кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП.

Відповідальність за зміст та достовірність публікованих матеріалів несуть автори. Тексти подано у авторській редакції.

ЗМІСТ

Вступ

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ, МЕТОДОЛОГІЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ / THEORETICAL FOUNDATIONS, METHODOLOGY AND REGULATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN UKRAINE

Ігор ЯЦІВ

КРИТЕРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 12

Ростислав СЛАВ'ЮК

Людмила ШКВАРЧУК

ЗНАЧЕННЯ ТОВАРНИХ БІРЖ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА 15

Ігор МІЩУК

Богдан КАБАЦІ

Сергій СЕРЕДА

СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ МЕРЕЖЕВОВОГО ТИПУ 17

Василь ЛИПЧУК

SWOT-АНАЛІЗ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ 19

Юрій ЛОПАТИНСЬКИЙ

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 22

Сергій КАСЯН

СКЛАДОВІ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ПЛОЩИНІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МЕНТАЛЬНОСТІ В МЕЖАХ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 24

Світлана ШУРПА

Лідія ГУК

ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ 27

Наталія ЗЕЛІСКО

Віталіна МАЛЮГА

ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 29

Ольга ФЕДИК

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ. 32

Орися ВАСИЛИНА

ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГЕТИКА – ЗАПОРУКА БЕЗПЕКИ ДЛЯ УКРАЇНИ. 34

Ольга ЛИСЮК

Лілія БАЛАШ

Богдан ШУВАР

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ 37

Інна БЕЖЕНАР

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ІНСТИТУЦІЙНОГО ТА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА 40

Мирослава ГУЦУЛЯК

СВІТОВИЙ ДОСВІД ФАНДРЕЙЗИНГУ 44

Олеся БІНЕРТ

Лілія ВОЙНИЧА,

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 47

Світлана ШУРПА

Ольга ЧОРНІЙ

ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА 49

Zenoviya BEREZIVSKYY

PROSPECTIVE DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF THE BIOECONOMY IN UKRAINE..... 52

Наталія ГРЕЧАНИК

Лілія ГОЦУЛЯК

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ 54

Оксана ДОСИН

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 56

Михайло ІВАЩЕНКО

Софія ЦІОЛКОВСЬКА

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ У КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 59

Наталія ЗЕЛІСКО

Володимир МАСЛЮК

РОЛЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ АГРОПІДПРИЄМСТВОМ 62

Зоряна МИРОНЧУК

Надія ЦІЦЬКА

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ КОНТРОЛІНГ 65

**СЕКЦІЯ 2. СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ / THE STATE AND PROSPECTS OF
THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE**

Олександр ШПИКУЛЯК

Микола МАЛІК

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФЕРМЕРСТВА У РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СЕЛІ..... 69

Юрій ГУБЕНІ

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОРІЄНТАЦІЯ МЕДИЧНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ
КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 72

Олександр АВЕРЧЕВ

Ганна ЖОСАН

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ
ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ 74

Світлана УРБА

АГРАРНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 76

Руслана ЛЕВКІНА

Яна КОТКО

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 79

Anna NOWAK

Anna KOBIAŁKA

ZNACZENIE ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO Z PERSPEKTYWY ROZWOJU
ZRÓWNOWAŻONEGO 83

Андрій ЛИНДЮК

Петро ОЛИЩУК

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ .. 86

Наталія РАЙТЕР

Галина МАЦЬКІВ

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ УКРАЇНИ 89

Ігор ІВАНІЦЬКИЙ

РОЗВИТОК АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... 92

Ольга ЛИСЮК

Павло ЛУБ

РОЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ 94

Ольга ШОЛУДЬКО

Роман ДАНИЛИШИН

ПІДПРИЄМНИЦТВО У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ВІДЕОІГРОВОГО
СЕКМЕНТУ В УКРАЇНІ..... 97

Валентин СМОЛІНСЬКИЙ

ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 100

Оксана СИНЮК

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНІЙ СФЕРІ..... 103

Ольга БРАГІНА

Марія БОНДАРЧУК

Дмитро СТЕЛЬМАЩУК

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЦІЛЯХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 106

Ганна СИРОТЮК

СТАРТАП ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ 108

Наталія ЛИПЧУК

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГІРСЬКИХ РЕГІОНАХ ... 112

Василь БОНДАРЧУК

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ..... 113

Наталія АВЕРЧЕВА,

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ..... 116

Андрій ШЕПЕЛЬ

Дмитро ВАЛЬЧУК

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОЩУВАННЯ ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ ЗАЛЕЖНО ВІД ДОЗИ АЗОТНОГО ПІДЖИВЛЕННЯ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ 119

Наталія ЗЕЛІСКО

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ОЦІНКА РИЗИКІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ З РЕЛОКАЦІЄЮ 121

Ірина ЯСІНОВСЬКА

Софія СМОЛІНСЬКА

НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ УКРАЇНИ 124

Галина БРИЧКА

Богдан БРИЧКА

НАДАННЯ ВИРОБНИЧИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПОСЛУГ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СЕЛІ..... 126

Андрій КОЛОДІЙ

Ірина КОЛОДІЙ

ФІНАНСОВІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ..... 128

Алла СОКОЛОВА

Майя ПОЛІЩУК

Наталія ГОНТА

Тетяна ЧЕРЕВКО

МІСЦЕ І РОЛЬ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... 130

Володимир ПУГАЧОВ

РОЗВИТОК МАЛИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 133

Svitlana KRAVCHENKO

DEVELOPMENT OF BUSINESS STRUCTURES IN AGRICULTURE IN WARTIME CONDITIONS 136

Наталія МАРКОВИЧ

ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 139

Любов ПЕРЕТЯТКО

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ..... 142

Осипа САВЧУК

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 145

Олег ТОМАШІВСЬКИЙ

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ 147

Тетяна СТАНЬКО

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД..... 149

Галина ГАЙДА

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВЕДЕННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ..... 152

Анна МОРОЗОВА

ФЕРМЕРСЬКІ ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ У ТВАРИННИЦТВІ..... 155

Орест ЖАРСЬКИЙ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 158

Богдан РОГАЛЯ

ВИКОРИСТАННЯ СТАРТАПУ GO TO-U ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 160

Ігор РУРАК

РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕФЕКТИВНОМУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ
ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД..... 161

Іван БАТЮК

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА 164

Юрій ПЕРІГ

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО
ПІДПРИЄМСТВА 166

Ольга МАЛЯРЧУК

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ПІСЛЯВОЄННОГО
ПЕРІОДУ..... 169

Руслана АНДРУШКО

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ – досвід ПОЛЬЩІ..... 171

СЕКЦІЯ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ / PRACTICAL ASPECTS OF TRADE DEVELOPMENT UNDER MARTIAL LAW

Станіслав ВАСИЛІШИН

Оксана ПРОКОПИШИН

Марина ПОЛЕГЕНЬКА

ВИКЛИКИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ 176

Тетяна РАТОШНЮК

Віктор РАТОШНЮК

Віктор РАТОШНЮК

ТОРГІВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ХМЕЛЯРСТВА..... 179

Віталій КРУПІН

Катажина ЗАВАЛІНСЬКА

АСПЕКТИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ
АГРОПРОМИСЛОВОЮ ПРОДУКЦІЄЮ 182

Володимир КРУПА

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ
ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ 184

Оксана БУЛИК

МАКРОЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙНИ В УКРАЇНІ..... 188

Оксана БРУХ

Андрій ЛИНДЮК

ОЦІНКА СТАНУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ 190

Ігор ГУЦУЛЯК

ПЕРЕМІЩЕННЯ БІЗНЕСУ З ОДНІЄЇ КРАЇНИ В ІНШУ 193

Тетяна МАКСИМЧУК

ОСОБИСТІСНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЛІДЕРСТВО ЯК СКЛАДОВІ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ 197

Резолюція II Всеукраїнської науково-практичної конференції

ВСТУП

Підприємництво стало однією із вагомих, детермінуючих явищ суспільного, зокрема – господарського розвитку. Воно проникло і поникає у нові сфери, розвивається та здійснює суттєвий вплив на суспільний розвиток. Торгівля, як найбільш поширений вид підприємництва, гідно виконує свої завдання та функції у важкі часи воєнного стану. Підприємництво та торгівля також мають суттєвий вплив на розвиток територіальних громад. Багатьом проявам економічного розвитку, стійкості та безпеки ми завдячуємо саме проникненню підприємницьких принципів та підходів у економічні відносини. Ці та інші аспекти та прояви підприємництва важливі для дослідження, систематизації та узагальнення.

Саме тому кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності (ПТБ) Львівського національного університету природокористування провела, спільно із Співорганізаторами, 24 травня ц. р. II Всеукраїнську науково-практичну конференцію «Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємництва». Конференція є складовою Плану наукових заходів МОН України. Хоча Конференція має статус Всеукраїнської, насправді вона завдяки участі групи науковців із Польщі, Чехії та Литви, де-факто стала міжнародною.

Співорганізаторами Конференції були: Департамент агропромислового розвитку Львівської ОВА, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», Поліський національний університет (м. Житомир), Херсонський державний агро-економічний університет, Державний біотехнологічний університет (м. Харків), Національний університет «Одеська політехніка», Львівська торгово-промислова палата. Дружню руку підтримки протягнула Радехівська міська рада Львівської області, партнерські університети Львова.

На Конференції було представлено понад 23 наукових та академічних інституцій, з них 3 – зарубіжні. У переліку учасників Конференції були представники з усіх провідних Львівських університетів. Природно, що найчисельнішу групу – понад 40 учасників, становили науково-педагогічні працівники нашого Львівського національного університету природокористування. У їх числі також 10 працівників коледжів, які входять у структуру нашого Університету.

У збірнику матеріалів конференцій вміщено усі надіслані тези, які були прийняті Оргкомітетом. Їх згруповано у 3 рубрики за напрямками:

1. Теоретичні основи, методологія та регулювання підприємницької діяльності в Україні.
2. Стан і перспективи розвитку підприємництва в Україні.
3. Практичні аспекти розвитку торгівлі в умовах воєнного стану.

Подаючи науковій спільноті України, Польщі, Литви, а можливо – й інших країн, для ознайомлення цей Збірник тез / матеріалів Конференції, ми сподіваємось, що він буде для читачів або користувачів цікавим та корисним.

Можливо матеріали Конференцій будуть цікавими й іншим, не лише науковцям, читачам – тоді ми радо продовжимо комунікацію. Водночас ми немов би заповуємо усіх потенційних учасників до наших майбутніх конференцій!

Наша друга Конференція із цієї тематики відбувається в умовах воєнного стану, обумовленого військовою агресією рф. Непростими є ці часи для усіх, але напевне найбільш важкими – для наших захисників, мирних жителів найбільш уражених війною територій. Серед тих, хто відчув жахливе дихання війни, безпосередньо наші колеги-науковці із Харкова, Херсона, Одеси, нашої столиці – Києва, та навіть Житомира. Впродовж Конференції у привітаннях звучали щирі й горді тверді слова підтримки від наших зарубіжних партнерів. Також і в інших виступах науковці висловлювали тверду й послідовну взаємну солідарність у протистоянні ворогу, декларували сподівання та надію на перемогу. Перемога буде за нами!

Науковий комітет Конференції
Організаційний комітет Конференції
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ, МЕТОДОЛОГІЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ / THEORETICAL FOUNDATIONS, METHODOLOGY AND REGULATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN UKRAINE

Ігор ЯЦІВ
д.е.н., професор
Львівський національний університет
природокористування

КРИТЕРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основною метою створення та стимулом для інвестування розвитку підприємства, у тому числі сільськогосподарського, є отримання прибутку власниками цього підприємства. Зростання прибутку вищими темпами, аніж затрати на його отримання, вважається ознакою економічної ефективності підприємництва, відображенням набутих підприємством конкурентних переваг. Водночас суспільство ставить нові вимоги до ведення підприємницької діяльності. Висока економічна ефективність функціонування підприємства не знімає усіх питань щодо досягнення його конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. Належну увагу менеджмент бізнесу повинен приділяти й формуванню соціальних результатів функціонування підприємства, на основі яких формується соціальна ефективність його діяльності.

Господарський кодекс України визначає підприємництво як господарську діяльність, що здійснюється підприємцями з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1]. Соціальна ефективність підприємницької діяльності відображає відповідність результатів цієї діяльності основним соціальним потребам окремих індивідів та їх груп, цілям суспільства. Вона формується і визначається на різних рівнях – мікрорівні (підприємства), муніципальному, регіональному, національному.

На мікрорівні соціальна ефективність відображає ступінь задоволення членів колективу (власників і найманих працівників) та стейкхолдерів підприємства отримуваними в результаті його функціонування благами соціального характеру. Йдеться про блага, які формують засоби та умови життєдіяльності людей, що так чи інакше пов'язані з діяльністю відповідного суб'єкта підприємництва (його працівників, місцевих жителів чи споживачів продукції підприємства тощо). На вищих організаційних рівнях соціальна ефективність підприємницької діяльності характеризує результативність вкладу підприємців у вирішення завдань соціального розвитку території, регіону, держави, в задоволення суспільних потреб на цих рівнях.

Соціальна ефективність підприємницької діяльності відображає якісні характеристики розвитку економічної системи відповідного організаційного рівня. На рівні підприємства соціальна ефективність відображає результативність менеджменту суб'єкта господарювання, здатність підприємства задовольняти соціальні запити його працівників і стейкхолдерів. На вищих організаційних рівнях соціальна ефективність характеризує здатність економічної моделі, ядром якої є бізнесові структури, забезпечувати соціальний захист, задоволення споживчих потреб різних верств населення, що проживає на відповідній території. Розглядаючи характеристики цих моделей, дають оцінку діяльності органів місцевого самоврядування, державної виконавчої влади стосовно мобілізації бізнесу для вирішення соціальних проблем. Гострою причиною для активізації соціальних ініціатив суб'єктів підприємництва, у тому числі аграрного, стали воєнні дії на території нашої країни.

Традиційно рівень ефективності вимірюють співвідношенням ефекту як певного результату діяльності та ресурсів, залучених для досягнення цього ефекту. Складність у багатьох випадках як оцінки отриманого соціального ефекту, так і чіткої ідентифікації потрачених ресурсів, обумовлює методологічні труднощі визначення рівня соціальної ефективності. Тому, встановлюючи та аналізуючи параметри цієї ефективності, часто оцінюють не сам ефект, а досягнутий рівень задоволення певної соціальної потреби.

Основні підходи до оцінки соціальної ефективності суб'єктів підприємництва є універсальними для різних галузей економіки. Та оскільки в окремих галузях мають місце певні особливості, пов'язані з відображенням форм досягнутого ефекту та ресурсами, задіяними для його отримання, критерії оцінки соціальної ефективності підприємств можуть бути урізноманітнені з урахуванням цих особливостей. Зазначене стосується й сільськогосподарських підприємств, зокрема, застосування найпоширенішого критерію оцінки соціальної ефективності їхньої діяльності, що відображає оплату праці працівників.

У контексті підприємницької діяльності критерієм соціальної ефективності є рівень оплати праці найманих працівників. Він відображає результат діяльності підприємства на ринку праці, комерційних відносин, пов'язаних з наймом робочої сили. До відповідних видатків підприємства слід віднести й інші його витрати на соціальні потреби працівників, що стосуються фінансування їх медичного страхування, оздоровлення, харчування, інші винагороди, які підпадають під визначення соціального пакета. Сюди слід віднести й витрати на створення безпечних та комфортних умов праці на підприємстві.

Критерієм соціальної ефективності діяльності окремого підприємства є відношення рівня оплати праці його працівників до середнього за підприємствами галузі показника, встановленого державою мінімального рівня заробітної плати. На вищих організаційних рівнях для оцінки соціального ефекту аграрного підприємництва порівнюють рівень оплати праці сільськогосподарських підприємств з підприємствами інших галузей економіки.

Особливістю сільськогосподарських підприємств є відносно низький рівень оплати праці їхніх працівників. У 2021 році середньомісячна номінальна заробітна плата штатних працівників сільськогосподарських підприємств України становила 83,7% до середнього по економіці країни показника, причому зрушень до ліквідації цього розриву в останні роки не спостерігалось [2, с. 22]. У якості критерію соціальної ефективності сільськогосподарських підприємств може бути застосовано показник витрат на оплату праці з розрахунку на 100 га сільськогосподарських підприємств. Інтерес представляє аналіз цього показника в динаміці, порівняння його з показниками інших аграрних підприємств зі схожою спеціалізацією.

Використання сільськогосподарськими підприємствами земельних ресурсів проявляється й у іншій критерії соціальної ефективності їхньої підприємницької діяльності – платі за оренду 1 га сільськогосподарських угідь. Цей показник відображає діяльність агровиробників на ринку оренди угідь, яку слід розглядати як важливий елемент їхньої підприємницької діяльності. Соціальна роль відповідних видатків полягає в тому, що вони виступають одним із джерел доходів багатьох сільських домогосподарств, членами яких є власники земельних паїв.

Сільськогосподарські підприємства, зважаючи на жорстку конкуренцію за право оренди земельних паїв, намагаються заручитися підтримкою власників земельних паїв, місцевих громад. Для цього вони беруть участь у реалізації соціальних проєктів на рівні населених пунктів, територіальних громад. Результати реалізації цих проєктів можуть бути виміряні економічними (для підприємства) та соціальними критеріями. Економічний ефект для підприємця визначається укладеними на тривалий термін договорами оренди земельних паїв. Соціальний ефект характеризує вирішення за участю сільськогосподарських підприємств тих чи інших соціальних питань на муніципальному рівні.

Досліджуючи соціальну ефективність аграрного підприємництва на муніципальному та регіональному рівнях, доцільно враховувати участь (частку) сільськогосподарських підприємств у фінансуванні програм соціального розвитку територій та порівнювати її з часткою цих підприємств у доходах усіх підприємств, що функціонують на відповідній території.

Часто сільськогосподарські підприємства виступають основним чи одним із основних роботодавців у сільському населеному пункті. Тому кількість створених ними робочих місць є важливим соціальним результатом їх підприємницької діяльності. У якості критерію соціальної ефективності може використовуватись показник – середньооблікова кількість штатних працівників підприємства з розрахунку на 100 га використовуваних сільськогосподарських угідь.

Українськими важливими соціальними результатами аграрного підприємництва на регіональному та національному рівнях є забезпечення сільськогосподарськими товаровиробниками ключових показників продовольчої безпеки. Рівень фізичної та економічної доступності продовольства слід розглядати в контексті результатів державної політики, інструменти якої застосовуються для

регулювання розвитку окремих складових підприємницької діяльності сільськогосподарських підприємств. Завданням удосконалення цієї політики є посилення зв'язку між економічною та соціальною ефективністю діяльності сільськогосподарських підприємств. Розробка відповідних регуляторних заходів повинна враховувати результати комплексного аналізу показників обох цих видів ефективності.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України : Закон від 16.01.2003 № 436-IV (зі змінами).URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Сільське господарство України 2021 : стат. зб. *Державна служба статистики України [сайт]*. Київ, 2022. 220 с. URL: www.ukrstat.gov.ua.

Ростислав СЛАВ'ЮК
*д. е. наук, професор кафедри
підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національного Університету «Львівська Політехніка»*
Людмила ШКВАРЧУК
*д. е. наук, професор кафедри
фінансів Національного Університету «Львівська Політехніка»*

ЗНАЧЕННЯ ТОВАРНИХ БІРЖ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Головним фактором успішного функціонування суб'єктів господарювання в умовах динамічного розвитку є наявність біржової інфраструктури. Історично визначну роль в розвитку біржової торгівлі в Україні відіграли Одеська та Миколаївська біржі, а пізніше Київська біржа. Становлення та розвитку Одеської біржі тісно пов'язані із динамікою торгово-економічних зв'язків Одеси із зовнішнім світом та її географічним положенням. Враховуючи деякий досвід організації біржової торгівлі 30 жовтня 1796 року міською владою міста був виданий наказ про створення біржі. Головною статтею торгівлі став хліб, який надходив із степової України, Поділля та Пониззя і експортувався в Західну Європу. Найзначнішим щорічний експорт хліба з Одеси був протягом 1901-1905 рр., коли щороку вивозилося майже 49,5 млн. пудів пшениці, 14,7 млн. пудів жита та 20,6 млн. пудів ячменю.

У теперішній час практично весь біржовий оборот на світовому товарному ринку забезпечується завдяки діяльності п'ятдесяти бірж, з яких найбільша частка обороту припадає на біржі США, до 10% - Великобританії, 6% – Японії і 2% – 3% на товарні біржі інших країн. Обсяг світового біржового обороту оцінюється в майже 5 трлн. доларів. Американські товарні біржі традиційно спеціалізувалися на сільськогосподарській продукції, Великобританії – на дорогоцінних і кольорових металах і енергоносіях, Японії – на аграрній

продукції, хоча зараз ця спеціалізація у всіх трьох центрах носить не настільки яскраво виражений характер.

Структура світового товарообороту за останні роки змінюється в бік зростання питомої ваги кольорових та дорогоцінних металів, енергоносіїв та значного зменшення частки цукру, кави, какао, бавовнику, вовни.

Не дивлячись на переважаючу роль в світовій торгівлі бірж США, Великобританії, Японії, Франції, важливі міжнародні товарні біржі знаходяться і в Сінгапурі, Бразилії, Філіппінах. Помітну роль в світовій біржовій торгівлі відіграють також біржі, що функціонують в Аргентині, Австралії та Східноєвропейських країнах.

Відповідно до Закону України “Про товарну біржу”, товарна біржа – це організація, що об’єднує юридичних і фізичних осіб, які здійснюють виробничу і комерційну діяльність і має за мету надання послуг в укладенні біржових угод, виявлення товарних цін, попиту і пропозицій на товари, вивчення, упорядкування і полегшення товарообігу і пов’язаних з ним торгівельних операцій.

Понад рік тому, набули чинності норми закону "Про ринки капіталу та організовані товарні ринки", які започаткували велику кількість реформ в економіці країни, зокрема сфери електронної та біржової торгівлі. До 2022 року нараховувалось близько 600 бірж, які не мали чітких умов функціонування. Через це майданчики нерідко використовувались для вирішення сумнівних, непрозорих завдань. У кращому випадку – для проведення торгів з реалізації майна підприємств-банкрутів, податкової застави й іншого індивідуального майна, що суперечить суті товарної біржі.

Відтепер за порушення умов біржа може бути позбавлена ліцензії, а отже понести відповідні значні іміджеві та фінансові втрати. Оскільки вимоги до вітчизняних бірж наблизились до жорстких європейських стандартів, не дивно, що за рік лише 3 біржі отримали відповідні ліцензії в Україні.

Після ухвалення змін до законодавства про діяльність товарних бірж організований продаж деревини став можливим виключно через ліцензовані біржі. І це дало позитивні результати. З плином часу ефективність біржової торгівлі оцінили й у Державному агентстві лісових ресурсів України та впровадили продаж на біржі не лише деревини, а вже й пиломатеріалів. За 12 місяців за допомогою ліцензованих бірж державні лісові господарства отримали 18,84 млрд. грн., що навіть без урахування воєнного стану, є безумовно гарним показником. До торгів необробленою деревиною на ліцензованих товарних біржах приєдналося понад 4000 учасників з різних регіонів України. Пройшовши нескладну процедуру акредитації можна за лічені хвилини подати заявку на участь в торгах.

Наразі біржовий сектор України охоплює такі напрямки: електрична енергія, природний газ, скраплений газ, нафтопродукти, нафта та газовий конденсат, вугільна продукція, тверде біопаливо, необроблена деревина та пиломатеріали.

Але обсяги та напрямки біржової торгівлі в Україні далеко не вичерпані. Особливо потребує розвитку аграрний напрямок торгів. Участь у біржових

торгах дозволить отримати справедливу і гідну ціну на свою продукцію. Учасники аграрного ринку отримують змогу фіксувати ціни на майбутнє, а від так забезпечать собі більш зрозуміле і прогнозоване бачення ціноутворення на товар.

Крім того, потребує розвитку ринок відновлюваних джерел енергії. Також на часі розвиток ринку водневої енергії та впровадження торгівлі квотами на викиди CO₂ за для декарбонізації економіки. Розвиток ринку твердого біопалива дозволить зменшити використання газу та його постачання від закордонних партнерів. В Україні щорічно в енергетиці може використовуватися 34 млн. тон біопалива. Вже введено в експлуатацію понад 2,4 ГВт потужностей для використання біомаси. Потенціал заміни природного газу з відходів сільського господарства становить 9,3 млрд. куб. м на рік.

Тож, нові правила біржової торгівлі надали потужний імпульс для розвитку бірж, напрямків їх торгівлі та підйому української економіки в цілому, а тим більше підтримку її стабільності у воєнний час.

Ігор МІЩУК
д.е.н., професор
 Богдан КАБАЦІ
к.е.н., доцент
 Сергій СЕРЕДА
к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ МЕРЕЖЕВОГО ТИПУ

Торгівля як соціально-економічна система в сучасних умовах виступає як складний агломерат юридичних та фізичних осіб, зайнятих господарсько-торговельною діяльністю, зі своєю інфраструктурою, ієрархічною побудовою, розподілом функцій і т.д., яка відповідає за шлях товару від виробника до споживача і є суб'єктом товарного ринку. Трансформаційні процеси розвитку торгівлі України викликають необхідність адаптації торговельних підприємств до умов конкурентного середовища, що забезпечується шляхом створення якісно нового типу організаційної структури, тобто – організаційної форми та застосовуваних в її межах форматів торговельних закладів.

При цьому поняття організаційної форми суб'єкта ринку трактується нами як зовнішній прояв суті та особливостей суб'єкта ринку, які визначаються такими чинниками, як галузь діяльності, організаційно-правові форми суб'єкта господарювання, власність на майно суб'єкта, спеціалізація торговельної діяльності, типізація суб'єктів/об'єктів даного виду, внутрішня організаційно-функціональна структура суб'єкта господарювання та ін. Ринкові трансформації економіки України, інтеграційні та диверсифікаційні процеси обумовили появу нового інноваційного інструмента, спрямованого на

підвищення ефективності діяльності споживчого ринку, яким є формат підприємства роздрібної торгівлі мережевого типу (інша назва - мережева торговельна компанія), які, як правило, експлуатують об'єднання магазинів сучасного формату «супермаркет». Концепт моделі такого підприємства торгівлі мережевого типу (ПТМТ) відображено на рис.1.

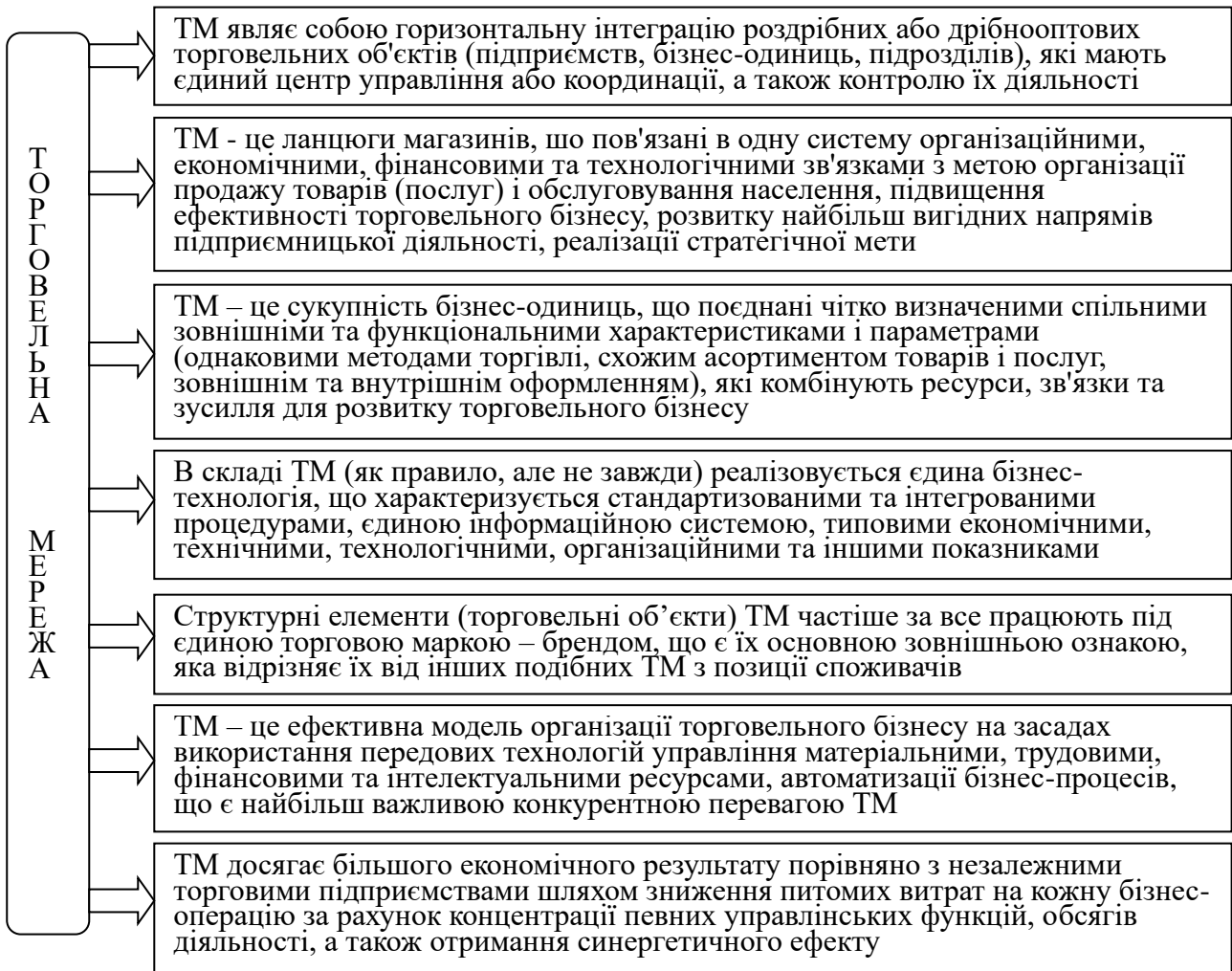


Рис. Концепт моделі підприємства торгівлі мережевого типу

Науковці трактують ПТМТ як сукупність однотипних торговельних бізнес-одиниць, розташованих на певній території для організації продажу товарів і обслуговування споживачів, та які мають єдиний центр управління, єдину бізнес-технологію, спільні зовнішні і внутрішні характеристики й параметри торгового процесу, а також систему комбінування організаційних, економічних, фінансових, технологічних зв'язків, зусиль і ресурсів з метою ефективної реалізації соціально-економічної функції торгівлі [1].

Важливу роль в забезпеченні потреб населення територіальних громад і, зокрема, сільського населення відіграють торговельні підприємства споживчої кооперації, що експлуатують мережі т.зв. коопмаркетів під брендами РІКОС, ТЕКО, ЛЕОКС тощо, які провадять торговельну діяльність у чотирьох форматах та адаптовані (за розмірами торгової площі) до умов торговельної діяльності в поселеннях з різною чисельністю обслуговуваного населення [2].

Проведений аналіз таких торговельних компаній як суб'єктів споживчого ринку нового формату, показав, що вирішальну роль в забезпеченні ефективності їх функціонування відіграють комерційні служби оптового блоку, зосереджені в організаційній структурі даного підприємства, які забезпечують діяльність компанії як єдиного суб'єкта ринку, натомість другим блоком є сукупність чисельних коопмаркетів, які здійснюють роздрібну торгівлю на певних територіях та мають при цьому статус самостійної бізнес-одиниці. Зазначимо, що високий рівень централізації управління в таких підприємствах у поєднанні з жорсткою стандартизацією процесів торгово-оперативної діяльності обумовлює практичну відстороненість працівників коопмаркетів від вирішення питань комерційної діяльності в аспектах оптових закупівель, договірної роботи, управління запасами та управління формуванням асортиментом товарів; у той же час, питання оперативного характеру, які пов'язані з реалізацією прийнятих рішень, залишаються у віданні керівників коопмаркетів та торгового персоналу. Значно вищою є роль персоналу коопмаркетів у здійсненні комерційної діяльності з роздрібною продажу товарів і забезпеченні високих стандартів організації комплексу технологічних операцій в кожному магазині та на складах компанії. При цьому основні конкурентні переваги для ПТМТ на ринку забезпечуються насамперед завдяки застосуванню потенціалу формат-менеджменту, інтеграції бізнес-процесів, ІТ-технологій, мерчендайзингу, категорійному менеджменту, економічному обґрунтуванню та попередньому аналізу для прийняття комерційних рішень, використанню потенціалу корпоративних інформаційних систем та централізації логістики.

Список використаних джерел

1. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія // [за ред. В.В.Апопія та І.М.Копича]. - К.: Академвидав, 2012. – 424 с.
2. Укоопспілка. 3-і Збори Ради двадцятого скликання. Постанова. Про Концепцію коопмаркетів в споживчій кооперації України.

Василь ЛИПЧУК
д.е.н., професор, член-кор. НААНУ
*Львівський національний університет ветеринарної
медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького*

SWOT-АНАЛІЗ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

SWOT-аналіз – найбільш популярний спосіб оцінки позиції підприємства (сильних і слабких сторін) на фоні шансів і загроз, які виникають в оточенні, і який обґрунтовує вибір найкращої стратегії діяльності. Протягом періоду існування SWOT-аналіз пройшов величезну еволюцію і став дуже ефективним і

водночас досить складним інструментом для створення стратегії підприємства. На даний час метод застосовується в багатьох версіях з різним ступенем складності і величини конструкції.

SWOT-аналіз використовують на рівні організацій (комерційних і некомерційних), територіальних формувань (напр. оцінки туристичного потенціалу), процесів і явищ (напр. інноваційних рішень) у публічній сфері.

У підприємницькій діяльності SWOT-аналіз можна використовувати для:

- побудова стратегічних планів та основи для приготування бізнес-планів;
- переорієнтація поточного напрямку діяльності підприємства;
- розробка пріоритетного курсу дій, адаптованого до мінливих умов ринку;
- розпізнавання внутрішньої та зовнішньої ситуації організації з метою запровадження коригувальних програм у разі виявлення недосконалостей;
- визначення ключових факторів і продуктів, які мають вирішальний вплив на розвиток компанії, а потім посилення їх як джерела конкурентної переваги;

SWOT-аналіз оцінки можливостей розвитку туристичного підприємства, повинен враховувати чотири основні питання, які є підставою для процесу стратегічного планування: 1) визначення поточної вартості потенціалу туристичного підприємства; 2) визначення цільової вигоди, отриманої в результаті розвитку організації; 3) вибір шляху досягнення раніше зазначених переваг, щоб перейти від поточного стану до очікуваного стану; 4) спосіб вимірювання прогресу на шляху до досягнення згаданої мети [1].

SWOT-аналіз із-за значного спрощення використовуваної методики вважається надто суб'єктивним методом, що призводить до простого отримання не надто об'єктивних та надійних результатів. Тому для застосування розглядуваного методу доцільним вважаємо наступне:

1. Традиційно проведення аналізу розпочинається з характеристики оточення. Дана послідовність обґрунтовується тим, що на фоні оточення краще проявляються сильні і слабкі сторони. Але слід зважати і на той факт, що шанси залежать від сильних сторін підприємства, а загрози від його слабких сторін. Отже, вибір послідовності аналізу залежить лише від аналітика. Якщо оточення стабільне, то доцільно використовувати традиційний підхід, при мінливому оточенні - навпаки, щоб оцінити підприємство на новому фоні.

2. Особливу увагу сконцентрувати на ключових факторах успіху чи невдачі з кожної чверті матриці SWOT:

- ринок, тобто споживачі та конкуренція;
- товар (послуга), тобто його привабливість, спосіб доставки, ціна тощо;
- організація, тобто її матеріальні та нематеріальні ресурси (передусім персонал).

3. Оцінку елементів матриці SWOT доцільно проводити в історичному контексті, аналізуючи їх вимір та силу впливу в минулому, теперішньому та майбутньому періодах що дасть можливість встановити відповідні тенденції та оцінити ймовірність екстраполяції.

4. Традиційний аналіз доцільно доповнити ступенем впливу окремих чинників і провести оцінку їх значимості або надання окремим чинникам вагових коефіцієнтів.

Серед нових методологічних концепцій побудови SWOT-аналізу на особливу увагу заслуговує аналіз із застосуванням методу АНР (analytic hierarchy process), автори якого припускають, що заздалегідь визначені сильні та слабкі сторони організації, а також можливості та загрози, з якими стикається компанія, вимагають оцінки їх важливості для розвитку конкурентної позиції компанії. Ця оцінка проводиться з технологічної і фінансової точок зору точки зору, зокрема корисності і якості продукції чи послуг, організаційних та інноваційних можливостей підприємства. Набуває популярності останнім часом і побудова SWOT-аналізу з використанням теорії нечітких множин на основі отримати експертних оцінок щодо ключових факторів розвитку підприємства.

5. Аналіз не вільний від суб'єктивних оцінок сфер, які важко згрупувати, які, однак, можна мінімізувати, піддавши даний фактор груповій оцінці третіми сторонами: сторонніми спеціалістами або консультантами, не пов'язаними в різний спосіб з підприємством. В цьому контексті доцільним є застосування методу експертних оцінок, зокрема щодо ймовірності сили впливу тих чи інших факторів в майбутньому. Варто застосувати і нормативний підхід, порівнюючи реальний стан з тим, що повинно бути (очікуваним).

6. Внутрішні умови слід шукати серед параметрів як специфічних для даного туристичного підприємства, так і серед чинників, які є важливими для більшості суб'єктів господарювання. Разом з тим повинна бути врахована специфіка конкретного туристичного ринку. Наприклад, в агротуризмі сферами аналізу повинні бути сільське господарство, туризм та сільські території.

В цілому можна стверджувати, що SWOT-аналіз є важливим інструментом при формулюванні головних стратегічних рекомендацій для різних організацій, а також вибору оптимального набору дій. Ступінь адекватності залежить від способу, в який було його проведено. Безперечно, що застосування різних підходів до SWOT-аналізу залежить від потреб та компетенцій персоналу і фінансових та організаційних можливостей туристичного підприємства .

Список використаних джерел

1. Garner R. SWOT tactics. Basics for strategic planning, URL: <https://www.theiacp.org/sites/default/files/all/s/SWOT%20Tactics.pdf>
2. Липчук В., Яців І., Гошко Б., Гошко О. Маркетинговий аналіз. Навчальний посібник. Київ . «Академвидав», 2008. 214 с.

Юрій ЛОПАТИНСЬКИЙ
д.е.н., професор
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Останні десятиліття суспільного розвитку характеризуються багатьма змінами. Відбуваються ці зміни під впливом глобальних соціально-економічних, кліматичних, безпекових та інших факторів. Це стосується і консервативного за своєю природою аграрного сектора та, відповідно, аграрного підприємництва як сфери економічної діяльності, пов'язаної з функціонуванням сільськогосподарських суб'єктів, які здійснюють виробництво, переробку та збут сільськогосподарської продукції з метою отримання прибутку та задоволення потреб населення у сільськогосподарських товарах і послугах. Основними цілями аграрного підприємництва є гарантування сталого виробництва високоякісної продукції, раціонального використання природних ресурсів, отримання належних доходів і формування бази для соціального забезпечення.

На розвитку аграрного підприємництва в Україні позначаються внутрішні та зовнішні фактори. В умовах глобалізації економічних процесів зовнішні фактори мають значний вплив. Проте і тут відбуваються геополітичні та структурні зміни.

Злет і стрімкий розвиток глобалізаційних процесів замінюється локалізацією систем і ланцюгів постачання. Як об'єктивно зазначають Ю. Губені та інші, це стосується ринкової поведінки клієнтів на оптових ринках продуктів харчування [1]. Стрімко змінюються внутрішні та зовнішні товарні потоки, зменшуються обсяги та можливості експорту сільськогосподарської продукції. Експорт став заручником домовленостей, воєнної та політичної ситуації. Обмеження «зернового коридору», відмова окремих країн ЄС від сухопутного експорту і навіть транзиту української сільськогосподарської продукції стримують обсяги поставок і, відповідно, зменшують стимули розвитку аграрного підприємництва.

Відповідно розвинена сільська і транспортна інфраструктура, така як транспортні артерії, системи зберігання та переробки сільськогосподарської продукції, сприяють покращанню логістики, зменшенню втрат і підвищенню доступності ринків збуту.

Іншим стримуючим фактором глобального характеру, до певної міри наслідком дії першого, є інфляція, яка в більшості провідних економік уже досягла піку та характеризується спадною тенденцією. Ймовірність рецесії зменшується, а окремі показники де факто підтверджують сприятливі перспективи. Однак центральні банки змушені проводити обережну та стриману монетарну політику. Особливо це актуально для України, де спостерігається значне зростання цін, зокрема на продовольчу продукцію. На внутрішньому ринку зростання рівня цін зменшує обсяг попиту на

сільськогосподарську продукцію. З іншого боку, збільшуються витрати суб'єктів аграрного підприємництва, що також не стимулює його зростання.

Зовнішні фактори мають і позитивний вплив на розвиток аграрного підприємництва, наприклад запровадження передових технологій у виробництві сільськогосподарської продукції, що покращує ефективність, збільшує врожайність, знижує витрати та підвищує конкурентоспроможність аграрних виробників. В останні роки спостерігалось збільшення імпортової сільськогосподарської техніки в Україні, проте нині це під великим питанням.

Теперішня ситуація також обмежує та утруднює доступ до ринків капіталу, без чого сільськогосподарське виробництво з тривалим виробничим циклом украй ускладнене. Полегшений доступ до капіталу, наявність фінансових ресурсів зумовлює можливість розширення виробництва, впровадження нових технологій, інвестування в сучасне обладнання та інфраструктуру.

Щодо інших факторів, то тут вагомим є людський капітал, адже наявність кваліфікованих працівників, новітніх знань і вмінь є ключовими факторами ефективності та інноваційності в аграрному підприємстві. Звісно, результати наукових досліджень сприяють розвитку та впровадженню інновацій, нових методів виробництва, сортів рослин і порід тварин тощо. Разом із тим, крім якісних вимірників / характеристик людського капіталу, вагомими є кількісні параметри, наприклад – чисельність працівників, обсяг людських ресурсів, задіяних у аграрному підприємстві. Цей ресурс обмежується, зокрема у зв'язку із зовнішньою міграцією. Також відбуваються внутрішні переміщення осіб у західні регіони країни, що змінює структуру та територіальну локацію ринку праці. Тож при подальшому відновленні та зростанні може відчуватися брак кваліфікованих працівників.

Серед факторів розвитку аграрного підприємництва зазначимо політичну та воєнну стабільність, сталість економічного середовища, відповідні нормативно-законодавче забезпечення та державне регулювання, наявність довгострокової стратегії розвитку. Ефективна урядова політика повинна сприяти розвитку аграрного підприємства, включаючи підтримку виробників, створення умов для стимулювання інвестицій, забезпечення доступу до фінансових ресурсів. З іншого боку, актуальне зменшення адміністративних бар'єрів як важливий фактор, який сприяє розвитку аграрного підприємства та підвищенню індивідуальної ініціативи, у тому числі у контексті децентралізації та зростання ролі територіальних громад.

Зазначені та інші фактори взаємодіють між собою, посилюючи або послаблюючи вплив один на одного. Разом вони безпосередньо впливають на розвиток та зростання аграрного підприємства, стимулювання ефективності, підвищення конкурентоспроможності сектора.

Список використаних джерел

1. Hubeni Y., Krupa O., Raiter N., Krupa V. Globalization and Local Determinants of HORECA Customers Market Behavior in the Wholesale Food

Сергій КАСЯН

к.е.н., доцент

НТУ «Дніпровська політехніка»

СКЛАДОВІ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ПЛОЩИНІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МЕНТАЛЬНОСТІ В МЕЖАХ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

На сьогодні цифровий та соціальний маркетинг, а також маркетинговий розподіл і рециклінг з урахуванням фундаментальних принципів сталого розвитку є актуальними концепціями в Україні. В умовах стрімкого поширення цифрових технологій, запровадження принципів концепції сталого розвитку важливим є оволодіння управлінськими та проектними навичками для формування маркетингової системи взаємодії і партнерських відносин у відповідності до соціальної та екологічної відповідальності бізнесу. В умовах стрімкого поширення інноваційних цифрових технологій доречно поглиблено досліджувати теоретичні основи, методологію та регулювання підприємницької діяльності в Україні. Необхідним є дотримання засад Європейської хартії сталого і відповідального туризму, *European charter of sustainable tourism (ECST)* у межах природоохоронних територій, що сприяє сталості потоків туристів.

Необхідним є функціонування вітчизняних вишів за принципами стійкості і сталості на засадах маркетингу. Системне застосування методів маркетингового стратегічного аналізу, моделей і підходів до стратегічного і оперативного управління маркетингом, зокрема у високотехнологічних сферах сприяє набуттю належної маркетингової і економічної ефективності. З точки зору екологічного маркетингу значущим є функціонування Міжнародної комісії із захисту р. Дунай (*International Commission for the Protection of the Danube River (ICPDR)*, www.icpdr.org). Ментальна діяльність такої Комісії спрямована на опрацювання інформаційних потоків у площині сталого розвитку територій європейських країн, спрямованого на дотримання вектору європейської інтеграції, *Internationale Kommission zum Schutz der Donau*. Висвітлення організаційно-економічних та соціальних складових розвитку підприємництва сприяє поліпшенню адаптації господарської діяльності підприємств до викликів зовнішнього середовища. На сьогодні суб'єкти господарювання в Україні функціонують в умовах воєнного стану, викликаного нахабною широкомасштабною військовою агресією ворожої расеї-кацапії.

Фахівці у сфері маркетингу приділяють увагу управлінню ресурсними потоками у ланцюгах створення вартості («зелених» ланцюгах), орієнтованих на сталий розвиток. Вагомою є свідома освітньо-наукова діяльність Коаліції з реформування оцінювання досліджень (*CoARA*). Доцільно розвивати

технології захисту навколишнього середовища у контексті сталого господарювання і поводження з відходами, забезпечуючи належне застосування концепції екологістики [1]. Варто відзначити успішну діяльність у сфері сталого розвитку Постійної комісії Дніпропетровської обласної ради з питань екології та енергозбереження.

Ю. Е. Губені комплексно досліджує суб'єктно-психологічні аспекти і мотиваційну природу підприємництва, наголошуючи на сутності підприємця (enterepreneur) як певного власника чи співзасновника суб'єкта господарювання, який теж самостійно проводить підприємницьку діяльність. Науковець виокремлює таку типологію підприємців, як підприємець-власник, орендар, менеджер [4, с. 75]. Доцільно підкреслюється про зв'язок підприємництва з інноваціями на засадах дотримання соціальної, екологічної відповідальності, справедливої торгівлі (faire trade) [4, с. 79]. Дослідник наголошує на урахуванні впливу людського чинника, психологічно-вольових характеристик підприємців під час організації бізнесу. Необхідним є аналізування мотиваційної природи підприємництва, урахування соціальних наслідків та політичних здобутків [4, с. 81-84]. Дійсно, такі атрибути дозволяють бути успішним підприємцем в інформаційному потоці даних, в умовах інформаційного суспільства.

А. А. Гаренко досліджує комплекс питань, пов'язаних із моделюванням формування собівартості продукції у сучасних динамічних умовах. Він враховує вплив різних тарифів на електроенергію, на окреслення параметрів економіко-математичної моделі процесу формування собівартості продукції. Слід погодитися з позицією ученого щодо удосконалення оптимального режиму проходження ресурсних потоків за умов дотримання мінімізації енергетичної складової питомих витрат на одиницю продукції [3, с. 3, 7-9]. На нашу думку, розробка подібних імітаційних економіко-математичних моделей сприяє більш удосконаленому механізму ресурсозаощадження, зокрема, енергетичних ресурсів, що є вельми актуальним в теперішніх умовах подорожчання енергоносіїв.

Доцільним є постійне пояснення культури і етики збереження ресурсів, піклування про довкілля на основі високотехнологічного маркетингу в умовах певної концентрації інтелектуального капіталу [1]. Необхідними є зустрічі з блогерами, адвокатами брендів. Цікавим і перспективним є міжнародний проект «Підтримка молоді як імпульс для зміцнення демократії та громадянського суспільства в Україні». Така комунікаційна підтримка молоді є у площині європейської ментальності і сприяє поліпшенню діяльності громадських організацій на маркетингових засадах. На наш погляд, особливе значення комплексу маркетингових комунікацій компанії набуває у межах концепції сталого розвитку, коли завдяки цим інтегрованим інструментам відбувається роз'яснювальний, інформаційний вплив на цільові аудиторії у контексті досягнення цілей сталого розвитку.

Доречним є аналіз наукових підходів до дослідження маркетингових чинників впливу. Зокрема, С. Аптекар., О. Жамойда визначають конкурентні чинники. Вони аналізують види економічної діяльності з різним рівнем

конкуренції, зазначаючи про зменшення питомої ваги конкурентних ринків у машинобудуванні. Відмічається збільшення кількості ринків олігополістичного характеру, підвищення рівня економічної концентрації. Вагомим є висновок науковців про велику відчутність зовнішнього конкурентного впливу вітчизняного машинобудування та хімічної галузі [2, с. 15, 19]. Ми вважаємо, що під час організації маркетингової діяльності доцільно ураховувати такі висновки. Слід розвивати креативний туризм у сільській місцевості.

Відмітимо, що поглиблене розуміння специфіки комунікаційних зв'язків у динамічній площині студент-викладач дозволяє встановити більш ціннісну і компетентнісну взаємодію в освітній маркетинговій сфері. Слушним є адаптування інноваційних знань з маркетингу, Інтернет-маркетингових комунікацій у системі ментально-освітніх цінностей здобувачів вищої освіти.

Доцільним є акцент на особистому саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати навчання, що сприятиме розумінню споживчих потреб і удосконаленню цифрових маркетингових знань протягом усього життя (Lifelong Learning). При цьому студенти добре структурують власні враження від отримання нових знань, мотивації на заняттях, усвідомлюють доцільність співпрацювати, взаємодіяти в команді.

Отже, складові успішного підприємництва у площині європейської ментальності в межах концепції маркетингу сталого розвитку полягають у системній маркетинговій комунікаційній, розподільчій політиці, спрямованих на заощадження основних ресурсних потоків, їх заощадження.

Список використаних джерел

1. Kasian Serhii. Eurointegration, marketing communication and virtual logistic in Ukrainian and Polish enterprises / Integracja europejska, komunikacja marketingowa i logistyka wirtualna w przedsiębiorstwach ukraińskich i polskich. *Przegląd Europejski / European Review. Poland. University of Warsaw. Faculty of Political Science & International Studies.* Warsaw: Issue: 2022 (1). P. 163-169. Published: 2022-05-05. Access: <https://przepladeuropejski.com.pl/resources/html/articlesList?issueId=14611>.

2. Аптекарь С., Жамойда О. Розвиток конкуренції в Україні. *Економіка України*. 2009. №7. С. 13–21.

3. Гаренко А. А. Моделирование процесса формирования собивартости продукции дробарной фабрики в условиях багатозонального тарифу на електроенергію. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, спеціальність 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту. 2015. 20 с.

4. Губені Ю.Е. *Підприємництво*: навч. посіб. Львів: НВФ «Українські технології», 2012. 572 с.

Світлана ШУРПА
к.е.н., доцент
Лідія ГУК
студентка 4 курсу
Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сектор роздрібної торгівлі є одним з найважливіших секторів економіки України, від успішного розвитку якого безпосередньо залежить ситуація на споживчому ринку країни, забезпечення населення якісними та доступними товарами повсякденного попиту.

Механізм ціноутворення в умовах ринкових відносин проявляється через ціни, їхню динаміку. Динаміка цін формується під впливом двох найважливіших чинників – стратегічного та тактичного. В умовах ринку динаміка цін буде формуватися непередбачувано, і необхідно глибоко та ретельно вивчати всі ринкові фактори та навчитися правильно користуватися ними. Найбільш гнучким та значущим інструментом комерційної політики підприємства є ціна. Саме ціни визначають структуру виробництва, надають вирішальний вплив на рух матеріальних потоків, розподіл товарної маси, рівень дохідності підприємства.

Ціна є одним з основних факторів, що впливають на розмір одержуваного прибутку, а також на ряд інших кількісних та якісних показників роботи підприємства: рентабельність, оборот, конкурентоспроможність, частку ринку тощо. Більше того, встановлюючи той чи інший рівень ціни, підприємство може досягти різних цілей в залежності від ситуації, що склалася на ринку: виживання фірми, максимізація темпів зростання, збільшення обсягів продажів, стабілізація чи зростання ринкової частки.

Рішення, прийняті керівництвом фірми у сфері ціноутворення, ставляться до найбільш складних і відповідальних, оскільки вони здатні не просто погіршити показники фінансово-господарської діяльності, а й привести підприємство до банкрутства. Крім цього цінові рішення можуть мати довгострокові наслідки для споживачів, дилерів, конкурентів, багато з яких складно передбачити і, відповідно, оперативно запобігти небажані тенденції після їхнього прояву.

Це особливо актуально в нинішніх українських умовах, коли внаслідок зниження купівельної спроможності та збільшується конкуренції на ринку для успішної діяльності підприємства найбільше значення набуває вибір ефективного методу ціноутворення.

Досягнення цілей фірми залежить переважно від трьох чинників: обраної стратегії, організаційної структури і від того, як ця структура функціонує.

Організація маркетингу, або маркетингової діяльності, охоплює широкий спектр робіт і функцій, що мають місце при впровадженні та використанні

ринкової філософії організації підприємництва, головним принципом якої є орієнтація на споживача - вивчення та задоволення його потреб і бажань.

Особливості виробничої діяльності, відмінність виробничих потенціалів, відмінність у розмірах та структурі споживаних ресурсів, обсягах виробництва та збуту продукції визначають індивідуальний підхід до розробки організаційних структур маркетингу. Однак пошук якоїсь універсальної, стандартизованої організаційної структури маркетингу є недоцільним. Як зазначає Ф.Котлер, «ідеальна організаційна структура для відділу маркетингу ще не знайдена».

Для функціонування будь-якої організації необхідно визначити її компоненти.

Персонал. Потрібно застосовувати рішення про кількість персоналу, вимоги до досвіду та навичок роботи.

Місія. Формулювання головної мети бізнесу дозволить залучити необхідний персонал та правильно його мотивувати. Має бути ясно, чого треба досягти у бізнесі.

Встановлення корпоративних цінностей. Важливо знати не тільки, як рухатися до поставленої мети, а й які прийнятні при цьому способи. Це формує відповідну атмосферу в організації, її мораль та етику.

Стиль керування. Він покликаний поставити систему побудови відповідальності та прийняття рішень.

Логіка та обмеження організаційної структури. Формальні ознаки організації задають логіку, тобто послідовність та пріоритети в управлінні. Обмеження визначають рамки, у яких будується організація.

Контрольна система. Її роль – формувати контрольні показники та порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями.

Система руху інформації. Інформація - "кров" системи управління, система руху повинна створити "систему судин" для проходження інформації.

Отже, у процесі своєї діяльності підприємство може дотримуватися тієї чи іншої стратегії та тактики, однієї чи кількох у комплексі. В той же час підприємство має відслідковувати коливання ринку та прогнозувати можливі зміни ринкових умов та за необхідності гнучко реагувати на них реагувати зміною чи коригуванням обраної стратегії та тактики. Таким чином, зміна ринкових умов тягне за собою суттєву зміну значення та змісту цінової політики.

Список використаних джерел

1. Організація маркетингової діяльності промислових підприємств у сучасних умовах господарювання / І. П. Фоміченко, О. О. Кондратенко, Т. Є. Руденко, М. А. Брант // Економічний вісник Донбасу : наук. журн / Гол. ред. Н. В. Трушкіна. – 2020. – №3 (61). – 145с.
2. Попов А. В. Концептуальні основи організації маркетингової діяльності підприємства в умовах глобалізації / О. В. Попов// Бізнес Інформ. – 2011. – № 7 (2). – 157 с.

3. Попов О. В. Організація рефлексивного управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства / О. В. Попов // Управління розвитком: зб. наук. пр. Харків: ХНЕУ, 2011. – № 22 (119). – 142с.

Наталія ЗЕЛІСКО

к.е.н., доцент

Львівський національний університет природокористування

Віталіна МАЛЮГА

викладач

Львівський фаховий коледж ЛНУП

ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі економічних перетворень, перед сучасним бізнесом стоїть завдання об'єднання в практичній діяльності трьох взаємопов'язаних цілей: економічної ефективності, екологічної відповідальності та результативного менеджменту.

Екологічна модернізація є, з одного боку, реакцією сучасного суспільства на екологічний ризик, який набув характеру всезагального і непередбачуваного, з іншого – відповіддю влади і бізнесу на зростаючий тиск екологічного руху й популярність ідей альтернативного суспільного розвитку, що займають центральне місце в екологічному дискурсі. Згідно з концепцією екомодернізації, сутність цього процесу полягає в економізації екології і, навпаки, екологізації економіки, тобто перетворенні екологічних обмежувачів із джерела отримання додаткового прибутку, наприклад за рахунок економії сировини і матеріалів, розширення попиту на екологічно чисті або вироблені екологічно чистим методом товари[2]. В результаті ринкова економіка стає, як стверджується, екологічно орієнтованою. Інститути визначають певний порядок у характері взаємодій між суспільством і довкіллям, людиною та природою шляхом формування суспільством норм і правил економічної поведінки суб'єктів господарювання, установлення певних рамок і обмежень у процесі господарської діяльності щодо вилучення, використання, перетворення, охорони, обміну, споживання, відтворення природних благ і послуг, досягнення ресурсно-екологічної безпеки.

На даний момент в Україні прийнято чимало законів, державних програм щодо збереження та підвищення ефективності використання природних ресурсів, але виникає достатньо підстав для висновків про те, що існуюча система природокористування є недосконалою. В екологічному плані екологічне регулювання повинно забезпечувати збереження навколишнього природного середовища, соціально-етичну поведінку суб'єктів бізнесу [1]. Це створює необхідність розробити інструменти, що поєднують правові, організаційні, економічні та соціально-етичні механізми контролю еколого-економічної діяльності підприємства (таблиця 1).

Але усі ці інструменти мають різні умови застосування та різний позитивний ефект, також очевидні проблеми їх застосування, складність, недостатня вивченість. Мінімізувати негативний вплив суб'єктів бізнесу на навколишнє середовище можливо шляхом застосування екологізованих технологій, під якими розуміють «виробничі процеси, що не порушують кругообіг у природі, забезпечують надходження забруднюючих речовин у біосферу в рамках встановлених лімітів і побудовані на основі принципів просторової компактності, маловідходності, замкнутості виробничого циклу, можливості вторинної переробки» [3].

Таблиця 1. Механізми та інструменти реалізації екологічної відповідальності бізнесу

Механізми	Інструменти за напрямами реалізації
	<i>Екологічно-економічна підприємницька діяльність</i>
<i>Правові</i>	Екологічне законодавство; договори природокористування (оренди, купівлі-продажу).
<i>Організаційні</i>	Екологічні стандарти, норми та нормативи; екологічна експертиза, облік та аудит, екологічний контроль та діагностика, паспортизація; оцінка впливу на навколишнє природне середовище; екологічна сертифікація, екологічна оцінка життєвого циклу продукції, екологічні цільові програми; екологічний маркетинг
<i>Економічні</i>	Платежі за ресурси, забруднення навколишнього середовища, розміщення відходів; штрафи за порушення екологічного законодавства; надбавки (знижка) до цін (тарифів) на продукцію (послуги) в залежності від рівня їх екологічності; екологічне страхування; екологічна застава; екологічний лізинг; пільгове оподаткування; пільгове кредитування суб'єктів бізнесу.
<i>Соціально-економічні</i>	Добровільні екологічні угоди

Екологізація бізнесу має стати переходом до специфічного типу підприємницьких ініціатив, спрямованих на впровадження принципів сталого розвитку, що саме і становить екологічне підприємництво як сучасну інновацію стратегії збалансованого природокористування та господарювання. Усі види діяльності у сфері екологічного підприємництва, без винятку слід віднести до інновацій екологічного напрямку: вони спрямовані на досягнення цілей сталого розвитку й обумовлюють вихід на паритет економічних, соціальних та екологічних цінностей суспільства.

Сьогодні важливе значення має формування і запровадження дієвих економічних інструментів раціонального природокористування [4], серед яких можна виділити:

- екологічні податки, платежі;

- фінансову допомогу;
- кредити на обмеження викидів;
- платні дозволи на викиди;
- квоти, допуски чи граничні показники рівня забруднюючого викиду;
- ліцензії;
- створення організаційно-економічних умов для інноваційного підприємництва в екології;
- виробництво екотехніки та екотехнологій;
- утилізацію відходів;
- розвиток екологічного аудиту;
- становлення екологічного менеджменту тощо.

З урахуванням вище викладеного повернемося до проблеми екологічної відповідальності підприємства. До теперішнього часу сформувався ряд концептуальних підходів і створюваних на їх основі механізмів та і інструментів її реалізації [2]. Представлений нижче перелік цих підходів у цілому відображає еволюцію змісту й інструментів реалізації екологічної відповідальності:

– *трансформація зовнішніх негативних екологічних ефектів*, обумовлених фінансово-господарською діяльністю підприємства в її внутрішні витрати (включаючи екологічний податок);

– *методи і механізми, які забезпечують екологічно сталий соціально-економічний розвиток*, що дозволяють розсунути часові рамки відповідальності підприємств за рахунок соціально-екологічних зобов'язань перед майбутніми поколіннями і стейкхолдерами, не знімаючи при цьому завдання підвищення фінансово-економічної результативності;

– *економіко-правовий метод реалізації екологічної відповідальності*, що включає два прикладних напрями: страхування екологічної відповідальності підприємців ризикових секторів економіки, обов'язкове і добровільне; реалізація відповідальності за допомогою накладення адміністративних і кримінальних покарань у ході судових розглядів;

– *добровільні екологічні угоди і партнерства*. Це гнучкий інструмент виходу бізнесу за межі законодавчо зафіксованих норм екологічної безпеки та раціонального природокористування і концентрації зусиль на рішення міжгалузевих ресурсно-екологічних проблем.

Список використаних джерел

1. Грішнова О., Брінцева О. Впровадження екологічної відповідальності в практику менеджменту вітчизняних підприємств. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. Серія : Економіка. 2013. 10 (151). С. 13-18.
2. Короленко Р.В. Реалізація екологічної відповідальності підприємства в системі стратегічного управління. *Reporter of the priazovsky i state technical university*. Section: Economic sciences. 2016, Issue 32, Volume 1. С.119-124.

3. Машненко К. Трансформація державної екологічної політики в Україні в контексті третьої та четвертої промислових революцій. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2017. № 3(34). С. 90-97.

4. Смоленніков Д. О. Роль екологічної відповідальності бізнесу на шляху до сталого розвитку. *Вісник Сумського державного університету*. Серія : Економіка. 2013. №4. С. 35-39

Ольга ФЕДИК

*к.е.н, в.о. доцента кафедри менеджменту ім. проф. Є. Храпливого
Львівський національний університет природокористування*

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ

Мала кількість оптових ринків сільгосппродукції в Україні, їх значна територіальну віддаленість та орієнтація на торгівлю переважно великими оптовими партіями, не завжди відповідає можливостям господарств населення з середнім та, особливо, низьким товарно-ресурсним потенціалом скористатися їх послугами. Залучення в обіг товарних ресурсів дрібних агровиробників можуть бути більш інтенсивно реалізовані на локальному рівні – завдяки залученню до цих процесів таких суб'єктів господарювання, як місцеві продовольчі та змішані ринки (які в переважній більшості відносяться до системи споживчої кооперації), а також – заготівельні контори. Саме в системі споживчої кооперації України, незважаючи на кризові явища та руйнацію колишньої централізованої системи кооперативних заготівель сільгосппродукції, до цього часу збереглися кооперативні підприємства (чи структурні підрозділи споживчих товариств) з досить чисельною мережею об'єктів заготівельного профілю (заготпункти), доповненою мережею кооперативних магазинів (типу «магазин-заготпункт»), які спроможні охопити сільські території, закупаючи або приймаючи під реалізацію від господарств населення навіть незначні кількості сільгосппродукції. На наш погляд, активізації саме такого напрямку залучення сільгосппродукції від господарств населення може сприяти застосування у відносинах між дрібними агровиробниками та кооперативними підприємствами договорів контракції, які дозволяють встановити чіткі зобов'язання, відповідальність кожної із сторін такого договору та забезпечити їх реальне виконання. За договором контракції сільгосппродукції виробник сільгосппродукції зобов'язується виробити визначену договором сільгосппродукцію і передати її у власність заготівельникові (контрактанту) або визначеному ним одержувачеві, а заготівельник зобов'язується прийняти цю продукцію та оплатити її за встановленими цінами відповідно до умов договору [1]. При цьому чинним законодавством не встановлено обмежень щодо юридичного статусу товаровиробника як особи, котра реалізовує сільгосппродукцію, вирощену і вироблену у власному господарстві (господарські товариства, виробничі

кооперативи, фермерські господарства тощо, які здійснюють підприємницьку діяльність з вирощування та виробництва сільгосппродукції, а також громадяни, які реалізують сільгосппродукцію, вирощену чи вироблену ними на присадибних або дачних ділянках). До речі, такі договори контрактації господарства населення можуть укладати не лише з заготівельними підприємствами споживчої кооперації чи закупівельними підприємствами кооперативних місцевих ринків, але й з суб'єктами господарювання сфери HoReCa (підприємствами ресторанного господарства, готелями, пансіонатами тощо), а також переробними підприємствами (за умови узгодження проблемних питань щодо невеликих обсягів реалізації, незначних розмірів окремих партій, порядку доставки та оплати тощо). Як показує аналіз, більш перспективним варіантом реалізації даної ідеї є модель створення збутового кооперативу та узгоджена діяльність його членів з виконання прийнятих спільних зобов'язань з виробництва і постачання сільгосппродукції.

Пропозиції щодо підвищення ролі місцевих ринків в процесах активізації залучення ресурсів сільгосппродукції господарств населення можуть бути використані також для трансформації підприємств ринків у якісно нові, багатофункціональні господарські формування – локальні оптово-роздрібні ринки, які, використовуючи наявний у них матеріально-технічний потенціал (торгові павільйони з обладнаними місцями торгівлі, торговельні майданчики, складські приміщення), були б спроможні забезпечувати не лише роздрібну торгівлю, але й надавати можливості та логістичний супровід для дрібнооптової чи оптової торгівлі – у відокремленій функціональній зоні ринку. Для того, щоб такі трансформації реально відбулися (або хоча б почалися), на наш погляд, потрібна певна ініціатива від потенційних суб'єктів торговельної діяльності на подібному локальному оптово-роздрібному ринку, активними провайдерами такої ідеї саме і мають стати дрібні агровиробники, зокрема, господарства населення та заготівельно-збутові кооперативи, які могли б гарантувати товарне наповнення відповідних потужностей. При цьому додатковим важелем підтримки діяльності локального оптово-роздрібного ринку могло б стати створення інформаційної платформи як основного інструмента координації взаємодії даного підприємства з постачальниками продукції (в тому числі – шляхом узгодження заявок на виділення торгових місць і потужностей для зберігання продукції на певні календарні дати) та рекламно-інформаційної роботи самого ринку, спрямованої на інформування індивідуальних і колективних покупців щодо проведення торгів, акційних продажів, сезонних ярмарків, а також щодо ініціатив окремих груп з консолідації попиту з подальшим пошуком варіантів його задоволення.

На наш погляд, реалізація таких трансформацій місцевих ринків може бути цікавою не лише для дрібних агровиробників і населення, але й для виконавчих органів місцевого самоврядування, відповідальних за розвиток АПК, а також спеціалізованих дорадчих служб. При цьому вважаємо за можливе для фінансування таких трансформацій місцевих ринків в локальні оптово-роздрібні ринки з функціями логістичного центру залучати кошти всіх

зацікавлених сторін, в т. ч. приватних інвесторів, серед яких можуть бути і господарства населення.

Список використаних джерел

1. Галанець В. Г., Стасів О.Ф. Економічна оцінка та перспективи розвитку форм господарювання в сільському господарстві Львівської області : монографія. Прес-експрес. Львів, 2005. 168 с.

Орися ВАСИЛИНА
к.е.н., доцент
Львівський національний
університет природокористування

ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГЕТИКА – ЗАПОРУКА БЕЗПЕКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Глобальні проблеми людства, які відображають суттєві негаразди, що охоплюють економічну, енергетичну, демографічну, соціальну, екологічну та інші сфери людського існування. Причиною їх появи є людська діяльність, що нерозривно пов'язана із суспільною свідомістю. Важливою причиною зростання глобальних проблем, на думку багатьох вчених, став інтенсивний розвиток науково-технічного прогресу, наслідки якого проявилися у всіх сферах життя. Людство продовжує шукати шляхи подолання проблем сучасної цивілізації.

Одною серед найважливіших глобальних проблем є енергетична. Тому ця проблема є об'єктом постійної уваги державних діячів не лише розвинутих країн, а й країн, які знаходяться на перехідному етапі свого розвитку та країн, що розвиваються.

У сучасному світі енергетика є основою практично всіх сфер життєдіяльності та не лише відіграє вирішальну роль в економічному прогресі країни, а й виступає базою забезпечення сталого розвитку суспільства загалом. В умовах глобалізаційних впливів позиції держав, що є енергетичними донорами, відрізняються підвищеною нестабільністю, непередбачуваністю, політичним егоїзмом і агресивністю. Як наслідок, країни, що були й залишаються енергетичними споживачами, постають перед необхідністю розбудови власних систем гарантування енергетичної безпеки, ефективність яких має урівноважувати дисфункціональні впливи (виклики, загрози, небезпеки), що продукуються міжнародним середовищем. Прогноз учених, що до 2050 р. можна очікувати подвоєння попиту на енергоресурси, спричиняє доцільність дослідження енергетичної безпеки як функціональної складової частини економічної та національної безпеки держави [1].

В останні роки науковці все більше уваги та зусиль спрямовують на подолання енергетичної кризи через використання альтернативних джерел енергії. Значна частина сільськогосподарської продукції використовується на

виробництво біопалива, що зумовлює здорожчання продовольства. Експерти визначили наступний склад загроз глобальної енергетичної безпеки:

- відставання пропозиції енергії від зростання енергоспоживання;
- зростаюча напруженість у забезпеченні енергетичних потреб транспорту;
- наростання регіональних енергетичних диспропорцій;
- більш важкі перерви енергопостачання внаслідок техногенних катастроф і системних аварій;
- незворотні зміни клімату регіонів і планети в цілому.

Загроза відставання пропозиції енергії від зростання енергоспоживання обумовлена передовсім небезпекою виникнення чергової (третьої) хвилі зростання світового енергоспоживання. Попередня довга хвиля отримала розвиток наприкінці 1940-х років і завершилася в середині 1990-х, збільшивши світове енергоспоживання майже в 5 разів і душеве — практично вдвічі [3]. Її закінчення було пов'язане зі стабілізацією середньодушового енергоспоживання у світі з початку 80-х років ХХ ст. Це пояснюється скороченням загального і душевого енергоспоживання у колишніх країнах планової економіки і зниженням душевого енергоспоживання в країнах, що входять в Організацію економічного співробітництва і розвитку, при відносно помірному зростанні душевого енергоспоживання в країнах, що розвиваються.

Для забезпечення необхідної пропозиції енергії потрібні величезні інвестиції в енергетику, які, за оцінками Міжнародного енергетичного агентства, мають скласти до 2030 року 17 трлн. дол., при цьому дві третини їх підуть на заміщення існуючих потужностей і одна третина - на створення нових. [4].

Російське повномасштабне вторгнення до України спричинило «першу справді глобальну енергетичну кризу» – про це йдеться в звіті Міжнародного енергетичного агентства, яка працює в рамках Організації економічного співробітництва та розвитку.

Енергетична безпека – це пріоритет для України під час та після завершення війни, яку розв'язала росія. Адже ця війна — це, в тому числі, масовані атаки на енергетичну інфраструктуру, атомний тероризм і пошкодження понад половини всієї енергосистеми держави. А також понад 2300 випадків шкоди, завданої докільцю внаслідок війни, серед яких — вибухи снарядів, потрапляння палива в ґрунт та підземні води, мінування, спалення лісу тощо. 2023 року на міжнародній конференції ООН зі зміни клімату представили дослідження, згідно з яким військові дії росії в Україні за рік повномасштабного вторгнення вже призвели до викидів 49 млн. тонн CO₂.

Один із ключових способів гарантувати Україні (та, відповідно, Європі) безпеку – розвивати відновлювані джерела енергії.

У 2019 році Україна увійшла у ТОП-10 країн світу за темпами розвитку відновлюваної енергетики, а у 2020 році — у ТОП-5 європейських країн за темпами розвитку сонячної енергетики. У тому ж 2019 році, у рейтингу Climatescope від Bloomberg New Energy Finance (Bloomberg NEF), Україна посіла почесне 8 місце (піднявшись з 63-го) серед 104 країн світу за інвестиційною привабливістю країни саме у питанні розвитку низько

вуглецевих джерел енергії і будівництва «зеленої» економіки. У 2021 році, Україна була на 48 місці за загального інвестиційного потенціалу держави серед 136 країн світу в рейтингу BloombergNEF. [2].

Газова криза кінця 2021 та початку 2022 року підтвердила значні перспективи розвитку сектору біоенергетики України (біоЕС). На фоні рекордно високих цін на природний газ, саме біоенергетика здатна закрити частину дефіциту природного газу у питанні виробництва теплової та електричної енергій. Загалом, у 2021 році було введено в експлуатацію 21 МВт (або 1,79%) біогазових установок, що вдвічі більше показників 2020 року, і 43,1 МВт (або 3,68%) станцій на біомасі, що вдвічі більше приросту біоенергетичних потужностей 2020 року. [2].

Так, зважаючи на виклики технічного та економічного характеру у сфері відновлюваної енергетики, приділено значну увагу, зокрема:

- забезпеченню сталості генерації об'єктів відновлюваної генерації, підвищенню надійності енергопостачання, перенесенню сезонних змін попиту на електроенергію;
- стимулюванню виробництва "чистої" електроенергії на ринкових засадах;
- удосконаленню умов підтримки енергетичних кооперативів та приватних домогосподарств;
- запровадженню механізму видачі гарантії походження електроенергії;
- стимулюванню використання енергоносіїв з відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) у транспортному секторі. [3].

Уже зараз Уряд України й міжнародні партнери розробляють спільне бачення повоєнного відновлення України. Воно включає не лише подолання прямих наслідків війни, але й стратегію розвитку держави в середньостроковій перспективі. Так, низка громадських організацій уже опублікувала бачення повоєнного зеленого відновлення України та його принципів. Зокрема, до нього має належати децентралізація енергосистеми, збільшення частки відновлюваних джерел енергії, відбудова інфраструктури з урахуванням енергоефективності тощо. А наскрізним елементом зеленої відбудови має стати стратегія «нуль забруднення», зокрема нуль відходів, для міст після завершення війни. [4].

Список використаних джерел

1. Енергетична безпека України: методологія системного аналізу та стратегічного планування : аналіт. доп. / [Суходоля О. М., Харазішвілі Ю. М., Бобро Д. Г., Сменковський А. Ю., Рябцев Г. Л., Завгородня С. П.] ; за заг. ред. О. М. Суходолі. – Київ : НІСД, 2020. – 178 с.
2. Сектор відновлюваної енергетики України до, під час та після війни. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/sektor-vidnovlyuvanoyi-energetyky-ukrayiny-do-pid-chas-ta-pislya-viyny>
3. Фортов В, Макаров А., Митрова Т. Глобальна енергетична безпека: проблеми і шляхи розв'язання. Вісн. НАН України. 2007. № 8 с.

4. Шевченко О.А. Енергетична безпека як невід’ємний елемент забезпечення економічної безпеки держави в стратегіях національної безпеки України. Науковий вісник Ужгородського Національного Університету, 2021. Серія ПРАВО. Випуск 67. С. 163-168

Ольга ЛИСЮК

к.е.н., доцент

Львівський національний університет природокористування

Лілія БАЛАШ

к.е.н., доцент

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

Богдан ШУВАР

к.е.н., доцент

Львівський національний університет природокористування

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Успішне функціонування підприємства в ринковому середовищі нерозривно пов’язане з забезпеченням його економічного розвитку. Вирішення цього завдання вимагає всебічного і детального вивчення усієї сукупності чинників, що впливають на стан реалізації цілей і завдань господарюючого суб’єкта та кінцеві результати його діяльності.

Результатом тривалих пошуків найбільш раціональних рішень у процесі виробництва стала розробка певних принципів, методів, засобів і форм управління виробництвом, що мають на меті підвищення ефективності діяльності підприємства та збільшення його прибутку.

До них належать:

1. *Поділ праці* – передоручення працівникам окремих операцій і, як наслідок, підвищення продуктивності праці, з огляду на те, що персонал отримує можливість зосередження своєї уваги на конкретному завданні чи процесі;

2. *Влада і відповідальність* – право віддавати накази повинно бути врівноважено відповідальністю за їх наслідки;

3. *Дисципліна* – необхідність дотримання правил, встановлених всередині підприємства. Для підтримки дисципліни необхідна наявність на всіх рівнях керівників, здатних застосовувати адекватні санкції до порушників порядку;

4. *Єдиноначальність* – кожен працівник звітує тільки перед одним керівником і тільки від нього отримує розпорядження;

5. *Єдність дій* – група працівників повинна працювати тільки за єдиним планом, спрямованим на досягнення однієї мети;

6. *Підпорядкованість інтересів* – інтереси працівника або групи працівників не повинні ставитися вище за інтереси підприємства;

7. *Винагорода* – наявність справедливих методів стимулювання працівників;

8. *Централізація* – природний порядок в підприємстві, що має керуючий центр. Ступінь централізації залежить від кожного конкретного випадку;

9. *Ієрархія* – організаційна ієрархія, яка не повинна порушуватися, але яку, в міру можливості, необхідно скоротити, щоб уникнути шкоди;

10. *Порядок* – місце для кожної особи і кожна особа на своєму місці;

11. *Справедливість* – повага і справедливість адміністрації до підлеглих, поєднання доброзичливості та правосуддя;

12. *Стабільність персоналу* – плинність кадрів послаблює організацію і є наслідком поганого менеджменту;

13. *Ініціатива* – надання можливості прояву особистої ініціативи працівникам;

14. *Корпоративний дух* – згуртованість працівників, єдність сили.

Мета організаційно-економічного механізму – забезпечити стійку економічну безпеку всіх взаємодіючих суб'єктів господарювання, удосконалювати і підвищувати ефективність їх діяльності, прискорити темпи розвитку і підвищити ефективність НТП.

Основними завданнями організаційно-економічного механізму є:

- встановлення, забезпечення, досягнення і підтримка наперед заданих величин параметрів економічної безпеки щодо об'єкту діяльності;

- підвищення продуктивності суспільної праці і, перш за все, працівників розумової праці;

- отримання максимально можливого розміру прибутку;

- задоволення суспільного попиту у виробництві продуктів праці і послуг.

Нижче наведено загальну схему організаційно-економічного механізму управління підприємством (рис. 1).



Рис. 1. Організаційно-економічний механізм управління підприємством

Отже, організаційне забезпечення – це створення всіх необхідних умов для нормального функціонування підприємства, забезпечення кадровими, фінансовими, матеріально-технічними та іншими ресурсами, спрямованими на створення умов для здійснення підприємницької діяльності.

Оскільки підприємство функціонує у певному часовому проміжку, то часто має місце виникнення непередбачених раніше обставин, які можуть суттєво вплинути на його діяльність та кінцеві результати.

Від гнучкості і оперативності реагування системи управління підприємством на будь-які зміни, що впливають на функціонування суб'єкта господарювання, значною мірою залежать перспективи його подальшого розвитку.

Метою організаційного забезпечення управління змінами підприємства є підтримка його швидкого реагування на зміни навколишнього середовища та адаптація внутрішнього середовища до цих змін за рахунок забезпечення необхідними ресурсами, організації взаємозв'язків між окремими елементами та ліквідації відхилень, що можуть виникати у виробничій сфері.

Очевидним є той факт, що процес організаційного забезпечення супроводжується виникненням організаційних відносин усередині підприємства. Організаційні відносини складаються в процесах організації:

- виробництва в цілому або його галузей;
- праці;
- сфери обігу;
- створення, реформування, реорганізації, реструктуризації та ліквідації.

У підприємствах, де немає гармонії у взаємних очікуваннях індивіда, з одного боку, і адміністрації підприємства та (або) його трудового колективу, з іншого, велика плінність кадрів. Підприємства типу «прохідний двір» страждають від відсутності наступності в керівництві, «фірмової» культури і власних традицій. Вони швидко втрачають свої позиції.

Таким чином, однією з необхідних умов успішного функціонування та поступального розвитку суб'єкта господарювання за економічної нестабільності, загострення конкуренції, бурхливого розвитку інформаційних технологій є вирішення проблеми організаційного забезпечення у органічному поєднанні усіх функцій управління підприємством, що дозволить своєчасно і ефективно реагувати на зміни у політичній, економічній та соціальній сферах. Особливої актуальності такий підхід набуває саме зараз, коли відбувається вирішення назрілого упродовж століть конфлікту цивілізаційного характеру між природнім прагненням українського народу до побудови суспільства на демократичних принципах та на основі його культурних і духовних цінностей, з одного боку, та глибоко аморальною, людиноненависницькою і шовіністичною ідеологією московщини – з іншого.

Список використаних джерел

1. Довгань Л.Є., Дудукало Г.О. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/2986/1/41.pdf> (дата звернення: 05.05.2023)
2. Нагорна І. Організаційно-економічні основи формування механізму забезпечення стійкої економічної безпеки підприємства URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2122> (дата звернення: 03.05.2023)
3. Файоль Анрі / https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%80%D1%96_%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BE%D0%BB%D1%8C (дата звернення: 03.05.2023)

Інна БЕЖЕНАР

*к.е.н., старший науковий співробітник відділу розвитку підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції
ННЦ «Інститут аграрної економіки»*

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ІНСТИТУЦІЙНОГО ТА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

У світлі швидкого технологічного прогресу та глобалізації економіки, розвиток підприємництва стає все важливішим для забезпечення стійкого та стабільного розвитку країни. Особлива увага повинна бути приділена розвитку малого та середнього підприємництва. Воно забезпечує створення нових робочих місць, забезпечує високий рівень конкуренції на ринку, сприяє розвитку інновацій та підвищенню якості продукції та послуг.

Правильне регулювання підприємництва може сприяти розвитку конкурентної економіки, підвищенню рівня життя населення та покращенню іміджу країни на міжнародній арені.

Правове та інституційне регулювання розвитку підприємництва є важливими факторами, які сприяють створенню сприятливого середовища для розвитку бізнесу та економічного зростання країни в цілому [1]. Це у свою чергу, як вже зазначалося допомагає залучати інвестиції, створювати нові робочі місця та підтримувати економічну стабільність. Успішне інституційне та правове регулювання розвитку підприємництва потребує системного підходу та уважного аналізу потреб та інтересів різних груп суспільства, включаючи державу, бізнес, споживачів та інші. Тому для досягнення максимального результату необхідно забезпечувати взаємодію та ефективну координацію, співпрацю між різними зацікавленими сторонами (суб'єктами господарської діяльності, урядом та громадськістю).

Інституційне регулювання включає в себе створення інституційних умов для підтримки розвитку підприємництва, таких як створення бізнес-асоціацій, підтримка національної інноваційної системи, розвиток фінансової системи та ін.

Одним з основних завдань правового регулювання розвитку підприємництва є створення сприятливого середовища для підприємництва та

ефективного контролю його діяльності. Це включає в себе забезпечення захисту прав власності та дотримання правил конкуренції (забезпечення рівних умов конкуренції та захист від недобросовісної конкуренції), залучення інвестицій та підтримки інноваційного розвитку та забезпечення взаємодії між державними органами та бізнес-структурами, забезпечення прав та інтересів споживачів, інвесторів та інших суб'єктів, забезпечення безпеки підприємництва та його працівників [2].

У зв'язку з цим, правове регулювання розвитку підприємництва передбачає:

- створення належної законодавчо-правової бази для підтримки розвитку підприємництва (система державного регулювання розвитку підприємництва), зокрема за допомогою прийняття спеціальних законів та інших нормативно-правових актів, відповідних рішень. Постійне вдосконалення законодавства та механізмів його застосування – законодавча база повинна відповідати сучасним викликам та потребам господарської діяльності, а процеси її застосування повинні бути прозорими та передбачуваними для всіх суб'єктів господарювання [3]. Також важливо забезпечити доступність та зрозумілість законодавчих норм та процедур для всіх зацікавлених сторін ;

- розробку та впровадження механізмів контролю за виконанням законодавства щодо розвитку підприємництва – забезпечення відповідного рівня контролю та нагляду за виконанням законодавства, що регулює бізнес-діяльність та контроль за суб'єктами господарювання в частині дотримання законодавчих норм. Це дозволить запобігати порушенням правил та захищати інтереси суспільства в цілому. Для ефективного інституційного та правового регулювання розвитку підприємництва також необхідно розвивати механізми державного регулювання та контролю за діяльністю суб'єктів господарювання. Це може включати створення спеціалізованих органів державного управління та контролю за бізнесом, які будуть забезпечувати виконання законодавства та регулювати діяльність підприємств з огляду на інтереси держави та громадян;

- розвиток національної економіки та забезпечення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку;

- створення ефективної системи правової охорони інтелектуальної власності. Це включає в себе захист авторських прав, патентів, товарних знаків та інших форм інтелектуальної власності, що дозволяє підприємства захистити свої інновації та технології від копіювання та недобросовісної конкуренції;

- розвиток фінансової системи, регулювання фінансового сектору та забезпечення доступу до фінансових ресурсів для розвитку підприємства, що забезпечує стабільність та безпеку фінансових ринків. Це можна досягти шляхом розробки відповідної правової бази, яка регулює функціонування фінансових інституцій, а також контролює їх діяльність або включати створення спеціалізованих фінансових установ, які спеціалізуються на наданні фінансової підтримки для малого та середнього підприємства, а також

підтримку створення ринку капіталу та забезпечення доступу до нього для підприємств;

- розвиток системи підтримки малого та середнього підприємництва (створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього підприємництва) – стимулювання підприємницької діяльності та розвитку підприємницького середовища. Це може бути досягнуто через розвиток ефективної системи державних пілг та підтримки підприємницької діяльності;

- забезпечення дотримання прав бізнес-структур, зокрема щодо захисту власності (наприклад на землю), конкуренції та правил державної регуляторної політики. Щодо забезпечення рівних умов для всіх суб'єктів господарювання (конкуренції) та запобігання/захист від недобросовісної конкуренції, то для цього необхідно встановлювати правила та процедури щодо участі в тендерах, забезпечувати контроль за дотриманням правил антимонопольного законодавства, забороняти дискримінацію на ринку та інші. Це може включати створення спеціалізованих органів з контролю за конкуренцією, які будуть забезпечувати рівні умови для всіх гравців ринку та боротися з недобросовісною конкуренцією;

- прозорість інституцій та процесів управління бізнесом і забезпечення рівності умов на ринку та боротьба з корупцією. Для цього необхідно розробляти та впроваджувати механізми прозорості та відкритості в управлінні бізнесом, зменшення адміністративних бар'єрів та бюрократичних процедур, розвиток ефективної системи антикорупційної боротьби та забезпечення свободи слова та незалежності ЗМІ [4];

- розробку та впровадження механізмів підтримки експорту бізнес-структур;

- розвиток системи митного та тарифного регулювання;

- вдосконалення системи оподаткування та спрощення процедур податкового адміністрування для підприємництва;

- забезпечення доступу до інформації та консультування для підприємців щодо діяльності та законодавства. Для цього можуть бути створені спеціалізовані центри з надання консультацій та інформації для підприємців, які допоможуть їм зрозуміти правила та процедури, які регулюють їхню діяльність;

- розвиток системи альтернативного вирішення спорів для підприємців та створення сприятливих умов для банкрутства;

- підтримку розвитку технологій та інновацій (технологічного розвитку), які можуть сприяти розвитку підприємництва та підвищенню його конкурентоспроможності;

- створення умов для залучення інвестицій, в т.ч. іноземних та розвитку зовнішньоекономічних зв'язків (сприяння інвестиційній діяльності);

- забезпечення безпеки підприємництва та його працівників, що є передумовою для створення сприятливого та стабільного бізнес-середовища. Це може бути досягнуто за допомогою створення відповідної системи охорони

праці, стандартів якості та безпеки продукції, забезпечення правил пожежної безпеки та інше.

Отже, інституційне та правове регулювання розвитку підприємництва є ключовим елементом стабільного та ефективного економічного розвитку країни і являє собою складний та багатоаспектний процес, який передбачає впровадження комплексу заходів на державному та приватному рівнях і потребує уважного аналізу потреб різних груп суспільства та системного підходу до його розвитку та вдосконалення і сприяє підвищенню рівня життя громадян.

Необхідно дотримуватись принципів інституційного та правового регулювання розвитку підприємництва, що забезпечує необхідну підтримку та захист для підприємницької діяльності та стимулює розвиток економіки країни в цілому.

Розвиток підприємництва регулюється за допомогою інституційного та правового регулювання і передбачає розвиток комплексних підходів до створення відповідних механізмів, які забезпечать стабільність та прозорість в управлінні бізнесом, захист прав та інтересів підприємців, а також дотримання законодавства. Щодо правового регулювання, воно передбачає створення належного законодавчого поля, яке би забезпечувало розвиток підприємництва та його захист від негативного впливу з боку інших суб'єктів.

Це означає, що регулювання підприємництва має бути здійснене не тільки за допомогою законодавства, але й за допомогою розробки ефективних інституцій та механізмів їх дії.

Одним з важливих механізмів інституційного регулювання підприємництва є система взаємодії державних та приватних суб'єктів. Держава повинна забезпечувати належний рівень підтримки та захисту прав та інтересів підприємців, а також сприяти розвитку підприємництва та конкуренції на ринку. Наприклад, законодавство має передбачати правовий захист інтелектуальної власності, прав інвесторів, прав споживачів та інші. Приватні суб'єкти, у свою чергу, повинні дотримуватися вимог законодавства та принципів етики підприємництва, а також сприяти розвитку громади та соціальної відповідальності.

Крім того, важливим елементом розвитку підприємництва є створення сприятливого бізнес-середовища, яке передбачає забезпечення належної інфраструктури, доступності фінансових ресурсів та інвестицій, розвиток науки та технологій, забезпечення освіти та кваліфікації кадрів.

Дотримання принципів прозорості, рівності, конкуренції та безпеки (в т. ч. забезпечення безпеки підприємництва та його працівників) забезпечує необхідну підтримку та захист для підприємницької діяльності та сприяє розвитку підприємництва, стимулюючи інновації, збільшення обсягів виробництва та збуту товарів та послуг, збільшення експортного потенціалу та підвищення рівня життя населення.

Для ефективного регулювання розвитку підприємництва необхідно розвивати та підтримувати належну інституційну та правову базу, а також

забезпечувати її виконання та контролювати діяльність суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел

1. Правове регулювання підприємницької діяльності: навчальний посібник / Л. В. Хомко, Х. Ю. Кульгавець. Львів: ЛьвДУВС., 2016. 424 с.
2. Розвиток підприємництва і кооперації : інституціональний аспект : монографія / Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Заяць В. М. та ін. К. : ННЦ «ІАЕ», 2016. 432 с.
3. Русанюк В.В. Державне регулювання розвитку підприємництва в аграрному секторі. *Економіка АПК*. 2021. № 1 С. 94
4. Правдюк А. Л., Прутська Т. Ю., Правдюк М. В. Інформаційне забезпечення управління підприємницькою діяльністю на засадах інституціоналізму: монографія. Київ: «Центр учбової літератури»., 2019. 360 с.

Мирослава ГУЦУЛЯК

вик.-метод. вищ. катег.

ВСП «Тлумацький фаховий коледж Львівського національного університету природокористування»

СВІТОВИЙ ДОСВІД ФАНДРЕЙЗИНГУ

Історія і досвід благодійництва та фандрейзингу зарубіжних країн є важливими для вивчення та впровадження в Україні.

Найбільшого поширення благодійництво набуло в Сполучених Штатах Америки, що зумовлено раннім становленням демократичного суспільства в країні й організацією економіки держави – розвитком приватної власності та підприємництва, ринково орієнтованої економіки. У вітчизняній науці і практиці термін «фандрейзинг» запозичено саме зі США, де він використовується кілька десятиліть, переважно у сфері фінансування третього сектора, який там розвивається з кінця ХІХ – початку ХХ ст., функціонує поряд з приватним і державним секторами, об'єднує некомерційні недержавні організації. Для останніх основною метою діяльності є не отримання прибутку, а вирішення різних соціальних завдань.

Сьогодні розвиток фандрейзингу в США пов'язаний з активним стимулюванням приватних пожертвувань зі сторони федеральної влади та урядів штатів. Це здійснюється за допомогою розширення податкових пільг для донорів. Держава, таким чином, зможе компенсувати скорочення бюджетного фінансування на соціальну сферу завдяки збільшенню прямого фінансування некомерційних організацій та фізичних і юридичних осіб. Отже, поширеність благодійності в США зумовлена не тільки культурною та соціально-політичною ситуацією, але і розвиненою системою фандрейзингу. Так, фандрейзингові комерційні фірми та незалежні професіонали утворюють спеціалізований сектор американського бізнесу, який координує національна

Асоціація професійного фандрейзингу (Association of Fundraising Professionals – AFP). Організація заснована у 1960 р., об'єднує близько 30 тис. членів і має партнерів в інших країнах. З 2001 р. до асоціації долучилася неприбуткова організація Certified Fund Raising Executive International (CFRE), яка розробляє професійні стандарти і здійснює процес «прирівнювання» до них фандрейзерів не тільки в США, але і в інших країнах. За даними CFRE, за 10 років сертифіковано понад 5300 професійних фандрейзерів, більшість яких (4 400) працює в США [5, с.28–29]. Крім того, за даними провідної міжнародної благодійної організації CAF (Charities Aid Foundation), у 2014 р. США посідали перше місце у Світовому рейтингу благодійності та зберегли звання лідера, яке здобували у 2013 та 2019 рр.[5,с.78-84]. Отже, головним чинником, що пояснює філантропічну перевагу американців, слід уважати роль, яку надають благодійності та волонтерству в американській культурі та соціальній політиці держави.

У більшості європейських країн здавна переконані, що держава, а не філантропи та волонтери, повинна забезпечувати нагальні потреби бідних та соціальні потреби населення

Дослідження соціологів свідчать, що благодійність значно поширена в більшості країн світу зокрема в державах Європи. Прагнучи уніфікувати соціальну політику, Євросоюз зважає на різноманіття національних практик у цій сфері. У Європі зареєстровані й активно працюють понад 110 тис. благодійних фондів, у них зайняті в середньому від 750 тис. до 1 млн. осіб, щорічно фонди виділяють на свої програми близько 150 млрд. євро [2, с.85-90]. Так, Європейський центр фондаций (EFC), що працює в Брюсселі, засновано в 1989 р. (спочатку об'єднував лише 7 фондів). Нині EFC налічує понад 200 фондів Європи [1]. Європейські фонди фінансують різні галузі — від науки та медицини до допомоги незахищеним верствам населення. В останні 15 років кількість фондів і суми, що виділяються на благодійність, значно збільшилися. За статистикою, щомісяця в Європі створюється новий фонд. Лідером у цьому напрямі є Німеччина [3]. Також у Європі функціонує Європейська фандрейзингова асоціація — The European Fundraising Association (EFA) — мережева організація провідних асоціацій, спостерігачів та експертів у сфері фандрейзингу, що сприяє зміцненню і розвитку цієї діяльності серед європейських країн [4, с. 67-80]. EFA налічує 20 членів (з 19 країн) та є європейським співтовариством фандрейзерів з власним колективним органом і єдиною позицією — загальне прагнення до вдосконалення діяльності із залучення коштів. Отже, роль фандрейзингу набуває дедалі більшої актуальності практично всюди. Ці тенденції спостерігаються як у США і країнах Західної Європи, так і в нових ринкових державах Східної Європи та в Росії. При цьому фандрейзинг, як залучення фінансових та інших коштів на потреби організації з позабюджетних джерел, є найважливішим і перспективним напрямом діяльності організацій культури і мистецтва, які за останні десятиліття еволюціонували і досягли в багатьох країнах гідних результатів.

Слід зазначити, що для України найефективніший досвід використання фандрейзингу демонструє Великобританія. Для Великобританії характерна традиційно значна її державна підтримка. Нині в країні створені, мабуть, найсприятливіші умови в Європі для спонсорства та благодійності, чому можна завдячувати політиці британського уряду.

Таким чином, сучасними трендами благодійності є: збільшення некомерційного сектора та його інтернаціоналізація; кооперація благодійних фондів, розвиток соціального партнерства з бізнесом, державними органами й іноземними фондами; професіоналізація завдяки створенню мережевої благодійності. У свою чергу, фандрейзинг за кордоном характеризують зростаючий професіоналізм, різноманітність форм та програм співробітництва, зростання і розширення самої сфери та її значення для некомерційної, зокрема соціальної-культурної, діяльності. Безумовним лідером у цій галузі є США — батьківщина сучасного спонсорства та фандрейзингу. Фандрейзинг у Сполучених Штатах — це «індустрія», щорічний дохід якої становить мільярди доларів [5, с.66-79]. Тут активно розробляються нові програми корпоративного співробітництва, впроваджуються нові технології (наприклад, популярний останнім часом інтернет-фандрейзинг). Європейські країни та США слугують зразком ефективної фандрейзингової діяльності для інших країн.

Світова практика США і європейських країн свідчить, що нині фандрейзинг стає одним з найефективніших інструментів, які реалізують цю взаємодію.

Список використаних джерел

1. Деякі питання отримання, використання, обліку та звітності благодійної допомоги: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 березня 2022 р. № 202. // Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/202-2022-%D0%BF#Text>.
2. Двуліт З. П., Стасів Н. В., Моторнюк У. І. Джерела фінансування фандрайзингу та пріоритетні напрями його реалізації в Україні. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2018. № 899. С. 85-90.
3. Етичний кодекс фандрайзерів [Електронний ресурс] // Інститут Професійного Фандрайзингу – Режим доступу до ресурсу: <http://fundraiser.org.ua/pro/dokumenty-ipf/etychnyj-kodeks-fandrajzeriv/>.
4. Загальна декларація волонтерів, прийнята на XI конгресі Міжнародної асоціації волонтерів // Права людини: навчальний посібник. К: Просвіта, 2002. - С. 67-80.
5. Фандрайзинг: навч. посіб. — Київ: Центральноукр. регіон. навч. центр. Партнерство громад фундація "Україна-США" (USAID), 2003. 95 с.

Олеся БІНЕРТ
к.е.н., доцент
Лілія ВОЙНИЧА,
к.е.н., доцент
Львівський національний університет
природокористування

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Нині вирішальною умовою функціонування національної економіки є глобалізація – об’єктивний і складний, але цілком не досліджений процес, щодо сутності якого, причин, рушійних сил, каталізаторів та інгібіторів, наслідків, переваг та обмежень дотепер немає єдності думок та позицій в науковій спільноті. Але глобалізація відбувається, як процес вона є безповоротною, її вплив на економічну систему будь-якої країни (і Україна не є винятком) є беззаперечним. Україна сьогодні бере активну участь у цьому процесі, іноді навіть вимушену. Очевидно, що під впливом глобалізації докорінно змінюватимуться економічна та фінансова системи в Україні, тому вивчення змісту та особливостей глобалізації, її виявів та форм впливу є конче необхідним [1, с. 21].

Питання визначення рівня конкурентоспроможності національної економіки та розробки заходів щодо її підвищення стали особливо актуальними після того, як світова фінансова та економічна криза внесла фундаментальні зміни, як у динаміку розвитку світової економіки, так і в економічний розвиток величезної кількості країн, у тому числі тих, що відносяться до найбільших економік, які впливають, в свою чергу, на розвиток світової економіки.

Створення конкурентної стратегії інтеграції України в міжнародний економічний простір вимагає комплексного підходу, передбачає охоплення та врахування широкого спектра можливих джерел, інструментів, методів та механізмів здобуття конкурентних переваг на глобальних ринках. За критерієм джерела отримання конкурентних переваг, можна виокремити такі її елементи, як ринкові, цінові, фінансові, виробничі, технологічні стратегії та стратегії розширення об’єкта експортної діяльності. Ринкові стратегії покликані орієнтувати національних виробників на диференціацію і вдосконалення географічної та товарної структур експорту, джерел постачання сировини і товарів для національної економіки, формування нових ринків унікальних продуктів власного виробництва, поглиблення переробки експортованого продукту, зростання в ньому частки доданої вартості [2].

Стратегія підвищення конкурентоспроможності України в умовах глобалізації повинна будуватися на поєднанні переваг ринкових відносин з обмеженим використанням державних форм і методів регулювання розвитку економіки і поступовим переходом до соціально орієнтованої інноваційної моделі організації цього процесу. А оскільки міжнародна торгівля є найбільш

напруженим сегментом світової економіки й одним із головних модераторів зростання загальної економіки, то участь України в міжнародній торгівлі не просто означає її залучення в товарообмінні операції, а й може змінити місце країни на світових ринках і, відповідно, визначення самих товарообмінних операцій національної економіки в міжнародному масштабі [3].

Підвищення національної конкурентоспроможності є комплексним завданням, успіх якого визначається розвитком людського капіталу, економічних інститутів, реалізацією та зміцненням вже наявних конкурентних переваг різних галузей та транспортній в інфраструктурі, а також створенням нових конкурентних переваг, пов'язаних з диверсифікацією економіки та формуванням потужного науково-технологічного комплексу та економіки знань. Сильними сторонами конкурентоспроможності України за глобальним індексом конкурентоспроможності є [4]:

1. Значний потенціал до розвитку інноваційної діяльності (60 місце);
2. Великий розмір ринку (47 місце в рейтингу);
3. Розвинена інфраструктура у порівнянні із іншими країнами у рейтингу (57 місце);
4. Розвиток навичок у професійному спрямуванні (44 місце).
5. Значний рівень вищої освіти та професійної підготовки (59 місце).

Покращення конкурентоспроможності економіки України за допомогою інвестиційно-інноваційних чинників створить реальні передумови її інтеграції з Європейським Союзом. У той же час діє і зворотній механізм – сталий розвиток економіки може бути забезпечений через поглиблення інтеграції з Європейським Союзом, яка сприяє зростанню надходжень іноземного капіталу, залученню передових технологій і методів управління [5].

Конкурентоспроможність країни значною мірою визначається здатністю національної промисловості постійно розвиватися, адаптуватись до нових умов, виробляти та впроваджувати у виробництво нові продукти та технології, тобто інтенсивністю та ефективністю національного інноваційного процесу. Конкурентоспроможність є узагальнюючим показником ефективності функціонування національної економіки, галузі та підприємства, оскільки від досягнутого рівня конкурентоспроможності вирішальною мірою залежать можливості їх функціонування та розвитку.

Отже, реалізація завдання сталого соціально-економічного розвитку країни та підвищення рівня конкурентоспроможності її економіки може бути досягнуто тільки за умови активізації інноваційної діяльності, що потребує відповідного посилення державної науково-технічної політики.

Список використаних джерел

1. Конкурентні стратегії безпеки розвитку України у глобальному середовищі / за ред. А. І. Мокія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2019. 872 с.

2. Старостенко Г. Г. Теоретичні аспекти розвитку конкурентного середовища в умовах інтеграції у світову економіку. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. Випуск 3. 2019. С. 222-230.

3. Липов В. В. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації. Економіка України. 2018. № 4. С. 3–17.

4. Волошко Н. О., Курінна І. Г. Становлення та розвиток національної економіки в умовах міжнародної інтеграції України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск 25, частина 1. 2019. С. 63-67.

5. Артеменко Л. П., Нагорна К. Ю. Сильні та слабкі сторони конкурентоспроможності України. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, (Київ, 22 квітня 2021 р.). Київ, КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. С. 144-145.

Світлана ШУРПА

к.е.н., доцент

Ольга ЧОРНІЙ

студентка 5 курсу

Прикарпатський національний університет

імені Василя Стефаника

ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вивчення поведінки споживачів має важливе значення для підприємств, оскільки це дає змогу розуміти своїх клієнтів краще і залучати їх до купівлі. Крім того, це може допомогти підприємству визначити свою цільову аудиторію та залучити нових клієнтів, збільшити свій дохід і поліпшити своє становище.

Споживач відіграє головну роль на ринку. Його поведінка безпосередньо впливає на маркетингові досягнення підприємства. Поведінка споживачів – це економічні, соціальні та психологічні аспекти, які виникають у процесі підготовки та здійснення купівлі, а також використання придбаного продукту, включаючи передання набутого досвіду іншим [1]. Вона вивчається з метою зрозуміти, як споживачі приймають рішення про покупку, які фактори впливають на їх вибір і як можна краще задовольнити їхні потреби. Аналізуючи фактори, що впливають на поведінку споживачів, підприємства можуть розробляти ефективні маркетингові кампанії, які задовольняють потреби та бажання цільової аудиторії.

У сучасних умовах конкуренція на ринку є дуже великою, тому вивчення особливостей поведінки споживачів дозволяє підприємствам стати більш ефективними та привабливими для клієнтів. Це може бути досягнуто за допомогою розуміння потреб та бажань споживачів, забезпечення якості товарів та послуг, створення зручних умов продажу та надання високоякісного обслуговування клієнтів. Важливими елементами вивчення поведінки споживачів є такі: по-перше, українські споживачі мають свої особливості та

відмінності від споживачів інших країн. Це може включати такі чинники, як рівень доходів, культурні та соціальні традиції, особливості менталітету тощо; по-друге, в Україні є велика кількість малих та середніх підприємств, які відіграють важливу роль в економіці країни. Вивчення поведінки споживачів допомагає цим підприємствам знайти свої конкурентні переваги та розробити ефективну стратегію маркетингу та продажів; по-третє, зростаюча конкуренція на ринку та змінні умови економічного середовища вимагають від підприємств України більш глибокого розуміння споживачів та їх потреб.

На вибір покупців впливають соціально-економічні, культурні, особисті та психологічні фактори. Значною мірою вони не керуються і не контролюються з боку виробників (продавців), але повинні враховуватися ними під час прийняття рішень про виробництво і продаж товарів [2]. Ці фактори можна розділити на зовнішні та внутрішні.

До факторів зовнішнього впливу належать:

1. Культурні фактори. Різні культури мають різні цінності, переконання та традиції, які впливають на те, як споживачі сприймають та використовують продукти та послуги.

2. Соціальні фактори. Споживачі можуть дотримуватися певних соціальних норм та очікувань при виборі продуктів та послуг.

3. Економічні фактори. Підвищення цін на продукти та послуги, зменшення доходів та інші економічні чинники можуть впливати на поведінку споживачів.

4. Політичні фактори. Політичні чинники, такі як законодавство, регулювання та інші політичні рішення, можуть впливати на споживачькі рішення.

До факторів внутрішнього впливу належать:

1. Психологічні фактори. Мотивація, сприйняття, засвоєння, переконання і ставлення.

2. Особистісні фактори. Тут варто врахувати вік, етап життєвого циклу сім'ї, вид діяльності, економічне положення, стиль життя, особливості характеру та самооцінка.

Знання факторів зовнішнього та внутрішнього впливу дасть можливість торгівельному підприємству краще, ніж конкурентам, підійти до розробки стратегії та інструментів продажу.

Основним питанням поведінки споживача на ринку є прийняття рішення про покупку. Знання процесу прийняття рішення про покупку є важливим елементом успішної ринкової діяльності продавця, оскільки воно може спрямовувати поведінку споживача до бажаного результату - купівлі товару.

Цей процес складається з п'яти стадій:

1. Розпізнавання потреби. Споживач розуміє, що йому не вистачає чогось і що потрібно зробити покупку.

2. Пошук інформації. Споживач збирає інформацію про товар або послугу, яку він хоче придбати.

3. Оцінка альтернатив. Споживач оцінює різні альтернативи товару або послуги, які відповідають його потребам.

4. Прийняття рішення. Споживач робить вибір і приймає рішення про купівлю певного товару або послуги.

5. Поведінка після купівлі. Споживач оцінює свій вибір після купівлі та може впливати на свої майбутні покупки.

На кожному етапі прийняття рішень споживачем необхідне проведення маркетингових заходів для того, щоб забезпечити задоволеність споживача угодою, перетворити споживача, що здійснив покупки один раз на постійного клієнта [3].

Володіння інформацією про фактори впливу на поведінку споживача та етапи прийняття ним рішення про купівлю не вирішує в повній мірі питання ефективного управління продажем. Для цього слід ще застосовувати маркетингові інструменти впливу, за допомогою яких маркетолог може скеровувати покупців у напрямі здійснення ними купівлі товарів.

До маркетингових інструментів відносять: товар; ціна; реклама; стимулювання збуту; упаковка; фірмовий стиль; спонсорство; прямий маркетинг; сервіс мерчандайзинг; паблік рилейшнз; корпоративний імідж; виставки.

Важливо враховувати, що маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів повинні бути використані відповідально та етично. Недостатньо ефективні інструменти можуть бути непродуктивними, або навіть викликати негативну реакцію споживачів.

Отже, знання про особливості поведінки споживачів і використання маркетингових інструментів впливу можуть бути ключовими для успішної роботи торговельного підприємства на ринку. Розуміння факторів впливу на споживачів, дозволяє підприємству краще адаптуватися до ринкових умов і використовувати маркетингові інструменти для підвищення продажів. Зовнішні та внутрішні фактори впливу безумовно є важливим елементом поведінки споживача, тому підприємствам потрібно аналізувати ці фактори для розробки ефективних маркетингових стратегій.

У процесі дослідження визначено фактори внутрішнього та зовнішнього впливу, а також маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів. Досліджено процес прийняття рішення про купівлю.

Список використаних джерел

1. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг / Н. М. Тягунова, В. В. Лісіца, Ю. В. Іванов. – Київ: Центр учбової літератури, 2021. – 332 с.
2. Турченко М. О. Маркетинг / . Турченко М. О., Швець М. Д. – Київ: Знання, 2011. – 318 с.
3. Ларіна Я. С. Поведінка споживача: навч. посібник / Я. С. Ларіна, А. В. Рябчик; – Київ : Академія, 2014. – 224 с.

Zenoviy BEREZIVSKYY
Ph D, Associate Professor,
Lviv National Environmental University

PROSPECTIVE DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF THE BIOECONOMY IN UKRAINE

In recent years, the threats faced by man are constantly increasing. Such threats include climate change, population growth on planet Earth, and depletion of resources, etc. This requires the search for new forms of economic management that will lead to an increase in well-being, including the rational use of available resources. Bioeconomy, which combines economics and ecology, can help solve this problem. Due to its focus on the constant and efficient use of bio-based raw materials, the bioeconomy occupies an important place in the concept of sustainable development.

Scientists consider the essence of the bioeconomy from different points of view, so it seems possible to generalize and better clarify the essence of the bioeconomy through the bioeconomic strategies adopted at the level of individual countries, which determine the main areas of application of the bioeconomy and the most important directions of its development. In the European bioeconomic strategies, the bioeconomy is defined as one of the possible mechanisms for achieving the goals of sustainable development, therefore the issue of adopting a bioeconomic course for Ukraine is extremely relevant. The bioeconomic strategy of Ukraine has not yet been formed, therefore it is important to define the essence of the bioeconomy, to analyze the bioeconomic vision of other countries and to determine the basic prerequisites for the existence of the bioeconomy in Ukraine.

Issues of safety, health, welfare and environmental issues are becoming more relevant. Human, directly and indirectly, has become the most significant consumer in all major ecosystems. For a long time, economic growth was the main priority of economic activity, and achieving environmental sustainability was not the goal. However, now there is an awareness that resources and the goods that people make from them are not equal, while increasing environmental sustainability can somewhat reduce the negative impact on the environment. Economic growth and environmental sustainability can be reconciled through environmental adaptation and conservation decisions.

The bioeconomy is based on production related to biological processes, uses natural resources from the environment, requires minimal energy consumption and doesn't pollute the environment, since the input resources are used more than once and are completely transformed in the ecosystem.

The bioeconomy uses terrestrial and aquatic biological resources, waste from the production of food and feed for industrial production and energy production. This term also includes the concept of biotechnology for sustainable production industries. For example, waste of biological origin is associated with the prospect of replacing chemical fertilizers or processing them to obtain bioenergy [1].

Bioeconomics can also be seen as a branch of social science that aims to integrate biological and economic disciplines in order to create a theory that explains economic events through the lens of biology. In particular, M. P. Talavirya defines bioeconomy as a field of knowledge at the intersection of ecology and economics, which studies the relationship between man and nature in the process of using natural resources, and therefore relies on two traditional disciplines: biology and economics [3]. Bioeconomy is also considered as one of the sides of economic activity, which includes the positive impact of biological processes and renewable bioresources on the health of the population, on economic growth and development, and is also completely based on the use of renewable energy sources, the final results of bioprocesses and the potential of biotechnologies for the production of the latest bioproducts, profit from their sale and creation of additional jobs [2]. Bioeconomy includes the following elements:

- ✓ use of renewable biomass and efficient bioprocesses to achieve sustainable production;
- ✓ use of favorable and convergent technologies, including biotechnology;
- ✓ integration of biotechnology in agriculture and industry.

The bioeconomy encompasses the agricultural industry and all industries involved in the development, production, processing or use of biological resources (such as plants, animals or microorganisms) in any form. Areas of their use include crop and animal husbandry, forestry, horticulture, fisheries, food industry, woodworking, chemical and pharmaceutical industries, etc.

Therefore, the bioeconomy is a new subsystem of the national economy that combines relations between people that arise in the process of production, exchange and distribution of products obtained as a result of the use of biological technologies, which are based on the principles of resource conservation, recycling, clean environment, with the aim of improving the quality and human life span.

In Ukraine, a bio-economic strategy hasn't yet been formed, the development of biotechnology is taking place at a slow pace, and the application of biotechnology is still only fragmentary. The main economic sectors in Ukraine where biotechnology is used are agriculture, pharmaceuticals, food industry and bioenergy.

The main prospective directions of the development of the bioeconomy in Ukraine will be:

- making significant investments in the development and introduction of modern biotechnologies;
- long-term and in-depth scientific research in this field;
- creation of a scientific base for acquiring relevant qualifications necessary for the further development of the bioeconomy as a whole industry;
- formation of the legislative framework, which will be the basis for carrying out research, development of new biotechnologies and functioning of the bioeconomy in general;
- state system of regulation and control in this area.

References:

1. Biotechnology Innovation Organization. [online]. Available: <https://bio.org/> [Date of application 05/15/2023].
2. Global Biotechnology Rankings. [online]. Available: <https://thinkbiotech.com/globalbiotech/> [Date of application 05/12/2023].
3. Talavirya M. P. Development of bioeconomy and nature management. Nizhin: M.M. Lysenko Publishing House, 2012. 353 p.

Наталія ГРЕЧАНИК

к.е.н., доцент

Лілія ГОЦУЛЯК

студентка 2 курсу

*Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника*

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Сучасний маркетинг стає все більш агресивним і віртуальним, і на зміну товарам та послугам в якості об'єкта управління маркетингу приходять міста, країни та регіони, тобто цілі території.

Даний напрямок науки, отримав назву «територіальний маркетинг». Він виник відносно недавно, але розвивається достатньо динамічно.

Тенденція розвитку територіального регулювання полягає в тому, що формується нова галузь управлінської діяльності – стратегічне регіональне управління. Воно пронизує всі ланки територіальної системи та передбачає здійснення наступних взаємопов'язаних робіт: науково-методологічне забезпечення регіонального розвитку, розробку концепції розвитку, програми розвитку, цільових програм та планів-прогнозів. Узагальнюючим початком всіх названих робіт повинна слугувати ідея розвитку території з відповідним науковим обґрунтуванням та практичними механізмами реалізації, що оформлені у вигляді спеціального документу, для прикладу - Програми розвитку бренда регіону.

Основна задача територіального маркетингу - вміння «продати» як товар інвестиційну привабливість регіону, створити умови для його економічного зростання, підвищити якість та рівень життя населення.

В стратегії територіального маркетингу виділяється чотири складові:

- Маркетинг іміджу (образу) регіону – провідними інструментами виступають комунікаційні заходи, що демонструють відкритість території для контактів .
- Маркетинг привабливості - реалізується через заходи, які спрямовані на підвищення привабливості даної території для людини, її гуманізацію.

- Маркетинг інфраструктури - створює ступінь цивілізованості ринкових відносин на цій території, де повинно бути комфортно жити, працювати та розвиватися, а для цього потрібно, передусім, розвивати інфраструктуру жилих районів, промислових зон, в цілому ринкову інфраструктуру.
- Маркетинг населення, персоналу. Якщо робочих рук не вистачає, а робочих місць надлишок, то території, намагаючись отримати нові кадри, можуть підкреслювати, рекламувати позитивні можливості для проживання та перспективи зростання, високу заробітну плату, можливість вибору професії та ін.

Спостереження за окремими територіальними одиницями, які змогли ефективно прорекламувати себе та створити привабливу пропозицію для інвесторів, туристів чи потенційних мешканців і таким чином посилити свої конкурентні позиції, показують, що існує цілий спектр інструментів, які використовуються в стратегії територіального маркетингу.

Однак реалізація такої ідеї вимагає особливої креативності та інноваційної діяльності, а також черпання натхнення з різних джерел. Звичайні методи просування стають менш ефективними, а одержувачі стають більш стійкими до обіцянок і обіцянок емітентів. Тому в наш час, якщо хочемо ефективно працювати в сфері маркетингу, то повинні вийти за рамки традиційних шаблонів і адаптувати свою пропозицію до мінливих потреб одержувачів.

Екологічний або зелений маркетинг. Відповідно до останніх тенденцій у світовій економіці, новим викликом для територіального маркетингу є, насамперед, турбота про сталий розвиток території, особливо її екологічні аспекти, що відображено в концепції екомаркетингу, яка динамічно розвивається, також відомої як екологічний або зелений маркетинг.

Маркетинговими інструментами в цьому підході є різноманітні ініціативи органів місцевого самоврядування, які є суб'єктами територіального маркетингу, та окремих організацій чи установ, форма, сфера діяльності та ресурси яких формуються в інтересах місцевих суб'єктів господарювання та населення. Управління регіонами означає прийняття різноманітних рішень, які формують умови життя мешканців. Органи місцевого самоврядування в межах покладених на них повноважень визначають напрями стратегічного розвитку довіреної їм території, розробляють стратегії місцевого розвитку, використовуючи при цьому діяльність, яку можна віднести до служби маркетингу.

Інтернет-комунікації. Аналізуючи проблему розвитку територій, слід зазначити, що реклама є найбільш часто використовуваним інструментом маркетингу в регіонах. У цій діяльності муніципалітети в основному використовують друковані рекламні матеріали, такі як: папки, брошури, путівники, журнали місцевого самоврядування, культурно-розважальні заходи (фестивалі, сімейні пікніки, міські свята, концерти, мітинги).

У процесі маркетингової комунікації територій використовують інструмент Інтернет-комунікації (регіони мають власні сайти). Регіони успішно

використовують інструменти просування, адаптуючи їх до місцевих умов і цінностей природного середовища.

Слід зазначити, що маркетингова діяльність має значний вплив на місцевий розвиток окремих територій як у соціальній, так і в економічній сферах. Для того, щоб це стало можливим, необхідна низка напрямів діяльності щодо компенсації відставання розвитку, зокрема: сприяння створенню привабливих робочих місць та умов для створення власної справи; захист ресурсів та їх відродження на таких рівнях: культурний, економічний та соціальний; збереження та покращення якості навколишнього середовища; підвищення інвестиційної привабливості, в тому числі розвиток швидкісного зв'язку інтернет; покращення умов життя, включаючи обмеження соціальної ізоляції, привабливе житло та культурно-відпочинкову пропозицію.

Отже, суть територіального маркетингу полягає в задоволенні потреб мешканців шляхом підвищення якості суспільних продуктів/послуг, створення позитивного іміджу, а отже – підвищення привабливості та конкурентоспроможності даної територіальної одиниці. Для цього варто використовувати новітні інструменти та методи маркетингу та зв'язків з громадськістю, пов'язані з концепцією розширеного комплексу маркетингу 7Р, зеленого маркетингу, електронного маркетингу та колективного маркетингу.

Список використаних джерел

1. Окландер М.А. Проблеми формування маркетингової системи країни : [монографія]. Київ : Наукова думка, 2002. 168 с.
2. Старостіна А.О., Мартов С.Є. Регіональний маркетинг: суть та особливості становлення в Україні. Маркетинг в Україні. 2004. № 3. С. 55–57.
3. Щелкунов В., Бондаренко В., Каракай Ю., Грамотнев В., Матвеев В. Маркетинг регіонів: інвестиційні аспекти. Київ : Наукова Думка, 2005. 176 с.

Оксана ДОСИН

викладач економічних дисциплін

ВСП «Івано-Франківський фаховий коледж ЛНУП»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Незважаючи на те, що за роки незалежності в Україні зроблені значні кроки у становленні підприємництва і формуванні організаційних засад здійснення підприємницької діяльності, рівень розвитку підприємницького сектору залишається достатньо низьким. Чинні законодавчі акти, що регламентують підприємницьку діяльність в Україні, державні та регіональні програми розвитку підприємництва носять в основному декларативний характер. Водночас політична нестабільність і непередбачуваність дій влади негативно позначаються на підприємницькій активності. Окреслюючи особливості розвитку підприємництва в Україні, зазначимо, що нестійкі

партнерські зв'язки, нерозвиненість державних програм підтримки підприємництва, неефективне використання інструментів регуляторної політики, відсутність сформованої системи громадських інститутів підтримки підприємництва сприяють зростанню організаційної непорядкованості підприємницької діяльності та значно підсилюють інтерес до історичного досвіду дослідження питань підприємництва.

У динамічному економічному просторі розвиток підприємницьких структур залежить від того, наскільки враховуються інтереси всіх учасників, які діють у підприємницькому секторі, а також наскільки ці інтереси співвідносяться з інтересами держави.

Питання ролі і значення підприємництва протягом усього періоду розвитку економічної науки були у центрі уваги. Представники класичної течії в економічній теорії ще на початку XIX століття вбачали основну функцію підприємництва і підприємця як носія підприємницької ініціативи у координації факторів виробництва, при чому величина факторних доходів зумовлюється ринковими законами, зокрема попиту і пропозиції. Представник останнього етапу становлення класичної політичної економії Дж. С. Мілль до основних функцій підприємництва відніс керівництво, контроль, нагляд і прийняття ризиків [1, с.140].

Перші дослідники підприємництва повністю абстрагувалися від соціальних аспектів підприємництва і психології підприємця.

Підприємця у наукових підходах представників класичної школи мотивовано лише економічними інтересами. Засновник теорії інновацій Й. Шумпетер невід'ємною рисою підприємництва вважає саме інноваційність, яка проявляється у нових комбінаціях економічних ресурсів. Нові економічні комбінації спрямовані на вихід економіки із стану рівноваги шляхом створення новітніх способів виробництва, виходу на нові ринки збуту, розробки нових підходів і комбінацій у комерційному використанні благ, залученні нових джерел сировини. Зміни спрямовуються на встановлення економічної рівноваги на новому більш ефективному рівні. Для Й. Шумпетера підприємництво виступає процесом «творчого руйнування», який призводить до становлення «нової» інноваційно спрямовано динамічної рівноваги.

Окрім класичних економічних теорій підприємництва значної ваги набирають соціологічні і мотиваційні теорії. Відомий соціолог М. Вебер розглядає підприємництво у розрізі індивідуалізації проявів дій його суб'єктів у інтегрованому полі їх мотивацій. Підприємництво не ототожнюється з капіталізмом. Згідно теорією М. Вебера, підприємництво, хоча і спрямоване на отримання доходу та грошових вигод, насамперед виступає як одна із соціальних ключових ролей.

Узагальнюючи теоретико-методичні підходи до визначення підприємництва, його ролі та значення у розвитку економіки, що запропоновані у класичних теоріях, зазначимо загальні риси:

– не розглядають процеси, що стосуються підприємницької діяльності, технологію підприємництва;

– не акцентують увагу на соціальних аспектах управління підприємництвом;

– підприємництво розглядається як феномен, який неможливо відділити від капіталу, що виступає ключовим фактором функціонування підприємництва;

– першочерговою є економічна риса підприємництва;

– основою підприємництва виступає доступ і володіння матеріальними ресурсами [1, с.141].

Сучасні економічні теорії підприємництва, базуючись на значному історичному досвіді, теоріях класичної школи, спрямовані на перехід від описового характеру підприємництва до розробки дієвих інструментів, які повинні сприяти ефективному використанню підприємницького сектору для вирішення питань сталого соціально-економічного розвитку. Для представників новітньої австрійської школи економічної теорії підприємництво характеризується вибором із можливих технологічних методів виробництва найбільш дешевого, а прибуток виступає продуктом ідей підприємця і втілюється у капіталі.

Важливий внесок у дослідження сучасних тенденцій розвитку підприємництва зробили праці Лауреата Нобелівської премії з економіки Ф. фон Хайека, які спрямовані на вивчення соціально-економічних аспектів підприємництва. Його праці, в яких визначено ідеї конкуренції, соціокультурної еволюції, спонтанного знання й інформації як ресурсу, стали теоретико-методичною основою багатьох сучасних досліджень підприємництва. Економічні погляди Ф. фон Хайека на підприємництво як умови формування людини «нового» типу, яка характеризується чутливістю до інновацій, спрямованістю на успіх перетинаються з поглядами Й. Шумпетера. Але для Ф. фон Хайека головним при цьому виступає не саме підприємництво, а його свобода. Вільне підприємництво – основна умова для ефективного економічного розвитку. Таким чином, основою ефективного розвитку економіки за Ф. фон Хайеком є ринкові відносини і вільне підприємництво.

Ідеї фон Хайека розвив інший Лауреат Нобелівської премії з економіки М. Алле, який обґрунтував роль підприємництва не тільки в ефективній організації господарства, але у перу чергу – у створенні умов для сталого соціально-економічного розвитку.

У сучасній економічній науці виділяють декілька напрямів, за якими формувалися новітні теоретико-методичні підходи до визначення підприємництва, його місця і значення:

– напрям, що акцентує увагу на соціально-економічних аспектах підприємництва, його місці та значенні у суспільстві;

– напрям, який акцентує увагу на системному підході до підприємництва як частини соціально-економічних систем;

– напрям, який розглядає підприємництво як гармонійну складову системи соціально орієнтованої економіки;

– напрям, який розглядає здійснення підприємницької діяльності умовах невизначеності і ризиків;

– напрям, який спрямовано на аналіз організаційних й управлінських складових підприємницької діяльності;

– напрям, що вивчає роль і значення держави у розвитку підприємництва і теоретико-методичні підходи до формування ефективної регуляторної політики.

Таким чином, у сучасному світі соціальна складова підприємництва багато у чому визначає економічну функцію. Виходячи із цього, підприємництво можливо визначити як соціально-економічну діяльність, яка спрямована на отримання прибутку шляхом задоволення потреб суспільства у товарах і послугах. Із точки зору економічної теорії, підприємництво характеризується високим рівнем ризику і відповідальності. Але, незважаючи на підвищення соціальної функції підприємництва, включення його як складової соціально ринкову економіку, основні функції підприємництва у економіці – ресурсна, творча і організаторська – залишають незмінними.

При цьому, незмінним лишається і основна умова здійснення підприємницької діяльності – забезпечення очікуваної норми прибутковості, оскільки прибуток є винагородою за ризик, джерелом доходів підприємця і розвитку підприємницької діяльності, а також виступає критерієм оцінки ефективності використання ресурсів і успіху підприємця [1, с.141-142].

Список використаних джерел:

1. Майборода Ю.В. Теоретико-методичні основи підприємницької діяльності в Україні [Електронний ресурс]. URL: https://dspace.khadi.kharkov.ua/dspace/bitstream/123456789/6252/1/pirpr_2013_2_29.pdf.

Михайло ІВАЩЕНКО
аспірант

*Львівський національний університет
природокористування
Софія ЦІОЛКОВСЬКА
к.е.н., працівниця Львівської митниці*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ У КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність персоналу в умовах зростаючої конкуренції має вирішальне значення для ефективної діяльності підприємства, тому необхідно приділити особливу увагу чинникам, які її забезпечують. Значимість проблеми підвищення конкурентоспроможності персоналу підприємств надзвичайно актуалізується в умовах посилення ролі глобалізації та міжнародної конкуренції. Завдання євроінтеграції України та включення її у світову

економіку об'єктивно висувають нові, підвищені вимоги до якості знань, професійної майстерності працівників вітчизняних підприємств, їх вмотивованості, здатності відповідати за результатами трудової діяльності на рівні світових стандартів. Складність та новизна цих вимог вступають у протиріччя з наявною кадровою ситуацією в Україні, станом кадрової роботи.

Конкурентоспроможність персоналу – це складна економічна категорія, сутність якої розкривають такі концептуальні підходи до її визначення:

Здатність керівників, професіоналів і фахівців генерувати ідеї з використанням усіх можливостей, що виникають у зовнішньому та внутрішньому середовищі; своєчасно виявляти загрози для діяльності підприємства; вирішувати проблеми; винаходити й швидше за конкурентів впроваджувати нововведення на всіх стадіях життєвого циклу товару; забезпечувати досягнення поставлених цілей та виконання підприємством своєї місії [4];

Вміння ефективно виконувати управлінські функції та своєчасно приймати кваліфіковані рішення з метою розробки, виробництва та реалізації високоякісної з особливими споживчими властивостями продукції (послуг) за максимально ефективного використання ресурсів;

Здатність повніше, порівняно з іншими кандидатами на вакантні посади, задовольняти вимоги роботодавців за рівнем знань, вмінь і навичок;

Вміння проявити свої особистісні, професійні та ділові якості, швидше і краще за інших працівників реалізувати власний потенціал за конкретних умов, які склались на підприємстві, що дає можливість отримувати відповідну винагороду, досягти відповідного соціального статусу та забезпечити службово-професійне зростання.

Сукупність джерел конкурентних переваг і самих переваг персоналу підприємства та здатність персоналу реалізувати власні конкурентні переваги, що задовольняє одночасно потреби суспільства, підприємства та працівника[5].

Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» визначає конкуренцію як «змагання підприємств, при якому їхні самостійні дії обмежують можливість кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво тих товарів, які потрібні споживачеві» [1].

Успішне функціонування підприємства в умовах збільшення присутності у міжнародному конкурентному просторі, переходу України до постіндустріальної моделі розвитку економіки та цифрової трансформації, розгортання цифрових робочих місць, впровадження рішень Інтернету речей та послуг (InternetofThingsandServices – IoT&S) забезпечується за рахунок досягнення максимальної ефективності, основним чинником чого є зростання конкурентоспроможності персоналу[2].

Вчені пропонують розглядати вплив різноманітних факторів, якими визначається конкурентоспроможність персоналу: зовнішні та внутрішні, глобальні та локальні, загально-об'єктивні, соціально-демографічні, соціально психологічні, фактори економічної мотивації праці[3].

Вважаємо доцільним розподіляти фактори як такі що діють на макро- або мікрорівні, а також особистісні фактори. До макрорівня відносяться соціально економічні умови розвитку країни, демографічна ситуація, державна політика у сфері трудових відносин, розвиток освіти, науки та техніки, попит та пропозиція на робочу силу на ринку праці. До мікрорівня – локальні, внутрішні для певного підприємства, фактори: організація режиму дня, організація робочого місця, умови праці, оплата праці, оцінка праці, підвищення рівня кваліфікації, стимулювання та мотивація праці. Особистісні фактори – розвиток особистісних якостей, самоосвіта, фізичний та духовний розвиток, самооцінка, самовдосконалення (рис. 1).

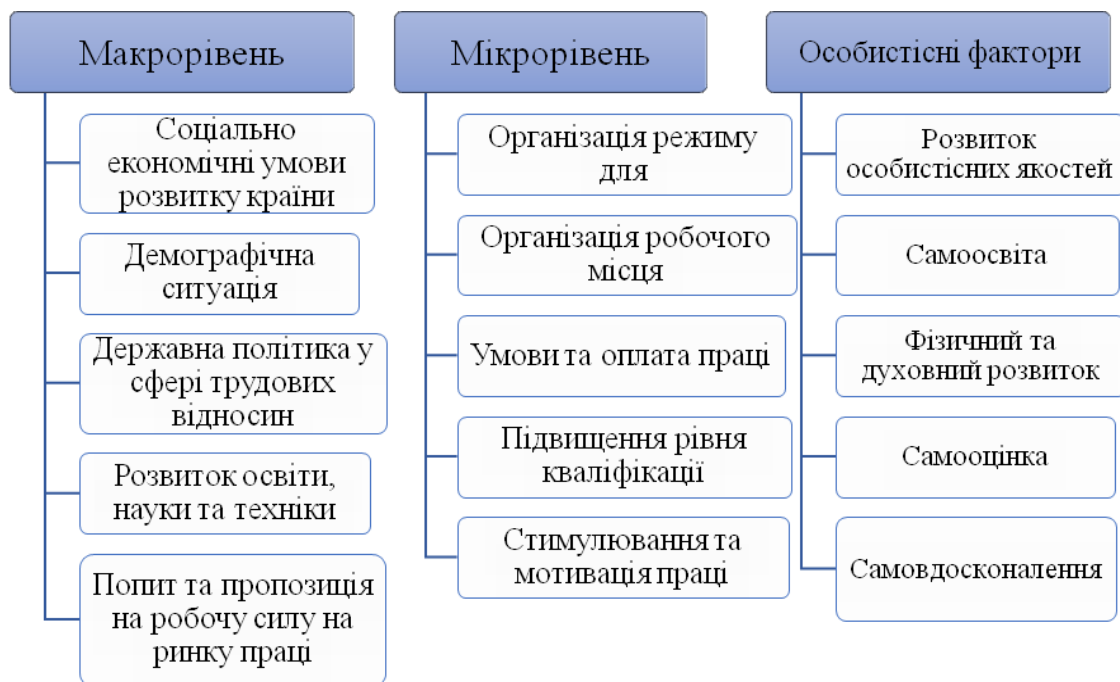


Рис. 1. Фактори конкурентоспроможності персоналу

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Для підвищення конкурентоспроможності персоналу слід сформувати певний механізм заходів, що спрямовані на збереження й розвиток людського потенціалу, а саме:

1. Забезпечення ефективної зайнятості; зростання оплати праці і доходів;
2. Підвищення рівня соціальної безпеки і соціальної захищеності працівників;
3. Залучення інвестицій у безперервне професійне навчання на виробництві;
4. Заохочування високої мотивації до праці, творчої реалізації працівників;
5. Прагнення до набуття конкурентних переваг у праці та безперервному освітньо-професійному розвитку.

Для досягнення конкурентоспроможності підприємства, персонал повинен бути зацікавлений і вірити в те що, керівництво розуміє прагнення своїх співробітників, заохочує їх зростання, приділяє їм час і увагу, а головне, робить

все це щиро. При цьому підході співробітники будуть примножувати свої знання, а підприємство зможе значно збільшити свою ефективність.

Список використаних джерел

1. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України від 18.02.92. *Відомості ВРУ*. №2. с. 296
2. Бучинська Т. В. Конкурентоспроможність персоналу як основний чинник підвищення ефективності діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10(1). С. 74-77.
3. Брусенцева О. А. Конкурентоспроможність персоналу як складова конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник УМО. Серія. Економіка та управління* Випуск 3, 2017. С.34-42.
4. Климчук, А. О. Вплив факторів на формування та підвищення конкурентоспроможності персоналу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2016. Вип. 7, Ч. 2. С. 6-9.
5. Коломієць В.М. Місце конкурентоспроможності персоналу в системі трудових відносин підприємства// *Економіка та підприємництво. Держава та регіони*. 2006. №4. С. 169-172.

Наталія ЗЕЛІСКО

к.е.н., доцент

Володимир МАСЛЮК

студент

Львівський національний університет

природокористування

РОЛЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ АГРОПІДПРИЄМСТВОМ

Роль ефективних інструментів антикризового управління підсилюється у періоди загострення економічних, політичних та соціальних криз в державі. Особливої актуальності в цих умовах набувають питання, пов'язані із прогнозуванням, ідентифікацією та оцінюванням кризи, визначенням її глибини, швидкості розгортання та можливих наслідків для агропідприємства.

Рівень національної економічної безпеки визначається рівнем безпеки деяких галузей економіки. Саме аграрна галузь є вагомим елементом фінансово-економічної безпеки нашої держави, так як це дасть подальший розвиток економіки України, а прибуток є одним із найголовніших показників, які характеризують фінансово-економічну безпеку агропідприємства.

Проблема управління як в окремо взятому господарстві, так і в АПК України в цілому, значно ускладнюється в умовах подолання кризи,

нестабільної кон'юнктури аграрного ринку та диспаритету цін, грошового «голоду» і стихії неплатежів і жорсткої фіскальної політики по відношенню до підприємництва, вкрай низького рівня дотацій для підтримки аграрного сектора, відсутність оптово-роздрібною та відносно відокремленої, фінансово-кредитної системи, що відповідає інтересам сільгосптоваровиробників.

Прибуток – найвагомий фінансово-економічний елемент, що висвітлює передбачуваний фінансовий результат сільськогосподарської діяльності агропідприємства і обумовлює результативність виробництва. Він є як джерелом забезпечення внутрішньогосподарських крайностей підприємств, так і початком утворення бюджетних запасів держави [1]. Процес формування і споживання доходу є доволі нелегким і багатозначним по причині своєрідності та особливості аграрної галузі. Формування прибутку може здійснюватися за рахунок виручки від реалізації продукції, за рахунок фінансового результату від операційної або звичайної діяльності, за рахунок капіталовкладень та інших процесів на підприємстві.

Чималий вплив на формування доходів сільгоспвиробників має державна політика у колі ціноутворення, оподаткування та кредитування. Також на дохід впливають виробничі фактори, які обумовлюють присутність у виробника засобів і предметів праці, людських, фінансових ресурсів, поза виробничих ресурсів, соціальні умови праці та життя, природоохоронна діяльність підприємства та їх використання. Аналіз рівня дії цих факторів на прибуток дає здатність знайти та використати шляхи зростання прибутку сільгоспвиробників і посилити ступінь їх фінансової безпеки [5]. Наступною проблемою, яка повинна бути вирішена, є розподіл і використання прибутку, що залишився у розпорядженні агропідприємства після того як були здійснені відрахування та виплати до бюджету держави. Визначальними принципами розподілу прибутку є такі:

а) прибуток, який агропідприємство отримало внаслідок його сільськогосподарської діяльності розподіляється між державою та суб'єктом господарювання – підприємством;

б) дохід, що залишився в агропідприємства, передусім спрямовується на нагромадження, яке буде гарантувати майбутній розвиток підприємства, а частина, що залишилася, – на споживання для задоволення матеріальних і соціальних потреб персоналу.

Згідно з Господарським кодексом України порядок використання прибутку визначає власник агропідприємства або уповноважений ним орган відповідно до статуту підприємства і чинного законодавства. Розподіл прибутку йде на ріст та удосконалення матеріально-технічної бази підприємства, на будівництво та відновлення агропідприємства, оплачується заборгованість та кредити в банках, а також на виплату заробітної платні.

Економічна оцінка стану аграрного виробництва України показує, що аграрному виробництві характерні всі негативні наслідки проведеної в країні реформи (старіння фондів, спад виробництва, різке зниження рентабельності підприємств, деградація ресурсного потенціалу, безробіття, зниження рівня життя, зростання смертності сільського населення і т.д.). До особливостей

аграрного виробництва відносяться: висока освоєність земель, придатних для ведення сільського господарства; недостатність ресурсів для повного задоволення її населення в основних продовольчих товарах; висока частка екологічно небезпечних сільгоспземель; складні природно-кліматичні умови, що не дозволяють отримувати високі врожаї сільгоспкультур без значних доз добрив, ефективної агротехніки та управлінської діяльності.

Антикризове управління агропідприємством має ґрунтуватися на ранній діагностиці кризових явищ і розробленні запобіжних антикризових заходів як інструментарію запобігання банкрутству [3]. За цих умов кризи можна уникнути, оскільки раннє попередження кризи дозволяє вирішити проблеми, що виникають, перш ніж ця проблема може трансформуватись у масштабні проблеми, що викликають порушення ринкової та фінансової стійкості підприємства та знижують ефективність його функціонування. Загальні функції менеджменту планування, мотивування, організація та контроль забезпечують реалізацію процедури управління, натомість специфічні функції антикризового управління визначаються об'єктом управління. Антикризове управління базується не тільки на загальних закономірностях, притаманних управлінським процесам, а й на специфічних особливостях, пов'язаних зі здійсненням антикризових процедур [6]. Попри відмінність підходів, механізмів та інструментів антикризового менеджменту метою антикризового управління є захист організації, сектора чи зацікавлених сторін від пошкодження та запобігання або зменшення негативних наслідків кризи [2].

На рівні агропідприємства або інтеграційного формування антикризове управління включає сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних, в єдиному господарському циклі, організаційно – виробничих структур, що здійснюють функції менеджменту і маркетингу на основі заздалегідь розробленої програми розвитку господарства, що враховує оптимальну ієрархічність горизонтальних і вертикальних зв'язків в керуючих ланках, що забезпечують досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства

Основними принципами, на яких ґрунтується механізм антикризового управління, визнаються наступні:

– принцип опори на антикризову свідомість – розуміння негативних наслідків виникнення та поглиблення кризи для усіх суб'єктів антикризового процесу; найважливішими характеристиками свідомості є інтереси, цінності та мотиви діяльності, від яких залежить досягнення поставленої мети;

– принцип діагностики кризових явищ підприємства, а саме проведення ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризи підприємства, ідентифікацію її глибини та можливих наслідків, оцінку можливостей переборення, задоволення інших аналітичних потреб суб'єкта антикризового управління. Залежно від суб'єктів проведення та інформаційного забезпечення виокремлюються такі види діагностики кризи: внутрішня (яка здійснюється з ініціативи керівництва підприємства та його власників) та зовнішня (ініціатором проведення якої можуть бути як кредитори підприємства, так і потенційні інвестори);

– принцип реалістичності в оцінці ситуації, успіхів або невдач, які мають місце; оцінюючи можливість подолання кризи необхідно спиратися на об'єктивну реальність. Інформація про будь-які позитивні зрушення, які мають місце і є результатом антикризових заходів, має розповсюджуватися серед персоналу. Невдачі не повинні сприйматися фатально, слід зосереджувати увагу на вивченні причин низької ефективності або не результативності для запобігання повторенню таких помилок у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Біловол, Р. І. Методологічні підходи до розробки концепції антикризового управління підприємством. Регіональні перспективи. 2003. № 7-8 (32-33). С. 60-63.
2. Ладунка І. С., Андрюшина О. І. Антикризове управління підприємством. Економіка і суспільство. 2017. Випуск 8. С.278-281
3. Лігоненко, Л. О. Антикризове управління підприємством. К. : КНТЕУ, 2005. 824 с.
4. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Розвиток аграрного підприємництва в умовах інституціональних трансформацій. Економіка АПК. 2017. № 2. С. 5-16.
5. Романяк Г. М. Сутність антикризового управління підприємством в умовах нестабільного ринкового середовища. Наукові записки Української академії друкарства. 2016. № 1. С.235–239. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2016_1_31 2.
6. Шевчук В. В. Використання превентивного антикризового управління для стабілізації ринкової позиції підприємства. Бізнесінформ. 2015, № 5. С.264-268.

Зоряна МИРОНЧУК

к.е.н., доцент

Надія ЦІЦЬКА

к.е.н., доцент

Львівський національний університет

природокористування

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ КОНТРОЛІНГ

Більшість прогресивних нововведень знаходять реальне втілення у створенні наукоємної і конкурентоспроможної продукції, що є одним з важливих результатів інноваційної діяльності.

У вітчизняній теорії побутують два поняття, пов'язані із впровадженням інновацій – інноваційна діяльність та інноваційний процес. Очевидно, що розгляд цієї проблеми крізь призму процесного підходу в класичному розумінні за сучасних умов господарювання є не доцільним. Поняття “інноваційна діяльність” дає можливість розглядати це явище за системним підходом. З огляду на це її розділяють на такі три етапи: формування прикладної ідеї,

узгодження питань інвестування проекту, впровадження проекту. Методика роботи на двох останніх етапах є більш дослідженою у науковій літературі. Серед пріоритетних напрямків управління інноваційними проектами, що сприяють розвитку підприємства, можна назвати кілька підходів. Принципи системного підходу в керуванні проектами, побудова системи пізнавальних моделей управління проектами, концентрична модель оточення проектів і закономірності розвитку цивілізації, особливості побудови структури конкурентоспроможного підприємства в умовах економіки знань, системна модель керування розвитком економічних систем [1, ст.79].

На нашу думку, при розгляді інноваційного процесу потрібно також враховувати такі компоненти як наука, технологія, економіка і освіта.

На першому етапі проводиться пошук науково-дослідних робіт, в ході яких висуваються науково-технічні ідеї щодо матеріалізації наявних теоретичних знань і винаходів.

На другому етапі інноваційного процесу проводяться прикладні науково-дослідні роботи. Їх виконання пов'язане із високою ймовірністю одержання негативних результатів.

На третьому етапі виконуються дослідно-конструкторські роботи, пов'язані з розробкою проектів, дослідних зразків.

На четвертому етапі здійснюється процес комерціалізації нововведення від запуску у виробництво до виходу на ринок і далі за основними фазами життєвого циклу товару.

Структуру інноваційного процесу зображено на рис. 1.

Інновації на підприємстві можна розглядати як окремі проекти, оскільки їм притаманні всі ознаки проекту:



Рис. 1. Структура інноваційного процесу

- інновації пов'язані з новизною і нерегулярністю, а отже, з невизначеністю;
- інноваціям притаманна комплексність і слабка структурованість;
- інноваціям притаманні перераховані вище ризики;

- інновації мають чітко виражену мету, зміст, обмежені в часі реалізації і зорієнтовані на зміни;
- бюджет інновацій, як і будь-якого проекту, обмежений;
- інноваційний процес можна розбити на фази з проміжними цілями і завданнями.

Таким чином, якщо інновації можна розглядати як окремі проекти, то для управління ними можна використовувати методологію "управління проектами".

Як уже зазначалося, управління проектними роботами пов'язане із значними ризиками і невизначеністю. Чим більший і дорожчий проект, чим вищими є вимоги до термінів його реалізації, тим вищі вимоги висуваються до системи управління проектами. Тому необхідна концепція управління, яка б включала усі компоненти сучасного менеджменту і задовольняла вимоги, що висуваються до систем управління в умовах високої динамічності ринків [2, ст. 26].

Контролінг інноваційних процесів є не менш важливий у прийнятті управлінських рішень щодо використання тих чи інших інновацій.

Для оперативного контролінгу головною метою є створення системи управління, яка ефективно допомагає досягати поточні плани підприємства, а також оптимізує співвідношення «витрати - прибуток». Основною відмінністю залишається орієнтир оперативного контролінгу на короткострокові цілі, а стратегічного – на довгострокові, й також ступінь невизначеності – в стратегічному контролінгу він значно вищий. Однак взаємозв'язок між оперативним та стратегічним плануванням саме інноваційної діяльності достатньо виражений [3, ст.53-58].

Для цього необхідно створювати проекти-контролінг. Основне завдання проект-контролінгу полягає в нагляді за ходом реалізації проекту, в контролі і інформаційній підтримці ефективного управління проектом.

Перш ніж контролювати і управляти, необхідно скласти план реалізації проекту. Завдання планування проекту передбачає формулювання і встановлення параметрів проекту: заходів, термінів, потужностей (людських і матеріальних ресурсів), витрат [4, ст.112].

За підсумками роботи можна зробити наступні висновки:

- Контролінг є невід'ємною частиною створення конкурентоспроможної продукції в ринковому середовищі;
- Контролінг як показує світовий досвід є стратегічним інструментом в інноваційних процесах створення нової продукції, який дозволяє скоротити інноваційний цикл, витрати розробки і виробництва, найважливіший стратегічний інструмент антикризового управління;
- Найбільш складна система контролінгу пов'язана з пошуком і обґрунтуванням вибору варіанта виробничих і фінансових інвестицій. Її практичне використання в цих умовах можливо тоді, коли економічне становище підприємств стабілізується, а ринкові інструменти господарювання стануть функціонувати в повній мірі.

• Впровадження контролінгу потребуватиме певних зусиль, змін у системах обліку, контролю, аналізу та управління, але все це виправдовує той ефект, який можна реально отримати від впровадження контролінгу;

Проведення автоматизації ведення контролінгу інноваційних процесів, виконання завдань полягає в забезпеченні правовою інформацією - консультаційно - правові програми.

Список використаних джерел

1. Яковлев Ю.П. Контролінг на базі інформаційних технологій / Ю.П.Яковлев – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 318 с.
2. Хан Д. Планування і контроль: концепція контролінгу. /Д.Хан - Економіка, *фінанси*, право.- М.: Фінанси і статистика. 2017. №4.С.17-26.
3. Контролінг у бізнесі. Методологічні та практичні засади побудови контролінгу в організаціях / [А.М. Кармінський, Н.І. Оленєв, А.Г. Примак, С.Г. Фалько.]- М.: Фінанси і статистика, 2018. №2 С.53-58.
4. Сахаров А.М. Методичні засади управління інноваціями в системі контролінгу /А.М. Сахаров *Актуальні питання забезпечення військ (сил) у транспортному відношенні*. Міжвузівський збірник наукових праць. Випуск № 5 /Под ред. д.в.н. Целиковскої А.А. СПб., ВАТ. 2016-289 с.

СЕКЦІЯ 2. СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ / THE STATE AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

Олександр ШПИКУЛЯК

д.е.н., професор, член-кореспондент НААН

Микола МАЛІК

д.е.н., професор, академік НААН

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФЕРМЕРСТВА У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СЕЛІ

Фермерство – це явище, інститут господарювання і форма організації підприємницької діяльності. У його основі особливі традиції, норми, правила, похідні від сім'ї (задіяна праця фермера та його сім'ї, власність, інтелектуальний, соціальний капітал). Інституційно фермер – це господар, а фермерське господарство – форма іституціоналізації його господарських, підприємницьких навичок з метою досягнення соціально-економічних вигод. Фермерське господарство – тип аграрного підприємства, яке утворюється, функціонує згідно з нормами Господарського Кодексу України та Закону України «Про фермерське господарство».

Фермерські господарства як підприємницькі суб'єкти діють в класичній інституційній моделі підприємництва, а саме: організують діяльність власним фінансовим і ресурсним потенціалом; залучаючи позикові кошти і стаючи боржниками; провадячи на свій страх і ризик діяльність з наслідують мети отримання прибутку. Проектуючи підприємницьку діяльність на умови воєнного стану як особливого часу відзначимо, що вона вибудована переважно як соціальна місія – самозабезпечення себе, родини й місцевих громад продовольством.

Даний тип господарств відіграють особливу роль у розвитку підприємницької діяльності на селі, зокрема сприяють становленню соціального капіталу. Вони формують специфічні, ефективні спроможності – виражені в характеристиках інституційного потенціалу господарювання. Відзначимо, що *інституційний потенціал фермерства – це сукупність інституційних спроможностей господарської структури, які набуті в рамках організаційно-правової форми, відповідно до фундаментальних принципів побудови економічної, соціальної і політичної участі підприємства у реалізації практик досягнення певних цілей (сталого розвитку зокрема).*

Натепер в Україні фермерські господарства відіграють надважливу роль у реалізації засад формування продовольчої безпеки, досягненні критеріїв сталого розвитку, що відзначено практикою й концептуальними баченнями дослідників [1; 2; 3], проявляється їх виключна спроможність забезпечувати

соціально-економічну місію на рівні територіальних громад. Адже в умовах воєнного часу фермерські господарства, особливо малі, виявилися найбільш інституційно й організаційно-економічно мобільними – це стосується здатностей: відновити бізнес; ефективно діяти в умовах граничних ризиків; гарантування продовольчої безпеки громади; забезпечувати засади сталого розвитку територій. Відповідно – ефектні ознаки сімейних ферм в кризових умовах – інституційна і організаційна, економічна мобільність, адаптивність, соціальна спрямованість та прихильність до сталого розвитку.

Зазначені ознаки й спроможності відносимо до характеристик інституційного потенціалу фермерських господарств у розвитку підприємницької діяльності на селі.

В ситуації, у якій опинилися українські фермери в умовах сьогодення, у зв'язку із війною росії проти України, мають місце багато випадків втрати бізнесу, потужностей, тощо. Існує багато прикладів відновлення діяльності фермерських господарств, які постраждали від війни, їх виробничі системи й потенціал були знищені або значно пошкоджені. Проте практика, приклади, підтверджують заявлену нами мобільність цих господарств, спроможність до швидкого відновлення.

Важливо, що динамічного поширення набувають сімейні фермерські господарства, адже є відносно соціально-економічною ефективною формою організації зайнятості населення [1; 2; 3]. Фермерська підприємницька ініціатива, формалізована відповідним чином (реєстрація господарства) забезпечує зайнятість і доходи для родини, а також певний рівень продовольчої безпеки для громади. Таким чином потрібно вести мову про необхідність ефективної взаємодії фермерів та місцевих органів влади, що має забезпечувати синергію у взаємному досягненні цілей. За зазначеним прикладом взаємодії можна виділити діяльність Вінницької міської територіальної громади, Івано-Франківської, Львівської – в них прийняті програми підтримки аграрного сектору і вони реально дбають про ефективний розвиток фермерства.

Сімейні фермерські господарства виступають одним із найспроможніших інституційних секторів, якщо брати до уваги їх статусні, організаційні економічні можливості задовольняти необхідні умови «зеленого» курсу і сталого розвитку загалом. Незважаючи на умови, які теж склалися в Україні у зв'язку із військовою агресією росії, сімейні фермерське підприємництво набуло ще більшої актуалізації ніж до війни.

Також відзначаємо безумовну респектабельність господарств невеликого розміру, у сприянні: гарантіям продовольчої безпеки на рівні місцевих громад; мобільності й швидкій акумуляції ресурсів для відновлення; вирішенні значного обсягу соціально-економічних проблем на локальному рівні сільських територій; розбудови локальної нішевої малої переробки для виробництва якісних харчових продуктів; становленні кооперативних структур несільськогосподарського спрямування для організації виробництва-споживання відновлюваних джерел енергії; розвитку крафтового бізнесу в сфері виробництва ексклюзивних видів продукції; поширенню соціального підприємництва на селі.

На практиці найбільш поширеними є сімейні молочні ферми, проте з'являються господарства з сімейним фермерським статусом, які займають різноманітні ексклюзивні, локалізовані на певній території розміщення, крафтовий бізнес. *Цей аспект слід вважати проявом ексклюзивного інституційного потенціалу фермерства.*

В умовах воєнного часу й враховуючи пріоритетні завдання повоєнного відновлення аграрного сектору, сільських територій, економіки загалом, фермерські господарства як суб'єкти аграрного підприємництва відіграють визначальну соціальну роль – забезпечують зайнятість населення, формування матеріального добробуту, продовольчу безпеку. Зауважимо, що активна підтримка й розширення механізмів інституалізації сімейного фермерства, зміна характеру соціального капіталу на селі, суспільна й інституційна підтримка локальних сімейних підприємницьких ініціатив - забезпечуючі чинники для наближення вступу України до Європейського Союзу й реалізації зокрема заходів, які передбачені Угодою про статус кандидата в члени ЄС.

Незважаючи на війну засади сталого розвитку для України не можна відкидати, відмінити, адже змінилися лише умови для їх досягнення, сформувався додаткові ризики форс-мажорного характеру. Фермерство володіє значним інституційним потенціалом у забезпеченні сталого розвитку сільських територій.

Саме тому в перспективі у зв'язку зі змінами в інституційному середовищі господарювання, економіка села, сільських територій, більш значимо покладатиметься на малих фермерів – особливо в гарантуванні місцевої продовольчої безпеки. Фермерські господарства мають сформувати інституційний каркас розвитку українського села – це стане основою для забезпечення продовольчої, енергетичної і навіть воєнної безпеки української нації.

Список використаних джерел

1. Губені Ю. Е. Підприємництво: навчальний посібник. Львів : НВФ «Українські технології». 2012. 572 с.
2. Лопатинський Ю., Шпикуляк О., Шеленко Д., Кифяк В., Дюк А. Організаційно-інституційні практики посилення ролі селянських господарств у продовольчому забезпеченні населення в сучасних умовах. *Аграрна економіка*, 2022 Т. 15. № 3-4. С. 3-13. URL: https://archer.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6649/1/AE-15_3-4_1.pdf (дата звернення: 15 травня 2023 р.)
3. Концепція розвитку сімейних фермерських господарств на період до 2030 року : проєкт [Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк та ін.] К. : ННЦ «ІАЕ», 2021. 20 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1hQjZTUN7sSG8Tjhna5S8wPCgk3OZroRY/view> (дата звернення: 15 травня 2023 р.)

Юрій ГУБЕНІ
д. е. н., професор
Львівський національний університет природокористування

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОРІЄНТАЦІЯ МЕДИЧНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Охорона здоров'я є важливою складовою суспільних відносин. Її особлива роль має не лише звичаєву основу, що ґрунтується логічній на безцінності життя і здоров'я, але й на нормах Конституційного права [1]. Водночас – ця система є дуже затратною з економічної точки зору, та має виразні соціальні та господарські ефекти для функціонування економіки. Серйозними є аргументи загрозливого та наростаючого тіньового обігу коштів в системі охорони здоров'я [2].

З метою раціоналізації структури та принципів функціонування системи охорони здоров'я в Україні було здійснено медичну реформу. Одним із суттєвих елементів цієї медичної реформи було створення автономних медичних одиниць у форматі «комунальних некомерційних підприємств» (КНП). Ця доволі неординарна з точки зору системи охорони здоров'я реорганізація з погляду норм та регулювання, визначених Господарським кодексом України, є звичайною цивільно-правовою дією. Адже діюча нормативно-правова база дозволяла створення та функціонування «комерційних» та «некомерційних» комунальних підприємств.

Створенню КНП передували значні організаційно-підготовчі заходи, зокрема навчання персоналу, ідентифікація та облік майна і зобов'язань, формування нормативної бази фінансування та функціонування. Фактично більшість «закладів охорони здоров'я» не лише перетворювались у «комунальні некомерційні підприємства», але отримували нову схему фінансового забезпечення та переходили у підпорядкування і господарське управління територіальних громад (ТГ). Автономізація вела за собою господарську самостійність, конкуренцію та потребу застосування підприємницьких і комерційних підходів в управлінні (Див. рис.).

Фактично будь який КНП тепер вмотивований дотримуватись двох основних регламентних обмежень і вимог: а) медичного; б) фінансово-господарського. Запис про конкуренцію та конкурентне середовище, спочатку сприйнятий як модний «ринковий» атрибут, дуже швидко став реальністю як медичної діяльності та господарського функціонування. Мобільність пацієнтів проявлялась не лише у праві пацієнта обрати місце лікування чи обстеження. На практиці вона найперше означала мобільність коштів. Банальний відтік \ притік коштів та пацієнтів модулював фінансові надходження в рамках «пакетів медичних послуг» НСЗУ. Вже незабаром з'являлась невідповідність критеріям надання пакетних послуг – виявилось недостатньою кількістю проведених операцій, маніпуляцій, обслуговуваних пацієнтів. Не отримання фінансування НСЗУ хоча б одного «пакету медичних послуг», особливо соціально значимих, формують «хвилю недовір'я». Це суттєво ускладнює

фінансування КНП, швидко приводить його в стадію хронічного недофінансування та практично переходу в стадію «життєвого циклу» стагнація.

ЗАКЛАД (УСТАНОВА) ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я		КОМУНАЛЬНЕ НЕКОМЕРЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО	
↓			↓
Органи управління ОЗ (обласний рівень)	Підпорядкованість	Місцева територіальна громада	
Головний лікар	Керівник	Директор	
Державна власність	Власність	Комунальна	
Бюджетне фінансування, договірні послуги	Джерела фінансування	Бюджет (через НСЗУ), Бюджет (програми), комерційна діяльність	
Виконання плану / бюджету	Головна господарська мета	Забезпечення розвитку	
Забезпечення охорони здоров'я населення адміністративної території	Головна медична мета	Формування прийнятної системи охорони здоров'я в промені досяжності	
Виконання плану	Критерій господарської успішності	Господарський розрахунок	
Статистичні показники	Оцінка роботи	Економічні показники	

Рис. Деякі функціональні особливості закладів охорони здоров'я та КНП.
Джерело: власна розробка

Менеджмент КНП має декілька варіантів підприємницької орієнтації, виходячи із того, що у VCG матриці майже усі підприємства рівня базових ТГ (колишні райцентри та великі села – селища) перебувають в сегменті «Сплячі собаки» [3], т. т. мають незначний рівень прибутковості і невисоку частку на ринку медичних послуг. Теоретичні та емпіричні розробки дають підстави рекомендувати якнайшвидше покинути цей ринково не привабливий сегмент. А логічний аналіз дозволяє припустити, що для цього необхідно а) підвищувати економічну ефективність основної (медичної) діяльності та б) розширювати пацієнтську базу або асортимент послуг. Причому загаді в описі польські дослідники відзначають, що ідеальним сценарієм поведінки господарюючих суб'єктів у таких умовах – це розвивати ті сегменти підприємницьких послуг, які принесли успіх та (або) розвиток іншим.

Не складно побачити очевидний висновок для менеджменту КНП: необхідність посилення комерційної орієнтації з акцентом на найбільш масові, затребувані та популярні медичні послуги, розвиток належної приймальної та сервісної інфраструктури, особливо – лабораторно-діагностичного сегменту. Досить придивитись до ринкової поведінки приватних медичних підприємств. Вони уже тривалий час функціонують в умовах конкуренції, господарського розрахунку та ринкових орієнтирів. Прості і очевидні рекомендації формування медичного іміджу (реноме), застосування медичного маркетингу, ринкові критерії оцінки роботи підрозділів та лікарів – це перші кроки які можуть релятивно швидко принести позитивні зрушення.

Дилема пріоритетів управління: головний лікар чи директор має однозначно отримати прихильність до посилення підприємницьких,

комерційних підходів до планування, організації та звітності КНП, його співпраці із засновником – ТГ.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Основний Закон. – ВВР України: офіційне видання, від 23.07.1996, 1996 р., № 30, ст. 141;
2. Екс-очільник Національної служби здоров'я України назвав суму тіньового обороту коштів у сфері медицини / Дзеркало тижня, 2021, 16 серпня;
3. Nogalski B., Rybicki J., Gacek-Bielec J.: Modele analizy portfelowej. Teoria i praktyka. Wydgoszcz: Oficyna Wydawnicza OPO, 1996, s. 23-25

Олександр АВЕРЧЕВ

д.с.-г.н., професор

Херсонський державний аграрно-економічний університет

Ганна ЖОСАН

к.е.н., доцент

Херсонський державний аграрно-економічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

У військовий час аграрні підприємства стають особливо вразливими через небезпеку втрати доступу до ресурсів, зниження попиту на продукцію, порушення ланцюгів постачання та загрози безпеці персоналу та майна. Інноваційні підходи до управління можуть допомогти підприємствам ефективно протидіяти цим викликам та забезпечити стабільність і розвиток у таких умовах.

Розробка стратегічних планів є важливим елементом успішного управління аграрними підприємствами в умовах військового стану. Управління аграрним підприємством повинно бути гнучким і адаптивним до турбулентних умов, а стратегічний план допоможе визначити основні цілі, пріоритети і шляхи досягнення успіху.

Інноваційні підходи до розробки стратегічних планів включають в себе:

а) аналіз ризиків: в умовах військового конфлікту аграрні підприємства стикаються зі значними ризиками, пов'язаними зі зниженням виробництва, втратою активів, перериванням ланцюгів постачання тощо. Включення аналізу ризиків в стратегічний план допоможе підприємству прийняти заходи для зменшення його вразливості і підготуватися до можливих негативних наслідків.

б) розвиток альтернативних сценаріїв: умови військового стану можуть бути непередбачуваними, тому важливо розглядати різні сценарії розвитку подій. Розробка альтернативних сценаріїв дозволяє підприємству реагувати швидко на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі та визначати ефективні стратегії відповідно до кожного сценарію.

в) використання технологій: інноваційні технології, такі як автоматизація виробництва, використання дронів для моніторингу полів, впровадження сучасних систем управління запасами та аналітичних інструментів, можуть значно поліпшити ефективність аграрного підприємства в умовах військового конфлікту.

Ризики стають ще більш значущими і складними для аграрних підприємств в умовах військового стану. Інноваційні підходи до управління ризиками можуть допомогти зменшити негативний вплив на діяльність підприємства. Деякі з цих підходів включають:

а) розвиток ризик-менеджменту: підприємство повинно розробити систему ризик-менеджменту, яка визначатиме потенційні ризики та засоби їх запобігання та мінімізації. Інтеграція інноваційних методів та моделей аналізу ризиків дозволить підприємству ефективно виявляти, оцінювати та управляти ризиками.

б) диверсифікація виробництва: умови військового стану можуть призвести до змін у попиті на певні продукти або послуги. Для зменшення впливу таких змін аграрне підприємство може розглянути можливості диверсифікації свого виробництва, включаючи розширення асортименту продукції, розвиток нових ринків збуту та впровадження нових технологій.

в) створення резервів: в умовах військового конфлікту можуть виникати перерви у постачанні ресурсів та матеріалів. Створення резервів та розумне управління запасами можуть забезпечити неперервність виробництва та зменшити ризик втрати продукції через обмежені ресурси.

В умовах військового стану можуть змінюватися ринкові умови та попит на продукцію аграрного підприємства. Інноваційні підходи до пошуку нових ринків збуту можуть допомогти підприємству знайти нові можливості для реалізації продукції. Деякі з інноваційних підходів включають:

а) розвиток експортних ринків: аграрні підприємства можуть шукати нові ринки збуту за межами своєї країни. Це може включати вивчення попиту на продукцію в інших країнах, адаптацію продукції до вимог зовнішніх ринків та встановлення довгострокових партнерських відносин з імпортерами.

б) розвиток локальних ринків: умови військового стану можуть привести до зміни в споживчих звичках та попиті на продукти. Аграрні підприємства мають зосередитися на розвитку локальних ринків, шляхом співпраці з місцевими роздрібними мережами, ресторанами та іншими групами споживачів. Розумне маркетингове планування та адаптація продукції до потреб місцевого населення можуть сприяти збуту продукції.

в) використання електронної комерції: віртуальні платформи та електронна комерція стають все більш популярними засобами збуту. Аграрні підприємства можуть розглянути можливість розширення своєї присутності в онлайн-середовищі, створення власних електронних магазинів або співпрацю з існуючими електронними платформами для збуту своїх продуктів.

Управління аграрними підприємствами в умовах військового стану вимагає інноваційних підходів та стратегій. Розробка стратегічних планів, управління ризиками, використання новітніх технологій та пошук нових ринків

збуту є ключовими аспектами успішного управління аграрними підприємствами. Інноваційні підходи до цих аспектів можуть допомогти підприємствам подолати виклики, забезпечити стійкість та їхній розвиток навіть в умовах військового конфлікту.

Для успішного розвитку аграрних підприємств в умовах військового стану рекомендується поєднувати інноваційні стратегії зі стратегіями стійкого розвитку. Це означає зосередитися на забезпеченні економічної ефективності, соціальної відповідальності та екологічної стійкості. Застосування інноваційних підходів до управління дозволить підприємствам знаходити нові можливості, впроваджувати нові технології та збільшувати конкурентоспроможність.

Незважаючи на виклики, пов'язані з військовим станом, аграрні підприємства можуть використовувати ці умови як можливості для розвитку та розширення. Важливо виявити потенційні сфери зростання, підвищити ефективність виробництва та збуту, а також розвивати стратегічні партнерства з іншими галузями.

Список використаних джерел:

1. Averchev O., Trukhachova K., Zhosan H. (2021) Development of a System of Effective Use of Enterprise Resources by Balancing the Effectiveness of Economic Activity in Terms of Resource Features. 11th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT 2021 – Proceedings, P. 372 – 375 15 September, 2021. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9548339>

Світлана УРБА

*д.е.н., завідувач кафедри економіки підприємства
Львівський національний університет
імені Івана Франка*

АГРАРНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Україна належить до країн, наявний потенціал яких підтверджує можливості для розвитку аграрного бізнесу. Вітчизняний аграрний бізнес разом із аграрним сектором розглядається як джерело формування потужних ресурсних резервів для підвищення ефективності функціонування національної економіки. Крім того, наявні структурно-функціональні параметри сільського господарства, які беруть активну участь у забезпеченні збалансованості економічної, соціальної та екологічної сфер держави, сприяють підвищенню рівня добробуту сільського населення, формуванню його зайнятості в окремих організаційних формах господарювання та сталому розвитку сільської економіки.

Варто зазначити, що аграрна галузь до початку повномасштабної війни упродовж останніх років характеризувалася стабільними темпами зростання, яке щорічно складало 5-6%. Сьогодні, коли війна стала викликом для всієї національної економіки, саме аграрний бізнес як пріоритетний вид економічної

діяльності, продовжує успішно боротися. Загальні збитки, які були завдані війною аграрному бізнесу в Україні на початок вересня 2022 р. склали 6,6 млрд. доларів. Результати аналітичних досліджень «Огляд збитків від війни в сільському господарстві України» були підготовлені експертами Центру досліджень продовольства та землекористування (KSE Institute) і Міністерства аграрної політики та продовольства України [1].

Зазначений розмір збитків є розподіленим за такими категоріями:

- сільськогосподарська техніка, з якої 84,2 тис. одиниць техніки та устаткування повністю або частково пошкоджені – 2,9 млрд. дол. США;
- зерносховища (пошкоджено або знищено сукупною ємністю 9,4 млн. тон одночасного зберігання – 1,91 млрд. дол. США. Зазначимо, що цей обсяг не включає потужності, які залишаються недоступними через тимчасову окупацію територій;
- тваринництво, в якому внаслідок агресії кількість тварин, які загинули, складає: 400 тис. бджолосімей, 95 тис. голів кіз та овець, 212 тис. голів великої рогатої худоби, 507 тис. свиней та майже 11,7 тис. голів птиці – 362,5 млн. дол. США;
- багаторічні культури, яких на постраждалих територіях знищено понад 14,3 тис. га – 348,7 млн. дол. США;
- фактори виробництва (знищено та викрадено 0,6 тис. т ЗЗР, 124 тис. т добрив та 11,5 млн. л палива) – 95,4 млн. дол. США;
- вироблена готова продукція, яку внаслідок повномасштабного вторгнення було знищено або викрадено (2,8 млн. т зернових та 1,2 млн. т олійних культур) – 1,9 млрд. дол. США.

Значний вплив війни на розвиток аграрного бізнесу мало блокування морських портів, що зумовило значне скорочення експорту сільськогосподарської продукції з 6-7 млн. тонн на місяць до 1,5 млн. тонн.

За попередніми оцінками Світової продовольчої організації ООН (FAO), прямі втрати активів в аграрному бізнесі можуть скласти 6,5 млрд. дол. США. Станом на сьогодні близько 5% земель сільськогосподарського призначення пошкодженими, з яких: втрати доступних посівних площ склали понад 25%, зрошуваних земель – понад 70%, ягідників – близько 25%, садів – 20% [2].

Узагальнені характеристики впливу війни на розвитку аграрного бізнесу в Україні на основі основних викликів та можливостей наведено на рис. 1.

Таким чином, пріоритетними напрямками відновлення потенціалу та досягнення стабільного розвитку аграрного бізнесу в Україні, особливо аграрного сектору як його базової складової, в повоєнний період для стратегічної спроможності забезпечення його конкурентних переваг в довгостроковій перспективі, повинні бути такі:

- максимальне здійснення прямих і непрямих заходів, спрямованих на залучення фінансових ресурсів для стабілізації та активізації розвитку суб'єктів малого та середнього аграрного бізнесу й становлення сімейного фермерства;
- податкове стимулювання через відновлення спеціального пільгового режиму оподаткування ПДВ для аграрних виробників продукції рослинництва і

тваринництва з можливістю залучення акумульованих сум ПДВ на розвиток аграрного виробництва товарів;

– забезпечення умов для сприяння розвитку перероблення сільськогосподарської продукції з метою зростання її доданої вартості, сприяння розвитку переробки в аграрному секторі за принципами Green Deal;

– посилення експортного потенціалу не лише за рахунок сировинних ресурсів, але й готової аграрної продукції з високою доданою вартістю.

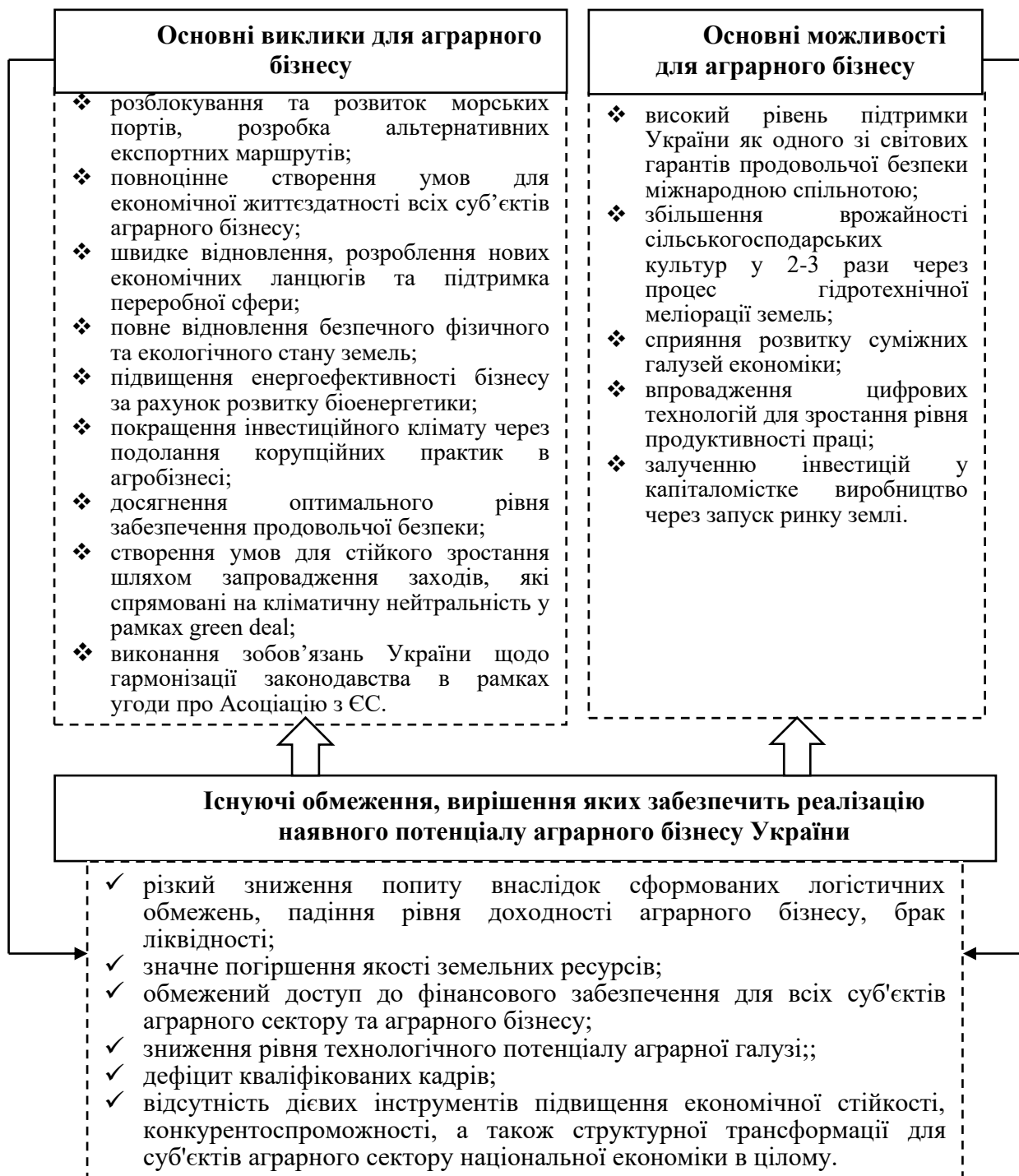


Рис. 1. Оцінка впливу війни на стан розвитку аграрного бізнесу України
Джерело: побудовано автором.

Комплексна імплементація запропонованих інструментів реалізації потенціалу аграрного бізнесу в повоєнний період забезпечить формування ресурсних резервів для підвищення конкурентного статусу вітчизняної економіки, дозволить підвищити функціональну спроможність превентивних механізмів захисту національних інтересів держави, що в сукупності сформує передумови для зміцнення економіки України.

Зважаючи на неможливість прогнозування перебігу війни, пріоритетне значення має формування стратегічного бачення майбутнього розвитку аграрного бізнесу. Саме тому основними напрямками забезпечення стійкості та адаптивності аграрного бізнесу до функціонування в умовах війни мають бути: покращення умов фінансового забезпечення аграрних підприємств; досягнення стійкості продовольчих систем для всіх громад; створення альтернативної логістичної мережі для експорту аграрної продукції; розроблення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки України.

Список використаних джерел

1. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. URL: https://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/06/Damages_report_issue1_ua-1.pdf
2. KSE Агроцентр. Загальні збитки від війни в сільському господарстві України сягнули 4,3 млрд дол. США. 2022. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalni-zbitki-vid-viyni-v-silskomu-gospodarstvi-ukrayini-syagnuli-4-3-mlrd-dol-ssha-kse-agrotsentr/>

Руслана ЛЕВКІНА

д.е.н., професор

Національний університет «Одеська політехніка»

Яна КОТКО

к.е.н.

Державний біотехнологічний університет

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Наразі рушійною силою розвитку вітчизняної економіки виступає саме підприємницькі структури, які здатні вирішувати більшість завдань соціального, економічного, екологічного, логістичного та інших напрямків. Саме вони знаходяться у постійному пошуку інноваційних рішень для підтримки власної конкурентоспроможності, а отже і позитивних наслідків для споживачів, суспільства, економіки країни. Проблеми національної економіки, що виникли внаслідок затяжної економічної кризи, ускладнені жорсткими карантинними заходами пандемії COVID-19, повномасштабною війною і запровадженням воєнного стану призвели до негативних наслідків функціонування й розвитку підприємництва в Україні [1, с. 66]. У 2022 р. підприємницькі структури зіштовхнулися із найбільшійшими проблемами, які

дотепер не були прогнозовані. Поступове відновлення діяльності більшості підприємств на звільнених від окупації територіях та територіях активних бойових дій потребує чимало часу, проте широкий попит на товари і послуги, якими забезпечують населення саме малі та середні підприємства сприяє високим показникам розвитку і обороту коштів. Еволюційний розвиток підприємництва на території України, трагічні події в історії на шляху розбудови самостійності і незалежності країни, функціонування в умовах невизначеності і залежності від низки змінних факторів впливу, все це призвело до виховання підприємців нової формації: стійких до стресових ситуацій, адаптивних до швидких змін у політико-правовому, ринковому і економічному середовищі, психічно витривалих і налаштованих на позитивний кінцевий результат. Генерування ідей, креативних рішень виходу із складних ситуацій примушують підприємців бути у постійному пошуку і готовності до ринкових змін, комунікацій з партнерами, конкурентами, владою.

На сучасному етапі підприємницькі структури зіштовхнулися з такими викликами, як:

≈ зменшення пропозиції висококваліфікованої робочої сили, що виникло внаслідок активізації еміграційних процесів за кордон, зменшення чисельності економічно активного населення країни України та потреби у захисті держави і державних кордонів;

≈ зростання соціально-психологічної напруги у суспільстві внаслідок зростання інфляції, що вимагає від підприємницьких структур стимулювання активності працівників до генерування ідей, може бути вирішено шляхом запровадження механізму рекрутингу й стимулювання здатності працівників до самонавчання і саморозвитку для підвищення продуктивності праці; запровадження у практичну діяльність ініціативності, інноваційності демократичних принципів управління тощо;

≈ цифровізація та діджиталізація діяльності вимагає нових підходів і методів забуття знань і навичок, більшість з яких формується наполегливістю і внутрішньою мотивацією, що сприятиме інтелектуальному розвитку працівників і керівництва, дозволить винайти нові підходи до трансформації сучасних бізнес-структур, визначити оптимальні шляхи відповідності бізнес-стратегії до тенденцій і кон'юнктури ринку;

≈ вимоги постійної уваги до формування орієнтирів і перспектив розвитку підприємницької діяльності вимагають адаптації до змінного ринкового середовища, що може бути вирішено розвитком партнерських відносин і взаємовигідних зв'язків із постачальниками ресурсів, управління клієнтським досвідом і репутаційною складовою організаційного розвитку, запровадженням онбордінгу та ін.;

≈ обмеженість ємкості ринку збуту вимагає пошуку нових каналів та удосконалення інфраструктури, що, безумовно, пов'язано із більш чітким визначенням споживчих потреб, вимог фізіологічного, біологічного, інтелектуального, когнітивного, технологічного та ін.. характеру;

≈ розвиток концепцій управління підприємницьким розвитком вимагає від керівництва і головних фахівців не лише знань, а й практичного їх застосування для забезпечення лідируючих позицій на ринку, наприклад, концепція інклюзивного розвитку орієнтує на узгодження інтересів і рівні можливості забезпечення соціальних, економічних й екологічних результатів [2, с. 2-3].

Серед проблем вітчизняного підприємництва ми не назвали такі, що пов'язані і спровоковані дією факторів соціального, культурного, національного та історичного характеру. Це, так звані, проблеми суспільства, менталітету населення, його культури, відповідальності. Часто вони впливають набагато більше ніж проблеми економічного характеру та проблеми реалізації нового технологічного укладу. Зважаючи, що на сучасному етапі розвитку країни, її боротьби за незалежність, на поверхню вийшли проблеми національної самоідентифікації, свідомості, суверенітету, ментального і духовного розвитку населення, інтеграції до світової економіки і культури, вони ще більше ускладнюють ситуацію. Наслідком таких подій для України на макрорівні є падіння національної економіки, що у 2022 р. становило 41 % й девальвація національної валюти майже на 40 %. Відповідно зменшення ВВП відбулося на 33%, а рівень інфляції досягнув 27%, що позначилося на доходах населення, зростанні рівня безробіття й зростанні ціни на основні товари у середньому понад 35% (наприклад, ціна на паливо-мастильні матеріали збільшилася на 59%, транспортні послуги – на 40%). Вплив воєнних подій в Україні на інші країни світу визначається її стрімким входженням до міжнародних інтеграційних процесів і впливає на усі країни без винятку, навіть, високо розвинуті Так і у США економічні проблеми вдаються ознак і провокують, у свою чергу, соціальні проблеми. На мікрорівні це визначається особливим занепокоєнням 90% малих та середніх підприємств щодо впливу інфляції на їх діяльність, адже протягом 2022 р. рівень інфляції виріс на 8 %, тому керівництво понад 65 % підприємств вимушено вдаватися до «непопулярних» дій щодо підвищення ціни на товарний асортимент і таким чином збалансувати негативний вплив на результативність. Щодо загальних прогнозів на 2023 р., ситуація залишається нестабільною для майже усіх країн світу. Вітчизняних підприємців очікують складні умови функціонування, що втім можуть вселяти надію на покращення у майбутньому, оскільки міжнародні організації прогнозують зростання ВВП на 4% при споживчій інфляції на рівні 28% з одночасним середньорічним курсом національної валюти на рівні 42 грн./дол. і бюджетним показником офіційного валютного курсу на кінець 2023 р. на рівні 46 грн./дол. [3, с. 112].

Ще однією проблемою вітчизняної економіки є вивільнення робочої сили за короткий період і зростання рівня безробіття у 2022 р. до 25-26.%. Фактично це відповідає чисельності населення країни у 3 млн. осіб. Якщо порівнювати із іншими країнами, то це може приблизно становити населення майже усіх країн Балтії разом. Крім того, за неофіційними даними понад 10 млн. осіб є вимушеними переселенцями у європейських країнах, з яких офіційно зареєстровано і мають статус ВПО близько 5 млн. осіб (за міжнародними

оцінками чисельність ВПО - 7 млн. осіб). У США ситуація з безробіттям має інші причини (пандемія COVID – 19, зовнішньоекономічна політика тощо) але наслідки не менш трагічні. Так у 2021 р. через різні причини (зниження заробітної плати, незадоволення умовами праці та ін.) звільнилися понад 48 млн. осіб, визначивши при цьому складну ситуацію на ринку праці з забезпеченням пропозиції робочих місць для 11 млн. вакансій (у 2022 р. згідно даних Бюро статистики праці США це становило понад 50 % з загальної кількості робочих місць, які знаходяться у пошуку стабільної й безпечної праці) [4, с. 4].

Труднощі у забезпеченні логістичної діяльності періодично виникають у кожній підприємницької компанії у сфері виробництва, постачання чи дистрибуції. Більшість логістичних проблем пов'язані із високою вартістю транспортних витрат внаслідок поступового зростання ціни на паливо-мастильні матеріали, обмеженості пропускною здатністю портів і залізничних мереж, недосконалість програмного забезпечення логістики, що можуть бути частково вирішені шляхом проведення оптимізації бізнес-процесів і автоматизації управлінських функцій. Навіть у високо розвинутих країнах логістичні проблеми мають місце і у більшій мірі пов'язані із величезними обсягами торговельного обороту у окремих логістичних пунктах, тож збої виникають внаслідок порушень у інформаційному забезпеченні терміналів, послідовності обслуговуванні на пропускних пунктах, специфікою товарного асортименту і вимогами щодо розвантаження і зберігання товару. Так, у США в 2022 р., за даними NFIB, виникли проблеми у 33% власників бізнесу щодо саме логістичного забезпечення, отже організаційне вирішення даної проблеми можливе шляхом постійного моніторингу і визначення потенційних постачальників/покупців продукції, а також шляхом оптимізації логістичних маршрутів [5, с. 3].

Таким чином, нами було визначено та проаналізовано виклики для вітчизняного підприємництва, які на сучасному етапі мають вагомий вплив на функціонування і розвиток уже існуючих та нещодавно створених підприємств. Визначено низку проблем, що є спільними для підприємництва різних країн, у тому числі ,високо розвинутих. Встановлено, що, незважаючи на проблеми макро- і мікроекономічного характеру, підприємницькі суб'єкти мають потенціал для подальшого розвитку і позитивного впливу на економіку країни.

Список використаних джерел:

1. Дернова І. А., Боровик Т. М. Проблеми малого та середнього бізнесу в умовах пандемії COVID-19: європейський вимір. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. № 1 (7). 2022. С. 57-70.
2. Котко Я. М., Левкін А. В. Проблеми і перспективи діджиталізації закладів сфери освіти та науки в Україні. *Цифрова трансформація та діджитал технології для сталого розвитку всіх галузей сучасної освіти, науки і практики: Міжнародна науково-практична конференція, 2023*. С. 136-140.

3. Левчинський Д., Ступнікер Г., Каширнікова І., Зозуля Н. Підприємництво України в умовах воєнного стану. *Економічний простір*. (181). 2022. С. 110-114. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/181-19>.

4. Ачкасова О. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. (37). С. 1-7. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-40>.

5. Завербний А., Двудіт З., Вуєк Х. Особливості формування логістичних ланцюгів в умовах війни та у післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. (43). С. 1-5. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-54>

Anna NOWAK

Doktor habilitowany, prof. uczelni
Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

Anna KOBIAŁKA

Doktor

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

ZNACZENIE ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO Z PERSPEKTYWY ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

Rolnictwo jest sektorem gospodarki, który w szczególny sposób powiązany jest ze środowiskiem naturalnym. Z jednej strony jego wydajność zależna jest w dużej mierze od zasobów środowiskowych, z drugiej natomiast produkcja rolna często odbywa się kosztem środowiska, co osłabia równowagę środowiskową. Z tego względu wiele uwagi poświęca się zasadom rozwoju zrównoważonego, będącego odpowiedzią na zagrożenia, jakie stwarza produkcja rolna. W Raporcie Światowej Komisji do Spraw Środowiska i Rozwoju rozwój zrównoważony określany jest jako stabilny rozwój, który zaspokaja potrzeby obecne, nie pozbawiając przyszłych pokoleń możliwości zaspokajania ich potrzeb.

Rolnictwo zrównoważone to globalny dynamiczny proces zachodzący w tych trzech obszarach oraz na pięciu poziomach - pola, gospodarstwa rolnego, społeczności lokalnej, państwa i na poziomie międzynarodowym. Ideę rozwoju zrównoważonego realizuje rolnictwo ekologiczne nastawione na produkcję bezpiecznej żywności przy jednoczesnej dbałości o środowisko przyrodnicze. Rozwój ekologicznej produkcji rolniczej jest szczególnie istotny ze względu na szereg oczywistych korzyści dla środowiska, gospodarki i społeczeństwa (1, p. 36-41). Rolnictwo ekologiczne jest praktykowane w 187 krajach na świecie, a produkcję ekologiczną prowadzi co najmniej 3,1 mln rolników. Światowa sprzedaż ekologicznej żywności i napojów osiągnęła w 2019 roku ponad 106 miliardów euro (3, p. 39-50).

UE uznaje korzyści rolnictwa ekologicznego dla zrównoważonego rozwoju. W ramach WPR w latach 2014-2022 rolnicy ekologiczni mogli korzystać z kilku środków wsparcia. Na lata 2023-2027 w ramach planów strategicznych WPR nadal obowiązują różne interwencje wspierające rolnictwo ekologiczne w UE. W 2020 roku 61,6% gruntów rolnych w UE objętych rolnictwem ekologicznym otrzymało

specjalne płatności w ramach wsparcia ekologicznego (2, p. 1-32). Nadal jednak około $\frac{3}{4}$ upraw i gospodarstw ekologicznych znajduje się w starej UE. Według danych EUROSTAT, w 2020 roku średni poziom powierzchni upraw ekologicznych w UE wyniósł 8,5%. Najwyższy udział użytków rolnych ekologicznych w całkowitej powierzchni użytków rolnych posiadały Austria (25%), Estonia (22%) i Szwecja (20%). Natomiast aż w ośmiu państwach członkowskich (Luksemburg, Niderlandy, Cypr, Polska, Irlandia, Bułgaria, Rumunia, Malta) UE udział w ten sposób zagospodarowanych UR wynosił poniżej 5%.

W 2020 roku na świecie na powierzchni 74,9 mln ha użytków rolnych (wliczając obszar w trakcie konwersji na rolnictwo ekologiczne) prowadzono uprawy ekologiczne. W UE w 2020 roku rolnictwo ekologiczne obejmowało 14,8 mln ha, co stanowiło 19,7% upraw ekologicznych na świecie i 9,1% użytków rolnych UE (2, p. 1-32). Model rolnictwa ekologicznego ważny jest dla wielu krajów na świecie, istotną rolę odgrywa on także na Ukrainie. Cherevko (1, p. 36-41) podaje, że zdaniem amerykańskich ekspertów potencjalne możliwości tego kraju w tym zakresie należą do największych w Europie i na świecie. Ukraina odgrywa także ważną rolę w imporcie ekologicznych produktów rolno-spożywczych do Unii Europejskiej (tab. 1).

Tabela 1. Najwięksi eksporterzy ekologicznych produktów rolno-spożywczych do UE w latach 2020-2021 (w tys. ton)

Ranking według 2021 roku	Kraj eksportu	Import (tys. t)				Zmiana 2021/2020 (%)	Udział w całkowitym imporcie (% 2021)
		2018	2019	2020	2021		
1	Ekwador	276.9	304.3	324.1	345.2	6.5	12.0
2	Republika Dominikany	271.8	324.4	252.3	265.1	5.1	9.2
3	Indie	125.5	176.6	174.3	205.9	18.1	7.2
4	Peru	204.9	214.2	200.9	203.6	1.4	7.1
5	Ukraina	265.8	337.9	217.2	189.2	-12.9	6.6
6	Turcja	262.7	210.8	155.7	154.9	-0.5	5.4
7	Chiny	404.6	433.7	227.7	149.3	-34.4	5.2
8	Wielka Brytania	-	-	-	108.0	-	3.8
9	Columbia	63.1	87.3	106.8	105.2	-1.5	3.7
10	Meksyk	69.5	74.9	66.1	73.3	10.8	2.6

Źródło: Komisja Europejska (2020, 2022)

Spośród głównych krajów pochodzenia w 2021 roku najszybciej rósł import z Indii (+18,1%, głównie makuchy), a następnie z Meksyku (+10,8%, głównie soki i produkty cukrownicze). Zmniejszył się natomiast import z Chin (-34,4%, makuchy) i Ukrainy (-12,9%, pszenica).

Tabela 2. Wielkość importu ekologicznych produktów rolno-spożywczych z Ukrainy do UE według kategorii produktów w latach 2018-2021 (tys. t)

Kategoria produktu	Import w latach				Zmiana (%)		
	2018	2019	2020	2021	19/18	20/19	22/21
Zboża inne niż pszenica i ryż	113.90	179.40	82.90	89.50	57.51	-53.79	7.96
Owoce świeże lub suszone, z wył. owoce cytrusowe i tropikalne	13.00	14.70	15.50	20.10	13.08	5.44	29.68
Soja	13.30	17.10	28.70	17.20	28.57	67.84	-40.07
Nasiona oleiste inne niż soja	28.80	29.10	19.30	16.70	1.04	-33.68	-13.47
Pszenica	75.40	64.80	39.30	11.20	-14.06	-39.35	-71.50
Razem	244.40	125.70	185.70	154.70	-48.57	47.73	-16.69

Źródło: Komisja Europejska (2020, 2022)

W latach 2018-2021 można obserwować zmiany w strukturze importu ekologicznych produktów rolno-spożywczych z Ukrainy do UE. Tendencja spadkowa dotyczy zbóż, w tym pszenicy oraz nasion oleistych innych niż soja. Owoce świeże lub suszone wykazywały tendencję wzrostową, a wolumen importu soi ekologicznej ulegał w badanych latach wahaniom (tab. 2).

W Polsce w pierwszych latach po akcesji do UE wskazywano na duże szanse rozwoju rolnictwa ekologicznego, prognozując jego skokowy wzrost nawet do poziomu 10–15% powierzchni użytków rolnych. Tymczasem od 2014 roku maleje liczba gospodarstw ekologicznych. Według danych Głównego Inspektoratu Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, w 2020 roku w Polsce było 18575 gospodarstw rolnych, co oznacza, że od 2013 roku ich liczba zmniejszyła się o 8023. Jednocześnie w stosunku do 2004 roku, a więc roku akcesji Polski do UE liczba ta jest o 14870 wyższa. Wśród przyczyn malejącej liczby gospodarstw ekologicznych w Polsce wymienia się brak realizacji spójnej strategii rozwoju rolnictwa ekologicznego, wysokie koszty czasochłonnej produkcji oraz niską rentowność gospodarstw. Jako wyzwanie postrzegany jest długi, trzyletni okres konwersji (w przypadku upraw wieloletnich) oraz trudności związane ze spełnieniem restrykcyjnych wymagań w procedurze uzyskania certyfikatu unijnego.

Z danych Komisji Europejskiej (2023) wynika, że silne tempo wzrostu zarówno produkcji, jak i konsumpcji wskazuje, że rynek ekologiczny w UE nie osiągnął jeszcze dojrzałości i można spodziewać się dalszego wzrostu. Rolnictwo ekologiczne już teraz reaguje na pojawiające się trendy konsumenckie, np. weganizm, przekształcając te wyzwania w możliwości. Rolnictwo ekologiczne jest wskazywane jako najbardziej zrównoważony system produkcji, dlatego w strategiach wykonawczych Europejskiego Zielonego Ładu - „Od pola do stołu” oraz w unijnej strategii na rzecz Bioróżnorodności 2030, znalazły się zapisy mówiące o przeznaczeniu do 2030 roku co najmniej 25% gruntów rolnych w UE na rolnictwo

ekologiczne. Unijna polityka rolna została tym samym jeszcze silniej zintegrowana z koncepcją zrównoważonego rozwoju, z celami polityki ochrony środowiska oraz nakierowana na takie wartości jak bioróżnorodność, jakość żywności i dobrostan zwierząt.

References:

1. Cherevko G. (2018), Organic farming in Ukraine - State, problems and perspectives. Roczniki Naukowe SERiA, 20(5), 36-41.
2. European Commission (2023), Organic farming in the EU. A decade of organic growth. No 20, European Commission, DG Agriculture and Rural Development, Brussels.
3. Willer H., Trávníček J., Meier C., Schlatter B. (Eds.) (2021), The World of organic agriculture. Statistics & Emerging Trends 2021. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International, Bonn.

Андрій ЛИНДЮК
к.е.н., доцент
Петро ОЛЩУК
к.е.н., в.о. доцента

Львівський національний університет природокористування

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

З розвитком цифрових технологій компанії змогли охопити більше клієнтів, ніж будь-коли раніше, а світовий ринок товарів та послуг став доступнішим для тих, хто бажає ним скористатися. Враховуючи, що Інтернет стає інструментом, який використовується практично у всіх сферах життєдіяльності людини, тому із «усе більшим зануренням людства в інформаційну епоху прискорився процес формування нового типу економіки – цифрової економіки, а разом з нею нового типу комерції – цифрової комерції» [2, с. 297]. Електронна комерція стала популярним способом взаємодії компаній із клієнтами, що зумовлено низкою факторів, зокрема розвитком цифрових платіжних систем, розширенням доступу до Інтернету та появою нових технологій, як-от штучний інтелект і віртуальна реальність. У результаті компанії в усьому світі шукають способи заробити на цих тенденціях і використати їх для збільшення своїх продажів і прибутків.

Протягом останнього десятиріччя електронна комерція стала незамінною частиною світової роздрібної торгівлі. Як і багато інших галузей, купівля та продаж товарів зазнала значної трансформації після появи Інтернету, і завдяки масовій цифровізації сучасного життя споживачі у всьому світі користуються перевагами онлайн-транзакцій. Оскільки глобальний доступ до Інтернету та його поширення швидко зростають, це має прямий вплив на збільшення кількості людей, які роблять покупки в Інтернеті.

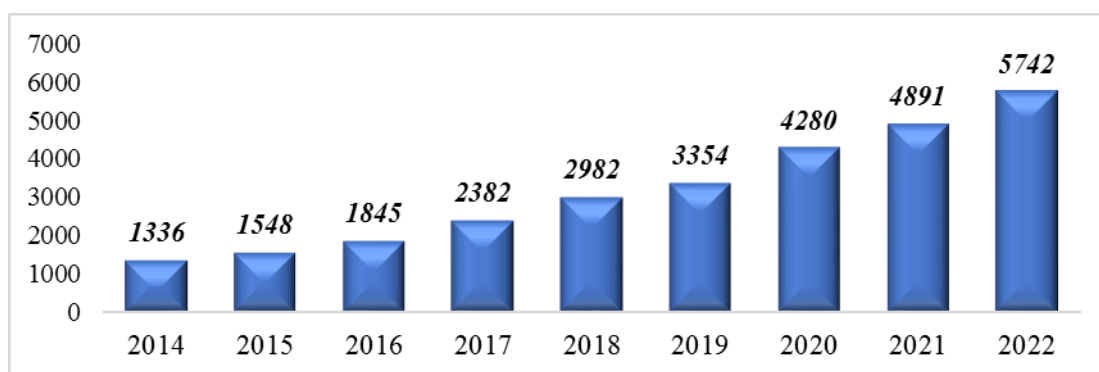


Рис. 1. Динаміка обсягів електронного світового роздрібного продажу, млрд. доларів США

* розраховано на основі [4].

Так, як показано на рис. 1 за період з 2014 року до 2022 року відбулось чотирикратне зростання обсягів електронної торгівлі у світі. Найсуттєвіше активізувалась електронна торгівля з 2019 року, у зв'язку з світовою пандемією спричиненою поширенням covid-19. З того часу значна кількість споживачів залишались вдома та замовляли товари в Інтернеті, які зазвичай купували у магазині. Завдяки цим процесам в світі набули популярності чимало світових компаній, які спеціалізувались на он-лайн торгівлі (рис. 2).

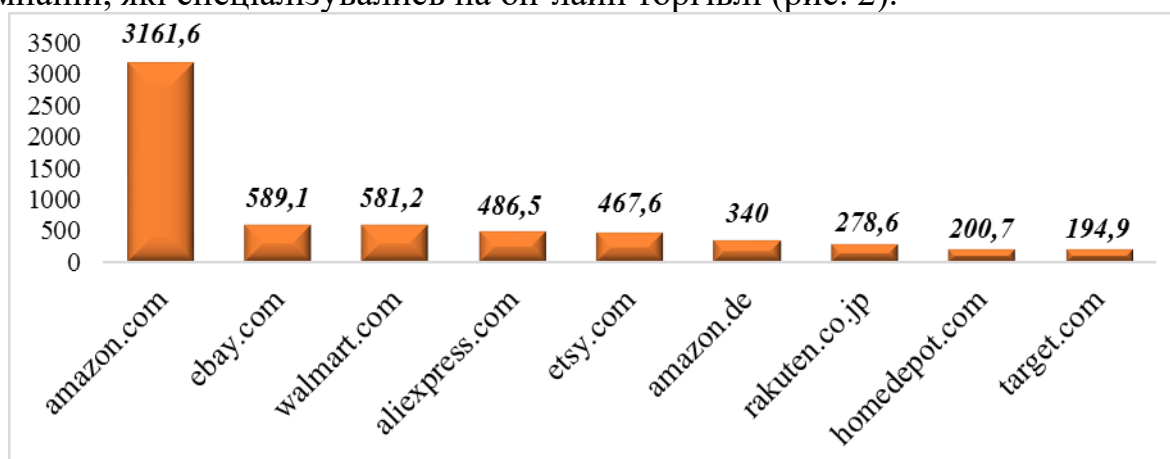


Рис. 2. Найвідвідуваніші веб-сайти онлайн-роздрібної торгівлі світу у 2022 році за щомісячним трафіком

* розраховано на основі [4].

Як бачимо на рис 2., amazon.com є найбільш відвідуваним сайтом і мав у 2022 році щомісячний трафік майже 3,2 мільярда відвідувачів, із суттєвим відривом на другому місці є eBay.com з майже 590 мільйонами відвідувань щомісяця. Таким чином, Amazon став найбільшою споживчою компанією в Інтернеті та на ринку онлайн-послуг у всьому світі з ринковою капіталізацією приблизно 857 мільярдів доларів США станом на грудень 2022 року [4].

Однією з найбільш помітних світових тенденцій в електронній комерції є зрушення в бік мобільної комерції. Згідно інформації наведеної у дослідженні А. Бергер та А. Гелети «електронна-комерція особливо популярна в країнах Азії, де генерують до 65 % загального обсягу онлайн транзакцій за допомогою мобільного трафіку» [1]. Оскільки більше половини всіх онлайн-транзакцій

зараз здійснюються на мобільних пристроях, очевидно, що компаніям необхідно зосередити свої зусилля на розробці веб-сайтів і програм, зручних для мобільних пристроїв, якщо вони хочуть залишатися конкурентоспроможними на цьому ринку, що швидко розвивається. Крім того, компанії повинні переконатися, що їхні веб-сайти оптимізовані для пошукових систем, щоб потенційні клієнти могли легко їх знайти, коли вони шукають продукти чи послуги в Інтернеті [3].

Ще однією суттєвою закономірністю на сучасному ринку електронної комерції є персоналізація. Клієнти все частіше очікують персоналізованого підходу під час он-лайн покупок з індивідуальними рекомендаціями щодо продуктів і цільовими маркетинговими повідомленнями на основі їх історії веб-перегляду та вподобань.

За нинішніх умов компанії повинні зосередитися на забезпеченні бездоганних багатоканальних можливостей для своїх клієнтів, якщо вони хочуть залишатися успішними на ринку електронної комерції. Сучасні клієнти є дуже вибагливими і потребують різноманітних каналів – від онлайн-магазинів до звичайних магазинів – тому компанії повинні забезпечити інтеграцію процесів обслуговування клієнтів на різноманітних платформах, щоб забезпечити безперервну можливість покупок незалежно від того, який канал вони використовують.

Таким чином, глобальні тенденції в електронній комерції є швидкозмінними, оскільки розвиваються технології та змінюються очікування клієнтів. Компанії повинні вчасно прогнозувати очікувані трансформації та випереджати ці тенденції, якщо вони хочуть залишатися конкурентоспроможними на цьому ринку електронної комерції, який постійно змінюється і, як передбачається, продовжуватиме стрімко розвиватися в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Бергер, А., Галета, А. (2021). Світові тенденції розвитку електронної комерції з урахуванням кризових умов пандемії COVID-19. Економіка та суспільство, (26).
2. Ковтун Т.Д., Матвієнко А.П. Сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного та світового ринків електронної комерції. Бізнес-Інформ. 2020. № 4. С. 296-303.
3. Butenko, N., Mykhaylovych, O., Bincheva, P., Lyndyuk, A. and Luchnikova, T. (2023). The Role of Internet Marketing in the Strategy of Forming Entrepreneurial Activity. Econ. Aff., 68(01s): 73-82.
4. The statistics portal. URL : <https://www.statista.com/>

Наталія РАЙТЕР

к.е.н., доцент

Львівський національний університет

природокористування

Галина МАЦЬКІВ

к.е.н., доцент

Львівський національний університет

природокористування

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ УКРАЇНИ

Протягом останніх років аграрний сектор економіки країни зазнав суттєвих змін. Перш за все, у виробництво сільськогосподарської продукції та дотичні до нього галузі були залучені значні капітальні вкладення, почали використовуватись сучасні технології та ноу-хау. Значні зрушення в системі управління якістю продукції, стратегічний підхід щодо прийняття підприємницьких рішень в сфері просування, транспортування, зберігання та переробки аграрної продукції, зумовили підвищення ефективності аграрного підприємництва. Експорт аграрної продукції є основним донором валютної виручки України. Частка виробництва сільськогосподарської продукції складала у 2021 році 12,4% ВВП України. Аграрний сектор як частина економіки країни перестав бути відсталим елементом, а перетворився на другу за обсягом наповнення бюджету галузь.

Розвиток аграрної галузі відбувався на фоні суттєвих структурних зрушень. З однієї сторони, структурні зміни були інструментом, засобом перетворення сільського господарства в успішний аграрний бізнес. А з іншої, процес трансформації аграрного підприємництва зумовив структурні зміни під впливом дії ринкових законів та поточної кон'юнктури.

Специфіка аграрного виробництва зумовлює багатопрофільність (полігалузовість) суб'єктів аграрного підприємництва. Номенклатура аграрної продукції є дуже різноманітною. Основними галузями аграрного бізнесу є рослинництво та тваринництво, виробничий процес у яких, тобто процес трансформації ресурсів у готову продукцію, суттєво відрізняється. Так само відрізняються і вхідні ресурси (сировина) та готова продукція. Ще однією специфічною особливістю аграрного бізнесу є різноманіття організаційних форм суб'єктів підприємництва та їх розмірів. Поряд із основними гравцями аграрного сектору сільськогосподарськими підприємствами, підприємницьку діяльність здійснюють господарства населення.

Говорячи про структурні зміни в аграрній економіці, особливу увагу слід звернути на зміну співвідношення рослинницької та тваринницької продукції у структурі виробництва та реалізації продукції. Так, динаміка виробництва валової продукції сільського господарства в постійних цінах 2016 року свідчить, що нарощування обсягів виробництва відбувалось за рахунок зростання виробництва продукції рослинництва. При тому вартість продукції тваринництва протягом останніх десяти років майже не змінювалась, а у 2021

році зменшилась до 132,3 млрд. грн. Як наслідок, частка продукції тваринництва, на фоні постійного нарощування обсягів виробництва рослинницької продукції, зменшилась із 29,5% у 2010 році до 18,6% у 2021 році.



Рис. 1. Динаміка валової продукції сільського господарства в постійних цінах 2016 року, млн.грн. [1, с. 44; 2, с.2].

Що стосується пропорції розвитку основних галузей сільського господарства в регіонах України, то у 2021 році питома вага продукції тваринництва в загальному обсязі виробленої продукції традиційно була високою у західних областях (Закарпатська (46,3%), Івано-Франківська (36,4%), Волинська (29,3%), Львівська (28,2%), Чернівецька (24,8%). Зберігається приблизне співвідношення рослинницької та тваринницької продукції на рівні 70:30 у центральних областях, а саме у Вінницькій, Черкаській та Київській областях. Спостерігається тенденція, що із просуванням на схід та південь зростає частка продукції рослинництва у структурі виробництва сільськогосподарської продукції. Зазначимо, що висока частка тваринницької продукції у загальній вартості виробленої аграрної продукції зумовлена не так, розвитком тваринництва в західних областях, як порівняно низькими показниками виробництва продукції рослинництва.

Поряд із галузевими структурними змінами в аграрному підприємстві, протягом останніх десяти років прослідковується чітка тенденція до зменшення питомої ваги продукції виробленої господарствами населення на фоні зростання вартості виробленої продукції у сільськогосподарських підприємствах.

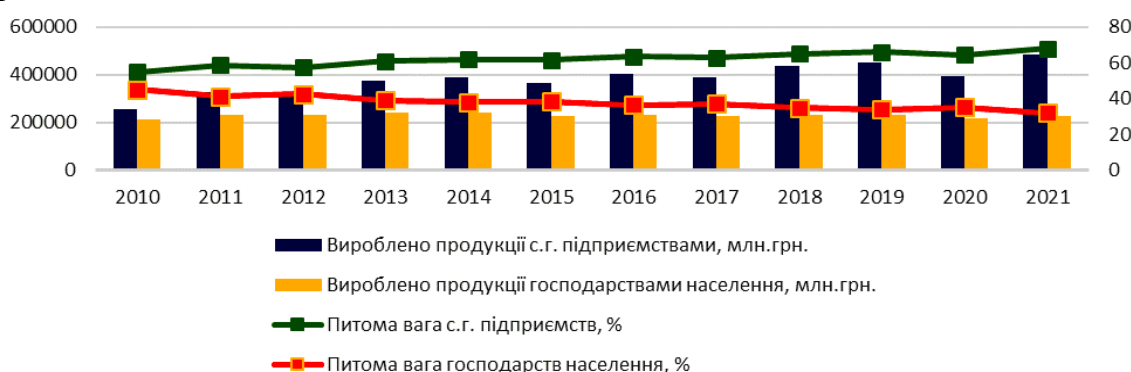


Рис. 2. Динаміка валового виробництва продукції сільського господарства у порівняльних цінах 2016 року за основними типами виробників [1, с. 44; 2, с. 2].

Зазначимо, що вартість продукції виробленої в господарствах населення майже не змінилась та коливалась в межах 220-230 млрд.грн. Натомість вартість виробленої продукції сільськогосподарськими підприємствами зросла на 88,5%. Лідерами за виробництвом сільськогосподарської продукції в господарствах населення є Вінницька, Дніпропетровська, Львівська, Херсонська, Полтавська і Кіровоградська області.

Господарства населення традиційно є основними виробниками тваринницької продукції. Даною категорією суб'єктів аграрного підприємництва у 2021 році вироблялось відповідно 68,2% молока, 89,9% вовни, 99,9% меду. Структурні зміни, які відбулись в аграрному секторі торкнулись і даної групи суб'єктів аграрного підприємництва. Якщо у 2010 році розподіл виробленої продукції господарствами населення за галузями виглядав як 61,6% - продукція рослинництва, 38,6% - продукція тваринництва, то у 2021 році питома вага тваринницької продукції в загальному обсязі виробленої сільськогосподарської продукції зменшилась до 26,8%.

Сьогодні господарства населення є основними виробниками картоплі, овочів, плодово-ягідних культур. Питома вага господарств населення у загальному виробництві картоплі у 2021 році складала 97,7%, овочів – 85,9%, плодів та ягід – 79,2%. Зазначимо, що тенденція щодо домінування господарств населення у виробництві перелічених вище видів продукції характерна для усіх регіонів України.

Загалом, розвиток аграрного підприємництва в Україні тісно пов'язаний із розвитком вітчизняних агрохолдингів. Саме це їх орієнтованість на виробництво високорентабельних видів рослинницької продукції, яка користується попитом на зовнішніх ринках, є причиною структурних змін в аграрному секторі. Традиційно, високорентабельними є вирощування зернових (пшениці, ячменю та кукурудзи на зерно), соняшнику, ріпаку. Частка даних культур у структурі товарної продукції сільськогосподарських підприємств у 2021 році складала сумарно 82,1%, а в структурі товарної продукції господарств населення – 61,0% [3]. Сприяє розвитку виробництва зернових та олійних культур злагоджена система логістики готової продукції. Відпрацьовані логістичні ланцюжки експорту зернових та насіння соняшнику, поруч із сприятливою кон'юнктурою світових ринків є однією із першопричин їх домінування у структурі виробленої та реалізованої продукції.

Список використаних джерел:

1. Сільське господарство України 2021 : стат. зб. *Державна служба статистики України [сайт]*. Київ, 2022. 220 с. URL.: <https://www.ukrstat.gov.ua>
2. Продукція сільського господарства 2009-2018 рр : стат. бюлетень *Державна служба статистики України [сайт]*. Київ, 2019. 22 с. URL.: <https://www.ukrstat.gov.ua>
3. Реалізація продукції сільського господарства підприємствами та господарствами населення у 2021 році : стат. бюлетень. *Державна служба статистики України [сайт]*. Київ, 2022. 42 с. URL.: <https://www.ukrstat.gov.ua>

Ігор ІВАНЦЬКИЙ
к.е.н., доцент
Львівський національний університет
природокористування

РОЗВИТОК АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємництво, зокрема аграрне, відіграє важливу роль в економічному розвитку регіонів, вирішенні продовольчої проблеми, підвищенні якості життя та зростанню доходів населення. Підприємництво в аграрній сфері – складне та багатогранне явище, яке набуває різних форм, що у свою чергу дає змогу організовувати підприємницьку діяльність таким чином, щоб максимально використовувати наявні ресурси та отримувати максимальну вигоду. Держава пов'язує із розвитком аграрного підприємництва проведення змін на селі та вирішення соціальних проблем, що сприятиме ефективному функціонуванню економіки та впровадженню реформ.

Підприємницька діяльність, згідно із законодавством, характеризується такими ознаками, як самостійність, ініціативність, систематичність, власний ризик, спрямованість на одержання економічних і соціальних результатів та отримання прибутку. Відповідно до ст. 42 Господарського кодексу України «підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [1].

Підприємництво базується на вмінні знаходити і використовувати ідеї та на їх основі реалізовувати конкретні підприємницькі проекти, що, як правило, пов'язано із ризиком. Очевидно, перш ніж зважитися на створення власної справи, потрібно провести розрахунки та вивчити ринок збуту і конкурентів. Зміст підприємництва розглядають у декількох аспектах: як форму економічної активності – це свобода вибору напрямів і методів діяльності, самостійність у прийнятті рішень, орієнтація на досягнення успіху, отримання прибутку, відповідальність за прийняті рішення, їх наслідки та пов'язаний із ними ризик; як відповідний стиль і тип поведінки підприємця – це ініціатива, пошук нетрадиційних рішень, масштабність та ризик, ділова хватка; як особливу економічну функцію – створення інновацій, постійне оновлення економіки. Отже, беззаперечним фактом є те, що підприємництво виступає не тільки як спосіб існування, а й як стимул до самовдосконалення та саморозвитку.

Агробізнес є специфічною економічною діяльністю, яка здійснюється підприємцем завдяки своїй інтуїції та організаторським здібностям, використовуючи фактори виробництва і ефективно використання природних ресурсів, враховуючи господарські ризики, які впливають на розвиток об'єкта та суб'єкта підприємництва, з метою отримання високих економічних результатів.

Основними мотивами для здійснення підприємницької діяльності можна вважати бажання заробляти більше грошей з метою покращення умов життя;

вища дохідність від різноманітної господарської діяльності, що сприяє подальшому розвитку; забезпечення зайнятості в несезонний період в домогосподарстві. Розвиток підприємництва на селі здатний, при умові формування відповідного середовища, задовольнити певні потреби та вирішити низку проблем.

Основним елементом організаційно-економічного механізму активізації сільськогосподарського підприємництва є формулювання мети. Загальна мета цього механізму – створення умов, що забезпечують сталий розвиток усіх суб'єктів господарювання, вирішення певних соціальних проблем, забезпечення високого рівня добробуту сільських жителів. Формування організаційно-економічного механізму активізації сільськогосподарського підприємництва має враховувати нові чинники підприємницького середовища, а його реалізація – забезпечувати швидку адаптацію суб'єктів господарювання до можливих змін, високу їх ефективність і конкурентоспроможність. Власне сам механізм розвитку сільськогосподарського підприємництва реалізується через необхідність пошуку інструментів і методів регулювання діяльності господарюючих суб'єктів, що дозволять підвищити інтенсифікацію підприємницьких процесів на селі. Відсутність чітких складових такого механізму негативно впливає на його дієвість і підвищення ефективності аграрного виробництва та сільських територій. Тому постає завдання розробити методичні підходи до його формування в умовах наявних економічних реалій.

Досліджуючи аграрне підприємництво, варто виділити особливості, які відрізняють цей вид підприємницької діяльності від інших сфер, а саме: сезонність виробництва, вплив природних чинників, особливості відтворення і використання робочої сили, особливість виробничої структури, попит на сільськогосподарську продукцію та забезпечення продуктами харчування, обмеженість землі та залежність виробництва від неї тощо. Формування підприємництва на сільських територіях свідчить про наявність суттєвих перешкод. Реформи, що здійснюються, не завжди відповідають рівню розвитку підприємництва; відбувається надмірне збільшення невизначеності підприємницької діяльності за рахунок домінування умов трансформаційних процесів в економіці; обмеження свободи підприємницької діяльності внаслідок недосконалості інституційного середовища підприємництва [2]. Тому підприємництво на селі потребує стабільної підтримки та розробки ефективних стратегій його розвитку.

Залишаючись провідною сферою підприємницької діяльності на селі, аграрне підприємництво повинно розширювати свій позитивний вплив на сільський розвиток як потенційно зростаюча галузь, вагома складова його економічних і фінансових джерел. З цією метою актуальною залишається розробка й реалізація загальнодержавної програми розвитку підприємництва в аграрному секторі економіки.

Основними мотивами підприємницької діяльності селян можна вважати [3] – бажання заробляти більше грошей для забезпечення кращого життя собі і своїй сім'ї; вища дохідність господарської діяльності створює нові можливості і шанси, що є поштовхом подальшого розвитку; залучення членів сім'ї до

господарської діяльності; задоволення потреби в незалежності; формування незалежності від стихійних лих, ризиків поломок інвентарю; забезпечення зайнятості в періоди з меншою напруженістю праці в домогосподарстві.

Військова агресія росії створила цілий ряд проблеми для аграрного бізнесу – ціна пального та його дефіцит, заблоковані для експорту порти, фінансовий стан підприємств, логістика, руйнування інфраструктури агропідприємств, вилучення земель через замінування, тимчасова окупація територій тощо. Проте агробізнес, незважаючи на проблеми, продовжує розвиватись, адаптується до сьогоденних умов, та відкриває для себе нові перспективи для розвитку. Агробізнесу ще належить пройти довгий шлях відновлення.

У складних економічних умовах сільське господарство є тим сектором економіки, який має сприятливі умови для зростання і може стати рушійною силою для відновлення економіки за певної державної підтримки .

Основним завданням влади має стати прийняття необхідних законодавчих актів, які б сприяли розвитку бізнесу, поліпшенню бізнес середовища, формуванню сходинок економічного зростання країни після війни.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 року № 436-IV (редакція від 6 листопада 2017 року). URL: <http://https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-19#n6>.

2. Ковалюк Б. І. Проблеми розвитку сільського підприємництва в Україні. Економіка АПК. 2010. № 2. С. 130-134.

3. Губені Ю. Підприємництво: навч. посіб. Львів: Українські технології. 2012. 572 с.

Ольга ЛИСЮК

к.е.н., доцент

*Львівський національний
університет природокористування*

Павло ЛУБ

к.т.н., доцент

*Львівський національний
університет природокористування*

РОЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Незворотній шлях, обраний Україною щодо інтеграції в європейські структури, вимагає формування якісно нової моделі розвитку галузі сільськогосподарського виробництва, її адаптації до світових стандартів.

В умовах ринкового середовища особливої актуальності набуває проблема пріоритетного розвитку сільських територій, оскільки тут

реалізуються соціально-економічні інтереси різних груп населення, задовольняються його матеріальні та духовні потреби, створюються належні умови для життєдіяльності.

Значну роль у розвитку сільських територій повинні відігравати аграрні підприємства, що забезпечують:

- економічний розвиток (створюють робочі місця для місцевого населення та сприяють підвищенню життєвого рівня сільських жителів. Вони сприяють зростанню ВВП регіону та забезпечують прибуткові джерела для місцевих урядів);

- продовольчу безпеку (забезпечують виробництво продуктів харчування для місцевого та глобального споживання);

- соціальний розвиток (створюють сприятливі умови для розвитку інфраструктури сільських територій. Підприємства вкладають кошти у будівництво доріг, шкіл, медичних закладів, покращують доступ до освіти та медичних послуг, що сприяє поліпшенню якості життя місцевого населення);

- сталість та екологічну збалансованість (підприємства сприяють розвитку сільського господарства, використовуючи екологічно безпечні методи виробництва).

Як влучно стверджує А. Дюк «розвиток підприємств зачіпає різні сфери життя, виробництва, обміну, споживання, соціального забезпечення. Виконуючи функції господарської структури – підприємства створюють товари і надають послуги. Діють не тільки як класичні економічні агенти виробничо-господарського спрямування, але і як соціальні – несуть соціальну відповідальність перед суспільством, окремими громадянами, працівниками [1].

На підтримку сільськогосподарських товаровиробників всіх форм власності на рівні держави у 2021 році діяли постанови Кабінету Міністрів:

- постанова Кабінету Міністрів від 07.02.2018 року № 107 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для державної підтримки розвитку тваринництва та переробки сільськогосподарської продукції»;

- постанова Кабінету Міністрів від 07.02.2018 року № 106 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання фінансової підтримки розвитку фермерських господарств»;

- постанова Кабінету Міністрів від 01.03.2017 року № 130 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва».

Крім того, Львівською обласною радою прийнята «Комплексна програма підтримки та розвитку сільського господарства у Львівській області на 2021-2025 роки» [5], яка «спрямована на виконання Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 05.08.2020 № 695, Державної програми розвитку регіону українських Карпат на 2020-2022 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 20.10.2019 № 880, Стратегії розвитку Львівської області

на період 2021-2027 років та Плану заходів з її реалізації у 2021-2023 роках, затверджених рішенням Львівської обласної ради від 24.12.2019 № 948, у частині таких стратегічних цілей:

- конкурентоспроможна економіка на засадах смарт-спеціалізації (оперативні цілі: стимулювання інноваційних видів економічної діяльності з високою доданою вартістю; інвестиційна привабливість);

- збалансований просторовий розвиток (оперативна ціль: стимулювання економічного розвитку сільських територій)».

З метою ліквідації безробіття та залучення сільського населення у виробничу діяльність, зазначеними вище постановами та обласною програмою передбачено фінансову підтримку, як для діючих так і новостворених сільськогосподарських кооперативів та сімейних фермерських господарств різних напрямів діяльності – ягідництво, садівництво, молочарство та переробки сільськогосподарської продукції.

Одним із напрямів підтримки було передбачено надання дорадчих послуг фермерським господарствам та індивідуальним власникам.

Постійно ведеться робота з інформування сільськогосподарських виробників щодо діючих бюджетних програм усіх рівнів. Інформування індивідуальних с/г виробників щодо переваг створення ФОП або СФГ, так як перевага у фінансуванні учасників програм надається згідно вимог до платників податків.

Інформація щодо діючих програм у 2021 році щодо підтримки аграрного сектору виробництва коштами бюджетів всіх рівнів висвітлювалась у квітні та липні 2021 року за участі представників Департаменту агропромислового розвитку Львівської ОДА на нараді за участю керівників сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств, фізичних осіб підприємців, голів територіальних громад, старост округів, та інших зацікавлених осіб.

Всі ці дії, плани та стратегічні напрями мали би результат, якби не повномасштабне вторгнення РФ. Зараз українська держава перебуває у вкрай важкому становищі через зухвалий напад московської орди, наслідком чого попри смерть і страждання наших співгромадян стало й різке погіршення економічної ситуації в країні. Звичайно, що не оминула ця біда й галузь сільськогосподарського виробництва.

Масштаби шкоди, якої зазнала галузь, сьогодні ще важко оцінити, втім зрозумілим є той факт, що відновлення аграрного сектора економіки після перемоги України над її споконвічним ворогом буде потребувати неабияких матеріальних, фінансових та трудових ресурсів. Слід мати на увазі й те, що це відновлення буде доволі тривалим.

Саме з цих міркувань сьогодні особливого значення набуває проблема забезпечення не лише стабільного функціонування уже діючих сільськогосподарських підприємств, а й прискореного їх економічного розвитку з метою максимальної компенсації втрат, завданих війною. Підґрунтям для успішного вирішення цього непростого завдання повинна стати детально розроблена стратегія розвитку аграрного сектора нашої держави у повоєнному періоді помножена на фінансову та технологічну підтримку всього

цивілізованого світу, основоположні демократичні принципи якого захищає український народ.

Список використаних джерел

1. Дюк А.А. Соціальна відповідальність у розвитку сільськогосподарських підприємств: значення і аспекти цінки URL: http://www.agrosvit.info/pdf/5_2020/3.pdf (дата звернення: 15.05.2023)
2. Постанова Кабінету Міністрів від 07.02.2018 року № 107 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для державної підтримки розвитку тваринництва та переробки сільськогосподарської продукції» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/107-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 16.05.2023)
3. Постанова Кабінету Міністрів від 07.02.2018 року № 106 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання фінансової підтримки розвитку фермерських господарств» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/106-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 16.05.2023)
4. Постанова Кабінету Міністрів від 01.03.2017 року № 130 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/130-2017-%D0%BF#Text> (дата звернення: 16.05.2023)
5. Комплексна програма підтримки та розвитку сільського господарства у Львівській області на 2021-2025 роки URL: <https://loda.gov.ua/documents/34804> (дата звернення: 17.05.2023)

Ольга ШОЛУДЬКО

к.е.н., доцент

Роман ДАНИЛИШИН

магістр

Львівський національний університет

природокористування

ПІДПРИЄМНИЦТВО У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ВІДЕОІГРОВОГО СЕГМЕНТУ В УКРАЇНІ

Відеоігрова індустрія в останні десятиліття значно розширилася та стала однією з найбільш прибуткових галузей розваг. Разом зі зростанням популярності відеоігор у світі, виникла необхідність в оцінці їхнього впливу на сучасну економіку. Питання перспективності та впливу відеоігор на становище економіки, розвиток підприємництва є актуальним і вимагає особливої уваги.

Підприємство та відеоігровий бізнес мають кілька спільних аспектів (рис. 1). Обидва сектори спрямовані на заробіток та прибуткову діяльність, тому

забезпечують просування комерційної діяльності. Підприємці в ігровій індустрії створюють та продають відеоігри, а також шукають способи отримання прибутку від додаткових послуг, таких як мікротранзакції, платний контент, додаткові рівні тощо.

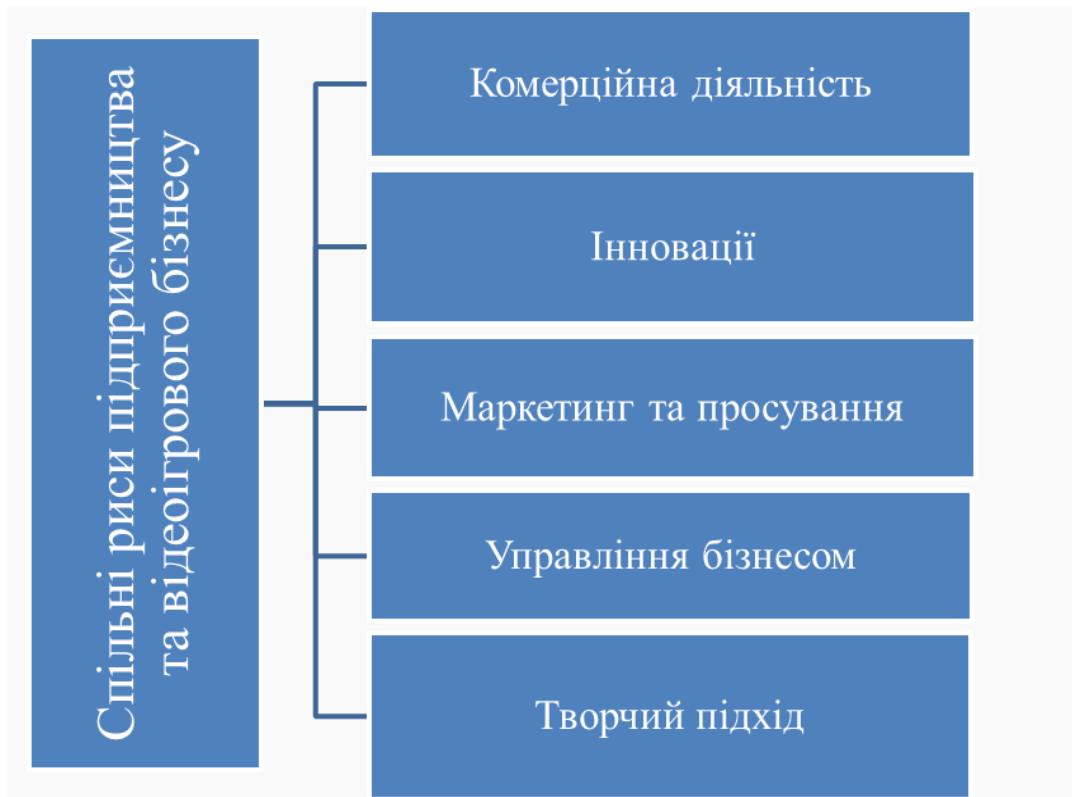


Рис. 1. Спільні риси підприємництва та відеоігрового бізнесу

Відеоігровий бізнес орієнтований на постійний розвиток та впровадження новаторських ідей та іновацій. У відеоігровій індустрії це означає розробку нових ігрових концепцій, використання передових технологій, інтеграцію віртуальної реальності та розширеної реальності, а також експерименти з інтерактивними форматами та геймплеєм.

Як у підприємстві, так і у відеоігровому бізнесі, велика увага приділяється маркетинговим стратегіям та просуванню продукту. Підприємці в ігровій індустрії вибирають різноманітні методи для привернення уваги до своїх ігор, наприклад, реклама, соціальні мережі, медіа, участь у виставках та конференціях, спонсорські заходи тощо. Вони також потребують стратегії маркетингового впливу, співпрацюючи зі знаменитостями та впливаючи своїми особистостями в геймінг-середовищі.

Підприємство професійно важливу роль в управлінні відеоігровим бізнесом. Це включає в себе фінансове планування, управління ресурсами, стратегічне планування, викладання контрактів та ведення переговорів з партнерами, аналіз ринку та конкуренції, а також розвиток бізнес-моделей для досягнення успіху в індустрії.

Як підприємці, так і відеоігровий бізнес потребують творчого підходу для успішного розвитку. Відеоігрова індустрія надає можливість для вираження

творчості через розробку унікальних візуальних реалій, персонажів та історій, які приваблюють гравців. Підприємці в цій галузі можуть впроваджувати новаторські ідеї та концепції, що робить їхні продукти конкурентоспроможними.

Підприємництво у відеоігровому бізнесі може проявляти себе у ігрових стартапах, eSport та стрімерстві, використанні VR та AR технології відеоігрового бізнесу (при створенні ігор та додатків, тренувальних симуляторів, віртуальних турів тощо), тим самим розширюючи межі геймінгу та створюючи нові можливості для розваг та навчання.

Індустрія відеоігор в Україні є динамічною галуззю, яка продовжує зростати незважаючи на геополітичні тенденції та економічні проблеми (рис. 2). Відеоігри відіграють важливу роль у формуванні масової свідомості, є ефективним інструментом для просування продукції інших секторів економіки та потенційним джерелом розвитку економіки знань. Враховуючи це, необхідно провести додаткові дослідження, спрямовані на включення відеоігрової галузі в стратегічний розвиток економіки України, в рамках відповідної програми.

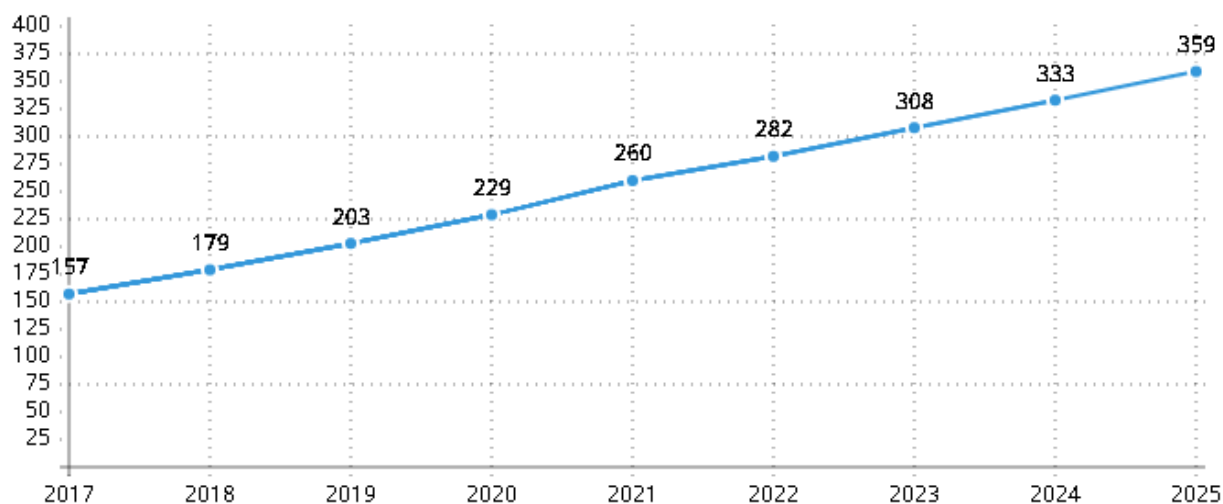


Рис. 2. Прогнозована дохідність ігрового ринку України на перспективу
Джерело: розроблено авторами на основі [1]

У перспективі Україна може зайняти значну частку світового ігрового ринку, за умови стратегічного регулювання та розвитку цього сектору, залучення інвесторів, міжнародної співпраці з відомими гейм-компаніями, аутсорсингу та торгових платформ типу Microsoft (Xbox), Sony, Steam, Activision та інших. Ринок України привертає увагу світових гейм-монополістів, а експерти вбачають зростаючий інтерес до нашої країни. Українські ІТ-індустрія та геймінг вже отримали визнання у світі, і представники нашої країни дуже цінуються. Багато спеціалістів з України залучаються до розробки ігор та програмного забезпечення представниками світових компаній. Аутсорсинг ІТ-сервісів вніс позитивний внесок у створення позитивного іміджу, завдяки чому Україна заслужено визнається у світових рейтингах і оглядах. А в умовах післявоєнного відновлення та залучення значної частки інвестицій у відбудову та розвиток країни слід буде приділити

увагу ігровій індустрії також, яка у нас більш успішна, ніж вітчизняний кінематограф.

Список використаних джерел

1. Newzoo: Скільки витратять геймери на ігри в 2020 [інфографіка] - ІТС.ua. URL: <http://surl.li/hfsiv> (дата звернення: 23.05.2023).

Валентин СМОЛІНСЬКИЙ
к.е.н., доцент
Львівський національний
університет природокористування

ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Процеси глобалізації інформаційної сфери та цифрової трансформації, розвиток інформаційного суспільства, впровадження передових інформаційно-комунікаційних технологій, нових видів продукції та послуг формують новітні суспільні відносини у різних сферах життєдіяльності людини в межах суспільства, держави та світу. Вони породжують нові виклики і загрози у сфері інформаційної та кібернетичної безпеки на національному та міжнародному рівнях. Наразі з розвитком інформаційного суспільства на порядку денному постає розвиток цифрової економіки [1], що передбачає наявність ринкових стимулів, мотивацій, попиту та необхідності використання цифрових технологій, продуктів і послуг секторами промисловості, бізнесу та суспільства для забезпечення, насамперед, їх конкурентоздатності та ефективності, реалізації зростання обсягів виробництва з метою збільшення прибутковості [2].

Нарощування масштабу і темпу цифрових трансформацій відбувається паралельно зі зростанням кількості та номенклатури кібератак. Особливо порушення інформаційної безпеки спостерігається на мікрорівні, а саме на рівні підприємств. Цілеспрямовані або ненавмисні впливи на інформаційну сферу з боку зовнішніх або внутрішніх джерел можуть завдавати серйозної шкоди цим інтересам і становлять загрози та ризики для безпеки загалом. Саме тому інформаційна безпека є необхідною та невід'ємною умовою для правильного і безперервного функціонування підприємства.

Впровадження системи підтримки прийняття рішень уможливорює ґрунтовний та об'єктивний аналіз сфери інформаційної безпеки для формування оптимальної політики захисту інформації на підприємстві. Таким чином, актуальним є розроблення відповідної адаптованої до вимог суб'єкта господарювання політики інформаційної безпеки з використанням сучасних програмних засобів, зокрема, система підтримки прийняття рішень.

У загальному вигляді вимоги до системи підтримки прийняття рішень для виявлення ознак загроз інформаційній безпеці підприємств та оцінювання їх

рівня сформульовано, насамперед, у міжнародних стандартах ISO серій 9000, 14000 та ISO/IEC 27000 [3-5].

Стандарт ISO/IEC 27001 [6] формулює вимоги у галузі інформаційної безпеки щодо створення, впровадження, підтримки та постійного вдосконалення системи управління інформаційною безпекою. У стандарті наголошується на стратегічності рішення організації щодо прийняття системи управління інформаційною безпекою та перераховуються фактори впливу на створення та впровадження такої системи: потреби та цілі організації; вимоги до безпеки; процеси, які протікають у межах організації; архітектура (розмір, структура) організації.

Умовою використання системи підтримки прийняття рішень, що розробляється, є необхідність доступу інформації зі значно ширшого діапазону джерел, ніж це передбачено у звичайних інформаційних системах. Це пояснюється тим, що інформація отримується від зовнішнього середовища і внутрішніх джерел; крім того, звичайні, орієнтовані на отримані дані.

Дані беруться з різноманітних джерел оперативних даних. Після їх переміщення відбираються лише суттєві дані, що є безперервними і точними. Потім дані завантажуються до реляційної таблиці, яка здатна підтримувати різноманітні види аналізу та запитів, і оптимізуються для тих таблиць, які найчастіше використовуватимуться. І, врешті-решт, дані зберігаються для подальшого використання у системі підтримки прийняття рішень.

Властивий системі підтримки прийняття рішень щодо підвищення рівня інформаційної безпеки на підприємстві акцент на оброблення неструктурованих і слабоструктурованих задач, до яких і належить формування індивідуальної політики захисту на підприємстві (з урахування уподобань замовника та низки експертних оцінок), зумовлює деякі специфічні вимоги до цих елементів комп'ютерної системи, що пропонується у статті.

У системі підтримки прийняття рішень щодо підвищення рівня інформаційної безпеки передбачено засіб, за допомогою якого користувач може налагоджувати базу даних відповідно до своїх особистих вимог. З огляду на це, використовуються процедури і команди гнучкого переструктурування схем і схемних підмножин системи управління базами даних. Зауважимо, що сучасні програмні засоби для управління даними і системами управління базами даних характеризуються відносною гнучкістю і простотою використання колективом користувачів. Проте, згадані засоби не можна пристосувати до конкретного користувача або до вирішення конкретного завдання з бажаною гнучкістю за умови малих витрат на такий процес.

Для програмування авторського засобу обрано оптимальну мову, якою є PHP, та фреймворк Laravel. Серед аргументів на користь такого вибору, слід зазначити: можливість засобами PHP генерувати HTML-сторінки на боці веб-сервера; інтерпретування її веб-сервером у HTML-код, який передається клієнту, причому користувач не бачить PHP-код, що є перевагою з точки зору безпеки; можливість підключення до всіх баз даних, до яких існує драйвер, завдяки стандарту відкритого інтерфейсу зв'язку з базами даних (Open Database Connectivity Standard, ODBC); вбудовані бібліотеки для роботи з MySQL,

PostgreSQL, mSQL, Oracle, dbm, Hyperware, Informix, InterBase, Sybase; технічні переваги: висока продуктивність, функціональність посилян, використовується метод динамічних аргументів тощо. Серед пріоритетних особливостей обраного PHP-фреймворка з відкритим кодом, призначеного для розроблення веб-додатків відповідно до шаблону model-view-controller (MVC), слід виділити: модульну систему пакування з виділеним менеджером залежностей Composer, різні способи для доступу до реляційних баз даних, утиліти, які допомагають у розгортанні додатків і технічного обслуговування.

Функціонування даного продукту початково передбачає автентифікацію користувачів. Використано модель користувача, що надається за замовчуванням обраним фреймворком, яка дозволяє: при створенні користувача заповнити інформацію щодо імені, електронної адреси, паролю входу, приховати інформацію щодо паролю в результатах запитів до бази даних.

Паралельно працює база даних з експертним оцінюванням пріоритетності всіх загроз. Після вибору найнебезпечніших загроз, користувачеві наводяться поради щодо впровадження та використання певних методів ПІБ, які задовольняють потреби конкретного підприємства.

Розроблену систему підтримки прийняття рішень було протестовано. Це дозволило довести, що вона уможлиблює спрощення процедури адекватного і об'єктивного вибору методів ПІБ керівником вітчизняного підприємства.

Побудована система підтримки прийняття рішень щодо підвищення рівня інформаційної безпеки підприємства має такі можливості: автентифікація користувачів; оцінювання незалежним експертом з інформаційної безпеки пріоритетності захисту від можливих або потенційних загроз; користувач може самостійно обирати поширені для підприємства загрози щодо яких необхідно вжити специфічний захист; надання переліку пропозицій користувачеві відповідних методів політики інформаційної безпеки з урахуванням усіх його побажань; динамічне оновлення даних із метою забезпечення спостереження за новітніми методами захисту.

Список використаних джерел

1. Кабінет Міністрів України. (2021, бер. 03). *Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 167-р, Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-p#Text>.

2. Кабінет Міністрів України. (2018, січ. 17). *Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р : станом на 17 верес. 2020 р, Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p#Text>.

3. *ISO 9000:2015 Quality management systems – Fundamentals and vocabulary*. [Site]. URL: <https://www.iso.org/standard/45481.html>.

4. *ISO 14001:2015 Environmental management systems – requirements with guidance for use*. [Site]. URL: <https://www.iso.org/standard/60857.html>.

5. *ISO/IEC 27000:2018 Information technology – Security techniques – Information security management systems – Overview and vocabulary*. [Site]. URL: <https://www.iso.org/standard/73906.html>.

6. *ISO/IEC 27001 Information security management systems*. [Site]. URL: <https://www.iso.org/standard/27001>.

Оксана СИНЮК

к.е.н., доцент

*Львівський національний університет
природокористування*

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Розвиток підприємництва в аграрному секторі полягає не лише в тому, щоб забезпечити людей сільськогосподарською продукцією, а переробні підприємства – сировиною, а й у тому, щоб створити робочі місця, відродити село, краще задовольнити потреби людей у побутових послугах тощо. У розвитку підприємництва в аграрному секторі зацікавлені всі суб'єкти господарювання. Водночас практика показує, що розвиток малого підприємництва в аграрному секторі необхідно підтримувати та створювати сприятливі умови для забезпечення ефективності діяльності підприємств.

Світовий досвід показує, що держава має відігравати активну роль у підтримці сільського господарства та створенні умов для функціонування підприємництва, особливо малого.

Визначаючи роль і функції держави в підтримці малого підприємництва, доцільно виділити три групи форм, методів і важелів, спрямованих на досягнення поставленої мети, а саме:

1. Економічні форми, методи і важелі безпосереднього (прямого) впливу держави на роботу підприємницьких структур.

2. Адміністративно-правові важелі та форми впливу держави на сприяння розвитку підприємництва.

3. Непрямі (опосередковані) організаційно-економічні методи сприяння розвитку підприємництва [1, с. 275].

Комплекс форм, методів і важелів прямої економічної підтримки з боку держави підприємницьких структур передбачає: податкові пільги на доходи підприємств і господарських організацій, пільгові кредити від держави та недержавних кредитно-фінансових установ, прямі інвестиції в розвиток підприємництва в аграрному секторі, державне замовлення на сільськогосподарську продукцію.

До адміністративно-правових заходів підтримки малого підприємництва в аграрному секторі належать: прийняття законів, які сприяють розвитку цього сектору; адміністративна відповідальність державних службовців за реалізацію державної політики в аграрному секторі: створення страхового фонду.

Методами непрямої економічної та організаційної підтримки як складових державної підтримки підприємництва в аграрному секторі є: надання гарантій комерційним структурам при видачі кредитів; створити ринкову інфраструктуру; сприяти розвитку навчальних структур для підготовки спеціалістів у галузі сільського господарства.

Продовження процесу реформування аграрного сектору економіки вимагає, щоб розвиток малого підприємництва в Україні став загальною доктриною соціально-економічних перетворень, яка реалізовується чітким механізмом реалізації – із відповідними виконавчими органами як у центрі, так і на місцях, законодавчою базою та ресурсним забезпеченням.

Об'єктивною потребою державної підтримки малого підприємництва в економіці, особливо в аграрному секторі, є те, що мале підприємство, незважаючи на свої значні переваги, але є найбільш вразливим до несприятливих чинників, таких як фінансові труднощі, циклічність, інфляція, конкуренція з боку великих підприємств тощо.

Враховуючи наукові розробки вітчизняних вчених, світовий досвід на об'єктивну необхідність розвитку малого підприємництва, його місце і роль у національній економіці і, зокрема, значимість малого підприємництва в інших галузях, які взаємопов'язані та інтегруються із сільськогосподарським виробництвом, державна політика розвитку малого підприємництва повинна спрямовуватись на наступні форми і методи:

1. Економічні безпосереднього (прямого) впливу на діяльність, які передбачають:

- адресну підтримку малого підприємництва в аграрному секторі шляхом вибору пріоритетів, на які спрямовуються ресурси;

- посилення регуляторної функції держави щодо підтримки малого підприємництва, в тому числі шляхом податкових пільг та пільгових кредитів;

- сприяння розвитку малого підприємництва в пріоритетних галузях і сферах сільськогосподарського виробництва;

- сприяння максимальної самореалізації громадян, в тому числі безробітних сільської місцевості, у малих формах підприємницької діяльності суб'єктів малого підприємництва;

- використання державних кредитних ліній для підтримки малого підприємництва із зазначенням середньої суми кредиту, відсоткових ставок та галузей кредитування аграрної сфери;

- створення системи гарантій кредиту;

- створення сприятливих умов для використання іноземних інвестицій, розвиток спільного підприємництва;

- сприяння впровадженню технологій та інновацій;

- стимулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Економічні форми, методи і важелі безпосереднього впливу щодо державної підтримки малого підприємництва аграрної сфери та взаємозалежних галузей інших сфер АПК, в тому числі пільги та преференції, повинні застосовуватись, передусім, у пріоритетних галузях та напрямках

сільськогосподарського виробництва, які встановлюються Урядом та ґрунтуються на економічній доцільності.

2. Адміністративно-правові важелі і методи впливу держави повинні базуватися на:

- встановленні чітких правових гарантій, які гарантуватимуть свободу та захист бізнесу;

- удосконалення діючих нормативно-правових актів, що регулюють підприємницьку діяльність, з метою усунення внутрішніх суперечностей та дерегуляції, що перешкоджає розвитку приватної ініціативи та духовного бізнесу;

- залучення суб'єктів підприємництва.

Розвиток малого підприємництва в аграрному секторі потребує створення ринкової інфраструктури та системи інформаційного забезпечення розвитку, а також системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації ефективних кадрів. Важливе значення для досягнення цієї мети мають форми та способи державної підтримки малого підприємництва.

3. До непрямих (опосередкованих) економіко-організаційних методів сприяння розвитку підприємництва належать:

- розвиток мережі фінансово-кредитних установ, інвестиційних та інноваційних фондів, страхових організацій;

- забезпечення умов для розвитку перспективних форм фінансування малого підприємництва (лізинг, факторинг тощо);

- створення ефективної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності через запровадження основ теорії та практики підприємництва у сфері державної освіти;

- перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів через розвинуту мережу центрів перепідготовки, в тому числі з використанням можливостей міжнародних організацій і фондів та з урахуванням досвіду іноземних держав з питань підприємництва, налагодження цільових контактів;

- недопущення прийняття органами державної влади та управління актів, які встановлювали б привілейоване становище державних органів та підприємств щодо малого підприємництва, особливо приватного [2, с. 163].

Державна підтримка малого підприємництва є складовою державної політики, яка повинна не тільки створювати сприятливі умови для розширення і покращення стану малих підприємств, а й також підтримувати їх у господарській діяльності.

Список використаних джерел

1. Колісник Г. М. Формування ефективної інфраструктури державної підтримки розвитку малого підприємництва в Україні. *Збірник науково-технічних праць*. Львів : НУЛП. 2017. Вип. 17.3. С. 271-276.

2. Папп В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. *Бізнес-інформ*. 2013. № 6. С. 160-164.

Ольга БРАГІНА
к.е.н., доцент
Марія БОНДАРЧУК
к.е.н., доцент
Дмитро СТЕЛЬМАЩУК
здобувач
Національний університет
«Одеська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЦІЛЯХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки в цілях забезпечення зростання ефективності діяльності підприємств важливе місце посідає використання інформаційних технологій. На сьогоднішній день інформаційні технології є важелем економічного зростання.

Використання інформаційних технологій в управлінні підприємством здійснюється «з метою ефективною та оперативною комп'ютерною обробки інформаційних ресурсів, зберігання великих обсягів економічно важливої інформації та передачі її на будь-які відстані в мінімальні терміни. Тобто основним завданням є збільшення ефективності діяльності підприємства на основі застосування інформаційних технологій» [1].

Інформаційна технологія (ІТ) – «система методів і способів збору, передачі, накопичення, обробки, зберігання, подання і використання інформації. Інформаційні технології реалізуються в автоматизованому і традиційному (паперовому) видах. Обсяг автоматизації та тип і характер використання технічних засобів залежить від характеру конкретної технології» [1].

До основних переваг використання інформаційних технологій в управлінні підприємством можна віднести [1]:

- підвищення керованості;
- зниження впливу людського фактору;
- скорочення паперової роботи;
- підвищення оперативності і достовірності інформації, важливої для прийняття ключових рішень;
- зниження витрат.

Для ефективного управління підприємством інформаційні технології мають забезпечити: «достовірний та повний облік в інформаційних системах усіх аспектів виробничо-комерційної діяльності підприємства; мінімізацію інформаційного шуму та відбір оптимального обсягу інформації; раціоналізацію системи оціночних показників; якісний взаємозв'язок між потоками зовнішньої і внутрішньої інформації; дієвий процес ситуацію прийняття рішень на всіх рівнях ієрархії управління [2, с. 287].

Незважаючи на складну політично-економічну ситуацію в державі, «активне впровадження інформаційних технологій у сферу управління вітчизняними підприємствами забезпечило підтримання певного рівня ринку їх конкурентоспроможності діяльності за рахунок появи додаткових можливостей для скорочення термінів проектування, підвищення рівня якості продукції та зростання рівня продуктивності праці тощо. Сьогодні на ринку програмного забезпечення існує безліч автоматизованих інформаційних систем, які задовольняють найвибагливіших користувачів» [3].

Найвідомішими зарубіжними виробниками корпоративних інформаційних систем є «SAP, IBM, Oracle, PeopleSoft, REAL Application, Hewlett-Packard та інші. Серед найпоширеніших корпоративних інформаційних систем доцільно виокремити Scala, BAAN, «Галактика», Oracle Applications, System Aurora (Business/400), Infor SyteLine ERP, Microsoft Dynamics AX «Microsoft Dynamics NAV, «Компас», «АСТОР», Business Control, Global ERP та інші» [3, с. 158].

Запровадження їх у практику управління сучасними підприємствами забезпечує «безперервний облік та контроль за станом і рухом товарно-матеріальних, фінансових, ІВМ людських ресурсів на підприємстві, отримання даних про результати діяльності підприємства в режимі реального часу, оперативну підготовку аналітичних документів, прогнозів і планів робіт підприємства, підвищення ефективності прийняття управлінських рішень на основі достовірної та повної інформації про діяльність підприємства, яка доступна на будь-який момент часу» [4, с. 232].

Стан фінансово-господарської діяльності підприємства напряму залежить від «рівня використання ним інформаційних систем і технологій, інформації основною метою яких є ефективне управління інформаційними ресурсами з метою підвищення рівня ефективності підприємницької діяльності. Проте, значна кількість українських підприємств ще до сьогодні використовують інформацію не системно, а невдале впровадження інформаційних технологій зазвичай пов'язують із недосконалістю технічних рівня засобів. Зазначені проблеми актуалізують необхідність ІТ-модернізації більшості українських підприємств. Вибір інформаційної системи, а із такою постановку завдань слід проводити виходячи з рамок довгострокового економічного планування діяльності підприємства» [4].

Інформаційні технології на підприємствах «існують у вигляді різноманітних інформаційних систем і інформаційних комплексів та використовуються в різних сегментах управлінської системи» [1].

Так, наприклад, «у сфері управління взаємовідносинами з партнерами і клієнтами використовуються CRM і SCM-технології. Вони зорієнтовані на: зростання продажів, зниження витрат, підвищення лояльності клієнтів і контрагентів, поліпшення якості обслуговування. В цілому ці програмні продукти підвищують конкурентоспроможність продукції підприємства» [1].

В управлінні бізнес-процесами та підвищенні ефективності економічної діяльності підприємства застосовуються інформаційні технології: «BPR і ERP. Такі продукти сприяють координації інновацій, мінімізації ризиків,

підвищенню масштабованості і гнучкості, зниженню витрат. В цілому, підвищують економічну безпеку підприємства» [1].

У системі управління персоналом застосовують «програмний продукт - HR, що сприяє ефективному використанню кадрових ресурсів. А в системі управління матеріальними ресурсами MRP-технологію, що сприяє раціональному накопичення та використанню матеріальних ресурсів. Обидві системи підвищують операційну ефективність компаній і ресурсоефективність» [1].

«Підвищення ефективності господарської діяльності відбувається на основі застосування ERP, MIS і BI-технологій. Використання їх спричиняє: досягнення синергетичного ефекту; автоматизації та узгодження дії всіх відділів підприємства; успішної реалізації стратегічних програм; підвищення конкурентних переваг» [1].

Для захисту даних підприємства використовують «IBM Spectrum Protect (Tivoli Storage Manager). Ця платформа дозволяє централізувати контроль і адміністрування резервного копіювання та відновлення даних, захищає дані організації від апаратних збоїв та інших помилок, зберігаючи резервні і архівні копії даних в автономних сховищах» [1].

Таким чином, роль інформаційних технологій в управлінні підприємством безперечно велика. Використання сучасних програмних продуктів — шлях до ефективної діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Жигалкевич Ж.М., Онопко А.С. Інформаційні технології в управлінні підприємством. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2016. URL: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/92359>.
2. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: Навч. посіб. Київ : Знання-Прес, 2003. 349 с.
3. Яремко С.А. Розробка критеріїв оцінювання сучасних інформаційних систем обліку та управління бізнес-процесами підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. №1 (208). С. 158–163.
4. Яценко Р.М. Інформаційні системи в логістиці: Харків навчальний посібник Харків : Вид-во Яремко ХНЕУ, 2012. 232 с.

Ганна СИРОТЮК

к.е.н, доцент

*Львівський національний університет
природокористування*

СТАРТАП ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

В сучасних мінливих умовах господарювання представники бізнесу змушені здійснювати пошук нових підходів та ідей для ведення бізнесу.

Специфічними структурами, які спроможні працювати в умовах невизначеності та успішно реалізовувати інноваційні бізнес-ідеї, є стартапи.

Формування в Україні високоефективної та соціально-орієнтованої економіки, що базується на знаннях та інноваціях, передбачено планами дій з імплементації Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, зобов'язаннями України щодо досягнення національних Цілей сталого розвитку на період до 2030 року [3].

Найбільш швидким шляхом створення інновацій є розвиток стартапів. Стартапи – це незалежні організації, молодші п'яти років, націлені на створення, покращення та розширення масштабованого, інноваційного, технологічного продукту з високим і швидким зростанням [4].

Характерними, але не вичерпаними ознаками стартапу є:

- носії бізнес-ідеї (стартапери) не завжди є (будуть) керівниками реально працюючого підприємства;
- носії бізнес-ідеї зазвичай шукають інвестора (покупця бізнесу) для практичної реалізації своєї ідеї;
- інвестування в стартап пов'язане з суттєвим ризиком, тому часто виникає потреба співпраці команди стартапу з венчурними інституціями економіки;
- бізнес-модель, яка трансформуватиме ідею в реально працюючий бізнес, повинна мати схильність до масштабування – це необхідна умова ліквідності стартапу як товару на ринку, один з найперших інтересів потенційного покупця стартапу;
- мета стартапу в класичному її варіанті – продаж бізнесу (працюючої бізнес-моделі);
- зазвичай над стартапом працює міжфункціональна команда в умовах невизначеності [2].

Ринок стартапів в Україні розвивається досить швидкими темпами. Однією з проблем, з якою стикаються українські стартапи – брак коштів на розвиток команди. Це пов'язано з тим, що успішні стартапи, як правило, створюються молодими людьми, які не володіють значними сумами капіталу для реалізації бізнес-ідеї. Тому їм потрібні інвестори, які повірять в ідею, вкладуть кошти, сподіваючись отримати у майбутньому прибутки.

Найбільш розповсюдженими джерелами фінансування стартапів є: місцевий та іноземний венчурний капітал, краудфандинг, гранти, бізнес-інкубатори, бізнес-акселератори та інші. І хоча Україну сприймають у світі як країну з високим ступенем ризику, підтримку українські стартапи мають.

Для розвитку та стимулювання інновацій започатковано Український фонд стартапів (USF), зокрема надаючи гранти, сума яких більше 6 млн. грн., та фінансуючи навчання в національних та міжнародних акселераторах. Це одна з ключових організацій у країні, яка допомагає технологічним стартапам залучити кошти на ранніх етапах та запустити власні проекти. З грудня 2022 року USF функціонує під егідою Міністерства цифрової трансформації.

Можна виділити чотири основні напрямки, за якими працює USF:

- фінансова підтримка стартапів у формі грантів;

- надання доступу до менторів та супровідних послуг;
- створення умов для доступу до акселераційних програм;
- налагодження координації між учасниками стартап-екосистеми.

Корпорація Google у 2022 р. на фінансування українських стартапів, виділила \$10 млн. і оголосила про створення Фонду підтримки стартапів в Україні в розмірі \$5 млн., у рамках якого планувалося виділити гранти до \$100 тис. без участі в капіталі проєктів [1].

У таблиці подамо найуспішніші стартапи у 2022 році.

Таблиця. Найуспішніші стартапи України за обсягами залучення інвестицій у 2022 році

Назва стартапу	Обсяг залучених інвестицій, млн. дол. США	Опис
Near Protocol	500	Блокчейн-платформа, що допомагає розробникам створювати децентралізовані сервіси (dapps).
Unstoppable Domains	65	Короткі домени NFT, до яких користувач може прив'язати адреси всіх своїх крипто гаманців.
AirSlate	51,5	SaaS-сервіс автоматизації робочих процесів без коду, на платформі зібрані рішення для розробки, інтеграції, автоматизації документообігу з хмари.
Preply	50	Платформа для підбору репетиторів, які допомагають вивчити іноземну мову.
Spin Technology	16	Розробник своєрідних антивірусів для сторонніх SaaS-сервісів.
Fintech Farm	7,4	Розробник платформи для запуску необанків у різних країнах світу.
Salto X	5,2	Розробник Web3-альтернативу фондовим опціонам.
Utorg	5,0	Криптообмінник із простим функціоналом.
Obimy	4,0	Додаток для обміну почуттями почуттями на відстані.

Повномасштабна війна росії наклала свій відбиток на розвиток стартапів в Україні. З початку війни 12 % українських стартапів змушені були припинити свою діяльність. Причинами закриття стало:

- падіння продажів продукції та послуг на українському ринку;
- неможливість виїзду за кордон, що було необхідно для продовження діяльності;
- втрата капіталу тощо.

В умовах війни USF разом із урядом зосередилися на підтримці проєктів подвійного призначення для підвищення обороноздатності країни та післявоєнної відбудови. В рамках спеціальної програми підтримки надаються гранти у розмірі \$35 000 для стартапів у найбільш важливі на сьогодні сфери для країни: в галузі оборонної сфери, будівництва, кібербезпеки, медицини та підтримки психічного здоров'я, освіти. Частина технологічних стартапів переорієнтовуються на нові продукти, щоб допомогти державі та Збройним Силам України.

Найпопулярнішими індустріями серед стартапів є: програмне забезпечення як послуга, медтехніка та охорона здоров'я, штучний інтелект, енергетика, сільське господарство, мобільний шопінг, продажі за передплатою, SaaS-рішення, соціальна комерція, рекомерція, сталий розвиток та екостратегії, персоналізація, багатоканальність, defense tech, штучний інтелект, фінтах, greentech, agritech, кібербезпека, індустрія 4.0.

Враховуючи важливість стартапів для розвитку інноваційної економіки та наявність проблем у їх реалізації важливо здійснювати ефективну державну підтримку, яка полягає в наступному: створення сприятливого інвестиційного клімату; вдосконалення законодавчих основ, що регламентують різні аспекти стартапів; фінансова підтримка; підтримка участі у міжнародних проєктах.

Отже, завершення війни в Україні та вихід з економічної кризи сприятимуть залученню потенційних інвесторів, готових вкладати кошти у інноваційні проєкти. Це сприятиме зростанню кількості успішних стартапів, які здобудуть визнання на світовому рівні.

Список використаних джерел

1. Бізнес цензор. URL: <https://biz.censor.net/r3412935>. (дата звернення: 09.05.2023).
2. Колесник В.І. Управління стартапами в Україні: проблеми та перспективи. *Економіка харчової промисловості*. Том 9, Випуск 4/2017. С. 57-61.
3. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року. Указ Президента України №722/2019 від 30.09.2019 р. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825> (дата звернення: 02.05.2023).
4. Стартапи в Україні: як здолати «долину смерті». 2019. URL: https://dt.ua/macrolevel/startapi-v-ukrayini-yak-zdolati-dolynu-smerti-326705_.html (дата звернення: 10.05.2023).

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГІРСЬКИХ РЕГІОНАХ

Розвиток підприємництва, в тому числі і сільськогосподарського, зумовлений глобальними передумовами, однак здійснюється на місцевому рівні, характерні риси і особливості якого ускладнюють або полегшують сферу і наслідки впровадження ідеї підприємництва.

Гірські території виконують такі основні функції для всього суспільства, як економічну, екологічну, демографічну та культурну. Виконання господарських функцій, зокрема сільськогосподарської, було і залишається основою існування місцевих жителів, одночасно запобігаючи депопуляції гірських територій і підтримуючи стабільність їх функціонування. Водночас, важливо визначити пріоритетність екологічних функцій цих територій по відношенню до короткотермінової економічної вигоди стосовно сільського господарства та інших виробничих і обслуговуючих видів діяльності.

Природні умови гірських районів значно обмежують розвиток тут підприємництва. Основні з них включають: абсолютну висоту, що впливає на інші елементи середовища; рельєф, включаючи схили і їх експозицію; кліматичні пояси (відмінності в температурі та кількості опадів); ярусність рослинності (як наслідок її адаптації до конкретних кліматичних умов і ґрунтів); – ґрунти. Саме вони створюють обмеження в можливостях землекористування, спеціалізації, рівня інтенсивності виробництва і, як наслідок, обсягу виробництва при значно вищих витратах праці і коштів. І це при необхідності підтримки продовольчої самозабезпеченості. Проте, залишаючись основним видом діяльності горян, сільське господарство повинно здійснювати позитивний вплив на природне середовище, як найважливіший і найцінніший ресурс кожного гірського регіону.

Основними проблемами сільського господарства в горах, що негативно впливають на активізацію підприємництва, є: подрібнення аграрної структури; не відповідність пропонованої на ринок продукції до потреб покупців; низькі управлінські вміння та низька кваліфікація в сфері технології і маркетингу; недостатнє інвестування та впровадження інновацій; відсутність місцевих ініціатив та самоорганізації горян.

Зменшення частки сільського господарства у створенні ВВП та все ще висока частка цього сектора у зайнятості вказують на потребу як підвищення ефективності аграрного сектора, так і диверсифікації економічної діяльності в сільській місцевості. Несільськогосподарське підприємництво на селі сприймається як важливий шлях, що веде до покращення економічного становища сільських сімей, а отже, до позитивних змін у сільській місцевості.

Рельєф і природні ресурси, зокрема багатство флори і фауни та високе біорізноманіття, створюють умови для розвитку туристично-рекреаційних та оздоровчих послуг, розширення можливостей несільськогосподарського бізнесу для жителів гірських сіл. Дослідження свідчать, що найбільший інтерес горяни проявляють до заняття туризмом і виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції [1, с.61]. Наявність лісів також сприяє розвитку діяльності, пов'язаної з деревообробною промисловістю. Здійснення несільськогосподарської діяльності на цих територіях обмежують розпорошена мережа поселень, гірша технічна інфраструктура та, як наслідок, високі потреби в інвестиціях і обмежений попит на товари та послуги.

Вищенаведене обґрунтовує необхідність досліджень, спрямованих на активізацію підприємницьких ініціатив з метою уникнення посилення таких несприятливих явищ, як міграція, сільськогосподарська криза, зростання масштабів бідності, апатія та старіння мешканців гір.

Список використаних джерел

1. Липчук В.В., Липчук Н.В. Розвиток гірського сільського господарства. *Соц.-ек.проблеми сучас.періоду України*. 2013. Вип. 6 (104). С.56-62.

Василь БОНДАРЧУК

к. е. н., викладач вищої категорії

Відокремленого структурного підрозділу

«Львівський фаховий коледж Львівського

національного університету природокористування»

ВСП «ЛФК ЛНУП»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Військовий стан та воєнні дії на сході країни суттєво вплинули на умови організації та ведення малого бізнесу та підприємницької діяльності. За цей час кардинально змінилася загальна структура національної економіки, зруйновано основні традиційні для бізнесу логістичні канали забезпечення підприємницької діяльності необхідними ресурсами та реалізації товарів і послуг, а нові – тільки знаходяться на шляху свого становлення.

Багато підприємств і організацій різних галузей національної економіки призупинили або частково згорнули свою діяльність через: військові загрози, велику кількість тимчасово переміщеного осіб із зони бойових дій та руйнування соціальної інфраструктури у великих містах країни; у зв'язку з невизначеністю в економічній політиці держави та відсутністю стратегії її розвитку на середньострокову та довгострокову перспективу; суттєво зростаючі економічні та фінансові ризики у різних видах економічної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності через невизначеність. В результаті цього суттєво скоротилася зайнятість населення та знизилися його доходи, що в кінцевому

підсумку значно понизили купівельну спроможність як підприємств, так і споживачів виробничих ресурсів, товарів і послуг. Втрата традиційних ринків збуту, дорогі кредити, мобілізація працівників, дефіцит енергоресурсів стали найбільшими проблемами для українського бізнесу під час війни.

Основним чинником розвитку малого бізнесу та підприємництва загалом є наявність та доступність як фінансових ресурсів, так й інших їх видів, зокрема, матеріальних, людських, технічних, технологічних тощо. Власні накопичення суб'єктів підприємницької діяльності під час військового стану суттєво скоротилися, а тому для підтримки та розвитку вже діючого бізнесу їх недостатньо. Кредитні ж ресурси є загалом дорогими, а разом з потенційними ризиками, їх залучати для розвитку бізнесу в теперішніх умовах дуже ризиковано. Державна підтримка розвитку малого бізнесу та підприємництва є недостатньою через відсутність фінансових ресурсів у загальнодержавному та місцевих бюджетах для цієї мети.

Негативно на розвиток малого бізнесу та підприємництва також впливає недосконала правова база з його регулювання, часті зміни органами державного управління правил ведення бізнесу та відсутність верховенства права у системі цивільно правових відносин у цій сфері, загалом у господарській діяльності та державному регулюванні.

Незбалансованість окремих елементів не дозволяє створити у державі чітку систему ринкових механізмів та інструментів ефективного державного регулювання розвитку національної економіки, яка б гарантувала для усіх суб'єктів бізнесу та підприємництва прозорі та рівні правила ведення економічної діяльності.

До проблем розвитку малого бізнесу та підприємництва сьогодні слід віднести суттєве скорочення платоспроможного попиту споживачів товарів чи послуг, що суттєво подовжує термін окупності інвестованих у підприємницьку діяльність фінансових ресурсів. Непослідовна політика держави в формуванні експортно-імпоротної політики у різних сферах економічної діяльності створює додаткові ризики у сфері розвитку малого бізнесу та підприємництва, суттєво скорочує можливий горизонт його планування.

Зруйнована раніше діюча логістична модель забезпечення розвитку бізнесу економічними ресурсами та збуту готової продукції і послуг їх споживачам змушує суб'єктів підприємницької діяльності формувати нові, більш сучасні логістичні системи, що потребує залучення значних додаткових витрат та формування нових посередницьких структур між виробником товарів і послуг та їх споживачами.

Новим фактором стримування розвитку малого бізнесу і підприємництва сьогодні є суттєве зростання імпорتنих потоків товарів з європейських країн та обмеження ними же експорту продукції, товарів і послуг зі сторони українських суб'єктів економічної діяльності.

Тому суб'єкти підприємницької діяльності обирають змушені обирати стратегію виживання бізнесу, а не його розвитку в умовах зростаючої конкуренції.

У той же час поступово збільшується міжнародна фінансова підтримка розвитку малого та середнього бізнесу. Так, наприклад, у Львові розпочала діяти програма міжнародної співпраці EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП (малих і середніх підприємств), яка спільно фінансується Європейським Союзом та урядом Німеччини і реалізується німецькою федеральною компанією GIZ Ukraine. Програма спрямована на підтримку економічної стійкості, відновлення та зростання України, створення кращих умов для розвитку українських МСП, а також підтримку інновацій та експорту. Близько 50 малих підприємств, що здійснюють виробництво життєво необхідних товарів та послуг для громадян України або здійснюють свою діяльність у сфері охорони здоров'я, архітектури та інженерії, в яких працює від 11 до 49 співробітників, а річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, має можливість отримати грант на суму близько 400 тис. грн (еквівалент – 10 000 євро) [1].

Необхідно також відмітити, що в Україні нещодавно запрацювала програма розвитку торгівлі для підприємців, яка діятиме протягом 2023 року і розрахована як на виробників товарів, імпортерів, гуртових і роздрібних продавців товарів офлайн, так і на підприємців, що продають товари у соціальних мережах та на маркетплейсах, включно з початківцями без досвіду онлайн-продажів. У межах цієї програми підприємцям надаються необхідні інструменти, можливості та спеціальні знання для започаткування успішного продажу товарів онлайн, зокрема, тут передбачений необхідний для цього перелік сервісів по безплатному створенню інтернет-магазину, його налаштуванню, налагодженню та масштабуванню продажів, залучення нових клієнтів, а також певні знання з організації інтернет-маркетингу, зокрема з SEO, PPC, SMM й таргетингу. Усі сервіси надаються безоплатно або за спеціальними умовами для учасників цієї програми. Так, для прикладу, окремі суб'єкти підприємницької діяльності отримують можливість безоплатно відкрити інтернет-магазин на українській платформі Shop-Express, можуть отримати безоплатний аналіз магазину від агентства інтернет-маркетингу Webpromo, отримати знижку до 70% на розміщення та просування товарів на OLX, експертну допомогу в управлінні бізнес-процесами та вебпродажами від VISA, безплатні навчальні лекції з інтернет-маркетингу [2].

Таким чином, через повномасштабне ведення війни сьогодні, розвиток малого бізнесу та підприємництва зазнає суттєвих обмежень та збитків. Держава повинна тісніше взаємодіяти із вітчизняним бізнесом у напрямку створення нових різноманітних цільових програм підтримки розвитку малого та середнього бізнесу, створювати додаткові можливості прозорого залучення суб'єктів малого бізнесу та підприємництва до реалізації тендерних пропозицій, надавати фінансову допомогу та мікро гранти для релокації та започаткування нового бізнесу тимчасово переміщеними особами, створювати оптимальні моделі системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу та підприємництва. це дозволить пришвидшити процес інтеграції національної економіки до Європейського економічного простору.

Список використаних джерел

1. <https://golossokal.com.ua/vlada/50-hrantiv-dlia-biznesu-u-lvovi-v-travni-startuie-konkurs-hrantovykh-mozhlyvostey-dlia-pidtrymky-malykh-pidpriemstv.html>
2. <https://texty.org.ua/fragments/109519/v-ukrayini-zaprasyuvala-prohrama-rozvytku-torhivli-dlya-pidpruyemciv-yak-podatysya/>

Наталія АВЕРЧЕВА

к. е. н., доцент

Херсонський державний аграрно-економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ

Фермерські господарства виступають важливою формою ведення підприємницької діяльності в аграрному секторі економіки країни. Вони не тільки забезпечують ринок необхідною продукцією, а й виступають основою розвитку сільських територій, створюють робочі місця, формують вагому частину доходів територіальних громад, тобто виконують економічну і соціальну функцію.

Структура площ. відведених під певні культури свідчить про спеціалізацію фермерських господарств і ті види продукції, які формують їх доходи у рослинництві. У структурі посівних площ ФГ в Україні переважають культури зернові та зернобобові, площа яких становила у 2021 р. 2815 тис. га і займає 66 % сільськогосподарських угідь. Під соняшник фермери відводять 1402,1 тис. га та 33% загальних площ. Культури плодови та ягідні займають лише 10,2 тис. га, або близько 1 %. Овочеві культури і картопля також не мають суттєвої частки у структурі, їх площа становить 7 і 6 тис га відповідно. Слід відзначити, що саме ці культури можуть забезпечити більший дохід з кожного гектара площі посіву, проте вимагають значних витрат ручної праці, капіталовкладень, впровадження систем зрошення, додаткових матеріально-технічних ресурсів.

Обсяги виробництва продукції рослинництва у фермерських господарствах за період 2010-2021 рр. значно зросли за наступними групами культур: зернові та зернобобові – від 4702,5 до 14195,4, або втричі; по соняшнику – від 1208,5 до 3308,9 тис. т, або у 2,7 рази; по овочевих культурах – від 211,9 до 243,1 тис. т, або на 14,7 %; по плодкових, ягідних культурах і винограду – від 37 до 160,9 тис. т, або у 4,3 рази. Виробництво картоплі й цукрового буряку фермерські господарства зменшили на 19,2 та 55,2 % відповідно (табл. 1).

За досліджуваній період значно зростає питома вага фермерських господарств у виробництві продукції рослинництва. якщо у 2010 р. вони виробляли 12,0 % зернової продукції, то у 2021 р. – 16,5 %. Значний приріст частки ФГ слід відзначити в групі плодкових і ягідних культур – від 2,1 до 7,2 %. Цьому сприяла державна підтримка, яка була спрямована саме на галузь садівництва і ягідництва.

Таблиця 1. Виробництво продукції рослинництва у фермерських господарствах, тис. т

Сільськогосподарські культури	Роки								2021 р. у % до 2010 р.
	2000	2005	2010	2015	2018	2019	2020	2021	
	Обсяги виробництва. тис. т								
Культури зернові та зернобобові	1256,4	4082,7	4702,5	7650,2	10104,9	11489,7	9649,1	14195,4	301,9
Буряк цукровий фабричний	755,1	1373,1	1154,7	618,9	961,2	459,7	422,5	517,1	44,8
Соняшник	347,3	735,0	1208,5	2167,0	2811,6	3098,9	2465,4	3308,9	273,8
Картопля	56,4	84,7	161,3	126,0	116,0	94,0	113,2	130,3	80,8
Культури овочеві	82,6	156,1	211,9	282,5	253,0	293,9	291,2	243,1	114,7
Культури плодові та ягідні	3,9	10,8	37,0	68,3	135,2	99,8	90,8	160,9	434,9

Джерело: [1].

Виробництво продукції тваринництва у фермерських господарствах також зростає. Якщо порівняти 2021 і 2010 рр. можна констатувати, що ФГ забезпечили зростання виробництва м'яса всіх видів на 81,5 %, молока – у 2,2 рази, яєць – на 84,9 %. Виробництво вовни ФГ зменшили втричі, а виробництво меду – на 43,7 %. Проте їхня частка у виробництві продукції тваринництва залишається низькою. У 2021 р. господарства виробили 3,5 % м'яса, 2,8 % молока і 1 % яєць у загальних обсягах виробництва. Це свідчить, що тваринництво недостатньо розвинене в даній категорії суб'єктів господарської діяльності.

Фермерські господарства здатні виробити набагато більші обсяги продукції тваринництва. Але тільки державної підтримки для цього недостатньо. Фермери будуть виробляти тільки ті види продукції, які забезпечують прибутковість виробництва. Тобто умови реалізації і стан кон'юнктури ринку значно впливають на спеціалізацію і обсяги виробництва у фермерських господарствах.

Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції сільського господарства свідчить, що він є досить низький і по основних видах, порівняно з 2015 р. має тенденцію до зниження. У 2015 р. при реалізації зернових фермерські господарства мали 38,6 % рентабельності, а у 2020 р. – 23,8, по соняшнику знизився показник на 34,2 в. п. – від 71,5 до 37,3 %. Виробництво цукрового буряку і винограду взагалі було збитковим з рівнем збитковості 11,7 та 8,6 % відповідно. Збитковим було виробництво більшості видів продукції тваринництва: м'яса великої рогатої худоби, овець, харчових яєць.

Такі низькі показники прибутковості основних видів продукції свідчать про складні умови господарської діяльності, тиск диспаритету цін на сільськогосподарську продукцію і промислову, яка забезпечує галузь матеріально-технічними ресурсами. Тому фермери є досить незахищеною

категорією господарювання, потребують стабільності ринкової і цінової ситуації, захисту їх інтересів з боку держави, вирішення питань з земельними ресурсами і процесами приватизації, здешевлення і доступності кредитних ресурсів.

Відновлення діяльності фермерських господарств на деокупованих територіях пов'язано із вирішенням ще складніших проблем розмінування територій, побудови логістичних зв'язків із постачальниками засобів виробництва і покупцями продукції, виробленої і збереженої в господарстві під час окупації, залучення і повернення до роботи кваліфікованих працівників. Багато фермерських господарств не мають можливості вже другий рік ведення активних бойових дій взагалі обробляти землю і вирощувати врожай, перебувають у стані фінансового занепаду. Деякі втратили матеріально-технічну базу через обстріли і викрадення окупантів. Тому ця категорія господарств є досить вразливою і потребує державної підтримки щодо оновлення технічних засобів, постачання насіння і засобів захисту рослин, доступності кредитних ресурсів.

Станом на 1 січня 2023 року прямі втрати українських сільськогосподарських виробників від війни оцінюються в 7832,4 млн. доларів США, до яких віднесено сільськогосподарську техніку, готову продукцію, зерносховища. До непрямих втрат відносяться ті кошти, які аграрії недоотримали внаслідок результатів, спричинених воєнними діями: скорочення виробництва, порушення експорту, зростання виробничих витрат, пошкодження земель та потреба в рекультивації. Оцінка непрямих втрат на початок поточного року складає 30237,9 млн. доларів США. Найбільші втрати в категоріях рослинництва та зниження цін [2].

Акцентуючи увагу на невирішених земельних питаннях, американський фермер Говард Баффет зазначив, що "...фермери працюють краще, коли вони справді контролюють землю та можуть інвестувати. Найкраще, що Україна може зробити - це інвестувати у сільську місцевість. Якщо ви інвестуєте в сільську місцевість і намагаєтесь утримати фермерів на фермі, консолідації земель не буде" [3].

Отже, структура площ під сільськогосподарськими культурами свідчить про зерно-технічний напрям спеціалізації фермерських господарств. Для збільшення їх доходів необхідно удосконалити структуру площ під сільськогосподарськими культурами у бік маржинальних культур, які забезпечують вищий вихід продукції з 1 га, або продукція яких має вищу ціну на ринку.

На сучасному етапі на перший план виходять питання відновлення діяльності фермерських господарств на деокупованих територіях і забезпечення їх державної підтримки. Проте, земельні питання є ключовими для фермерських господарств і саме вони формують майбутню стратегію розвитку аграрного сектора економіки країни.

Список використаних джерел

1. Сільське господарство України 2021 р.: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України. 2022 р. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 15.05.2023).
2. Втрати сільського господарства від війни зростають. URL: <https://proagro.com.ua/news/ukr/vtraty-silskogo-gospodarstva-vid-vijny-zrostayut.html> (дата звернення 15.05.2023).
3. Говард Баффет Ключ до сталого розвитку сільського господарства у підтримці дрібних фермерів. URL: <https://kurkul.com/news/33123-klyuch-do-stalogo-rozvitku-silskogo-gospodarstva-u-pidtrimtsi-dribnih-fermeriv--govard-baffet?fbclid=IwAR0hbTmi-7hOXJVokaYNFlx9m0X8H3NcKrTKRFEfoWdswcDgvBKXbPKVhNc> (дата звернення 12.05.2023).

Андрій ШЕПЕЛЬ
кандидат с.-г. наук, доцент;
Дмитро ВАЛЬЧУК
студент I курсу агрономічного факультету
Херсонський державний аграрно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОЩУВАННЯ ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ ЗАЛЕЖНО ВІД ДОЗИ АЗОТНОГО ПІДЖИВЛЕННЯ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

У результаті суттєвого подорожчання мінеральних добрив на світовому ринку, в тому числі азотних, перед сільськогосподарськими виробниками постало питання економічно доцільної дози застосування добрив при весняному підживленні посівів озимої пшениці. Так, заступниця директора «Технополь Агро» Олександра Воловик провела в Інстаграм опитування щодо того, чи планують аграрії зменшувати кількість внесення добрив в сезоні 2023 р. З'ясовано, що “зі 130 опитаних аграріїв 45% відповіли, що планують зменшувати внесення мінеральних добрив на 20-30%. Ще 22% опитаних відповіли, що будуть використовувати ту кількість добрив, що і завжди, а 34% – планують зовсім від них відмовитися” [1].

Економічна ефективність сільськогосподарського виробництва означає одержання максимальної кількості продукції з одного гектара земельної площі, при найменших затратах праці і коштів на виробництво одиниці продукції. Ефективність виробництва, як економічна категорія, відображає дію об'єктивних економічних законів, яка виявляється в результативності виробництва. Економічна ефективність показує кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці, а також сукупних їх вкладень.

Результати виробництва відображають ступінь досягнення цілей при використанні ресурсів, вплив різноманітних факторів і визначається декількома вартісними і натурально-речовинними показниками. Економічну ефективність характеризує рівень рентабельності, який показує величину прибутку на 1 гривню витрат виробництва і характеризує ефективність їх використання у

поточному році. Економічна ефективність вирощування сортів озимої пшениці залежно від дози азотного підживлення приведена в табл. 1. Аналіз економічної ефективності показує, що основні показники виробництва зерна озимої пшениці в однаковій мірі залежать від рівня врожайності. З отриманих даних видно, що з підвищенням рівня врожайності підвищуються виробничі затрати, але вони повністю перекриваються більш високими показниками чистого прибутку та рівня рентабельності.

Кращі економічні показники були отримані у варіанті підживлення сорту Ужинок азотними добривами дозою N_{30} . Врожайність в цьому варіанті була не найвища у досліді – 6,05 т/га, порівняно з іншою дозою підживлення. Так, при підживленні посівів сорту Ужинок мінеральними добривами у дозі N_{60} було отримано зерна на 0,18 т/га більше, порівняно з попереднім варіантом, що в подальшому вплинуло на розмір валової продукції і на її вартість. Якщо порівнювати виробничі затрати, то можна сказати, що на виробництво і реалізацію зерна озимої пшениці, яка вирощувалася на природному фоні (без добрив), витрати склали в середньому 9211 грн./га, внесення азотних добрив дозами N_{30} та N_{60} призводило до збільшення виробничих витрат, в середньому, на 831 та 1584 грн./га відповідно.

Таблиця 1. Економічна ефективність вирощування сортів пшениці озимої залежно від дози азотного підживлення, 2021 р.

Сорти	Дози азоту при весняному підживленні, кг/га	Урожайність, т/г	Вартість продукції, грн./г	Виробничі витрати, грн./га	Собівартість 1 т, грн.	Прибуток, грн./г	Рівень рентабельності, %
Ужинок	Без добрив	5,53	25991	9268	1680	16705	180
	N_{30}	6,05	28435	10131	1670	18303	181
	N_{60}	6,23	29281	10877	1750	18403	169
Благо дарка одеська	Без добрив	5,11	24017	9221	1800	14795	160
	N_{30}	5,45	25615	10039	1840	15575	155
	N_{60}	5,64	26508	10786	1910	15721	146
Косо виця	Без добрив	4,46	20962	9122	2040	11839	130
	N_{30}	4,92	23124	9958	2020	13165	132
	N_{60}	5,21	24487	10721	2060	13766	128

За рахунок найбільшої врожайності самим прибутковим виявився варіант розміщення озимої пшениці сорту Ужинок при підживленні азотними добривами у дозі N_{60} , при якому отримали 18403 гривень з одного гектару. Треба відмітити, що при підживленні посівів культури сорту Ужинок дозою N_{30} був отриманий лише на 100 грн./га менший прибуток – 18303 грн./га. В результаті, у цьому варіанті досліді був отриманий максимальний рівень рентабельності у досліді – 181%. Аналізуючи дані по рівню рентабельності, можна зробити висновок, що при вирощуванні озимої пшениці при внесенні у підживлення азотних добрив дозою N_{30} середня рентабельність виробництва зерна сортів культури склала 156%, що не набагато більше ніж у варіанті

природної родючості ґрунту – 157%. Найбільший економічний ефект від вирощування озимої пшениці у досліді був отриманий на посівах сорту Ужинок і внесенні N₃₀ – прибуток склав майже 18300 грн./га, рівень рентабельності 181%. В розрізі сортів, які вивчались у досліді, кращі показники мав сорт Ужинок та Благодарка одеська. Таким чином, при розміщені озимої пшениці в неполивних умовах півдня України по пару треба висівати сорт Ужинок, посіви якого треба підживлювати навесні азотними добривами дозою N₃₀.

Список використаних джерел

1. Ціни - космос. Чи будуть аграрії економити на мінеральних добривах? Режим доступу: <https://latifundist.com/spetsproekt/979-tsini--kosmos-chi-budut-agrariyi-ekonomiti-na-mineralnih-dobrivah>, (дата звернення 10.05.2023 р.)
2. Вартість добрив невпинно зростає та як подорожчання газу вплине на сільське господарство. Режим доступу: <https://superagronom.com/news/14013-vartist-dobriv-nevpinno-zrostaye-ta-yak-podorojchannya-gazu-vpline-na-silске-gospodarstvo>, (дата звернення 10.05.2023 р.)
3. Аверчев О.В., Аверчева Н.О., Фесенко Г.О. Стан виробництва та кон'юнктура ринку круп в Україні. Recent Scientific Investigation : Scientific Collection “InterConf”, (37) : with the Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference, Oslo, December 6–8, 2020. Oslo, Norway, 2020. P. 19–29.
4. Стратегія вирощування і використання української пшениці в ринкових умовах / Попереля Ф., Червоніс М., Литвиненко М., Соколов В., Вовкодав В. // Пропозиція. – 2003. – №3. – С. 31-33.

Наталія ЗЕЛІСКО

к.е.н., доцент

Львівський національний університет природокористування

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ОЦІНКА РИЗИКІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ З РЕЛОКАЦІЄЮ

Релокація бізнесу для вітчизняних суб'єктів господарювання нещодавно була мало актуальною, а практичний досвід переміщення потужностей – практично відсутній. Проте умови, в яких ми усі опинилися, змусили приймати швидкі рішення практично в непередбачуваному середовищі: забезпечувати переселених людей роботою та «рятувати» виробничі потужності.

На сьогодні головною причиною та негативним наслідком релокації бізнесу є війна росії проти України. Переміщення бізнесу у західні регіони України внаслідок повномасштабного вторгнення росії супроводжується цілою низкою проблем та особливостей. Насамперед зазначимо, що лідером за кількістю релокованих малих та середніх бізнесів є Львівська область. Як свідчить офіційна статистика, у Львівську область переміщено 233 підприємства. Загалом же Львівська обласна військова адміністрація отримала

956 заявок на релокацію. Другу та третю позиції за кількістю релокованих бізнесів посідають Закарпатська та Івано-Франківська області. Аналіз причин вибору підприємцями цих областей та розроблені групою експертів KSE критерії привабливості регіонів для переміщення, свідчать про їхню відносну безпеку для бізнесу у поєднанні з іншими критеріями. Наприклад, Закарпаття має значні переваги за географічним положенням, що пов'язано з природним відносним захистом території Карпатськими горами на півночі та північному сході, добре розвиненою транспортною інфраструктурою та логістикою, а також із безпосереднім сусідством з 4 державами - членами ЄС. Останній критерій дає надію МСБ в разі подальшої ескалації розглядати можливість переміщення до сусідніх країн. Івано-Франківська область популярна своїми рекреаційними та соціокультурними ресурсами, що дало можливість МСБ отримати перші уявлення про території, до яких вони планували релокуватися. Найбільша за територією, населенням та ресурсами Львівщина має добре розвинену систему міських та сільських поселень, пов'язаних між собою й центром області автомобільними та залізничними шляхами. Окрім того, регіон відіграє важливу транзитну роль у торгівлі між країнами Євросоюзу та Україною. На території області є сім великих переходів автомобільних та залізничних шляхів, а також широка залізнична колія до польських Катовиць, що відкриває експортні можливості як для місцевого, так і для релокованого бізнесу [5].

Щодо ситуації в Україні, то за дослідженням компанії Gradus, що проведене влітку 2022 р., тільки 22% компаній працюють як і раніше, понад половину діють частково, а кожна п'ята призупинила функціонування. Половина бізнесів потребує повної або часткової релокації, причому 12% це вже зробили, а ще 20% перебувають у процесі переміщення. Якщо розглядати переміщення за кордон, то найбільш привабливими для вітчизняного бізнесу є країни Європи (62%), що спричинено перевагами у географічній близькості, доступі до великих ринків збуту, прозорість та верховенство права. Також країни Європи сприяють у різні способи українському бізнесу та допомагають українцям. Тільки 15% опитаних розглядають місце нової локації для своїх підприємств у країнах Азії, 8% до країн Північної Америки [7]. Тарас Потічний звертає увагу на фактори, що відіграють визначальну роль у прийнятті рішення щодо переміщення бізнесу за кордон, зокрема ключовим вважає потенціал ринку та співставимі з цим фінансові можливості компанії. Також потрібно ретельно вивчити юридичне поле, знати законодавчі обмеження, особливості оподаткування та інші регуляції. Автор говорить про те, що «Виходячи на ринок ЄС, треба змінити власну психологію, підхід до даних та їх використання. Треба усвідомити, що інформація про людину – це її інформація, а компанія нею лише користується задля блага користувача і за його згодою. Адаптація до вимог General Data Protection Regulation повинна стати одним з ключових етапів реалізації бізнес-планів, орієнтованих на ринок ЄС.» [7]. Щодо персоналу, то найперше потрібно визначитися з керівником релокованого підприємства (його частини), а також з локальною командою, оскільки підприємство функціонувати повністю з дистанційною командою не зможе.

Також виникне питання пошуку партнерів, захисту бренду на міжнародному ринку (реєстрація торговельної марки та/або промислових зразків), питання передачі прав інтелектуальної власності [6] тощо.

За даними Європейської Бізнес Асоціації загальні втрати малого і середнього бізнесу за 200 днів війни сягнули понад 103 млрд. дол., а 38 % компаній понесли прямі втрати [3]. Найважче зараз мікро та малому бізнесу, аніж великим компаніям, адже їхній запас міцності значно менший. Оцінка підприємцями власної фінансової стійкості в умовах війни закономірно погіршується. Але навіть в таких умовах як великий, так і малий бізнес намагається максимально підтримувати персонал і допомагати країні. За даними опитування Європейської Бізнес Асоціації 47% компаній продовжують постачати продукцію та підтримувати своїх працівників, що долучились до лав ЗСУ чи територіальної оборони, 44% допомагають фінансово ЗСУ та постраждалим регіонам, 25% – допомагають послугами, 18% – медикаментами чи засобами захисту/оборони. Тільки 8% компаній повідомляють, що вже вичерпали свої ресурси на допомогу. Більш того, 67% опитаних компаній готові долучитись до відновлення країни після завершення війни [2]. Зменшення обсягів виробництва призвело до скорочення приблизно 1 млн. працівників, 20 % було відправлено у відпустку, а 27 % погодилися працювати із зменшеною заробітною платою. Кількість вакансій в Україні за період війни зменшилась у 20 разів [1]. В сучасних умовах при високому рівні безробіття (35 % за оцінками НБУ) бізнес потерпає від нестачі кваліфікованої робочої сили, адже частина працездатного населення виїхала за кордон. За даними Державної міграційної служби за 9 місяців 2022 року з України виїхало понад 7 млн. осіб, з них 4 млн. звернулися за тимчасовим захистом. З вимушених мігрантів 86 % – це жінки, вищу освіту мають 49 %, вік тих, хто залишив країну – 35-59 років. До виїзду з України роботу мали 73 % мігрантів [4].

Головними завданнями релокації бізнесу, що опинився на межі свого фізичного існування є збереження активів та потужності, відновлення роботи на користь економіки і збереження робочих місць. Релокований бізнес до наведених вище трьох областей України практично не орієнтується на місцеві ринки збуту, виготовляє товари та послуги для національного чи міжнародного ринків; практично забезпечені сировиною та іншими ресурсами, проте виникла значна проблема із кваліфікованими працівниками. Зокрема, як вважають дослідники, значна частина жителів цих областей раніше орієнтувалася на заробітки в інших країнах, місцеві працівники більш вимогливі до розміру заробітної плати та намагаються поєднувати ведення власного підсобного господарства з роботою на таких підприємствах.

Трансформація бізнес-процесів при релокації підприємства в умовах війни є складною. Процедура релокації є тривалою, особливо за кордон. Тому важливо зважити всі «за» та «проти». Якщо є надія на те, що бізнес можна відновити, то краще поставити його на паузу, ніж зайнятися переміщенням в іншу країну. Головне ж правило для будь-якого бізнесу на новому ринку – гнучкість. Не варто агресивно нав'язувати всюди своє бачення, навпаки, треба відкритися і слухати як нового партнера, так і нового споживача.

Список використаних джерел

1. Війна змінює ринок праці: як державі разом з українцями побороти безробіття. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/viyna-zminyuuye-rinok-praci-yak-derzhavi-razom-z-ukrajincyamipoboroti-bezrobittya-novini-ukrajina-11946903.html>. (дата звернення: 25.04.2023).
2. Головна задача – вистояти. Що турбує бізнес під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/glavnaya-zadacha-vystoyat-bespokoit-biznes-1655831867.html>. (дата звернення: 23.04.2023).
3. Головні зміни законодавства для бізнесу за 200 днів війни – підсумки від ЄБА. URL: https://biz.ligazakon.net/news/213875_golovn-zmni-zakonodavstva-dlya-bznesu-za-200-dnv-vyni-pdsumki-vd-ba. (дата звернення: 7.04.2023).
4. Державна міграційна служба України: статистичні дані. URL: <https://dmsu.gov.ua/diyalnist/statistichni-dani.html>(дата звернення: 25.04.2023).
- Запухляк І., Красняк О. Релокація: суть, типи та проблеми. *Вісник Хмельницького національного університету* 2022, № 6, Том 2. С. 257-263.
5. Климчук О., Погорілий В. Релокація в ІТ-індустрії: quo vadis? URL: <https://itukraine.org.ua/relokacz-quo-vadis.html>(дата звернення: 17.04.2023).
6. Потічний Т. Бізнес у ЄС: як українським компаніям підкорити новий ринок. Економічна правда. 5 жовтня 2022 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/5/692220> (дата звернення: 17.04.2023).

Ірина ЯСІНОВСЬКА

к.е.н, доцент

Львівський національний університет

імені Івана Франка

Софія СМОЛІНСЬКА

к.е.н, доцент

Львівський національний університет

імені Івана Франка

НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ УКРАЇНИ

Роль бізнесу для суспільства та економіки важко переоцінити. Бізнес не просто задовольняє наші потреби за допомогою продуктів, які виробляє, чи послуг, що надає. Суб'єкти підприємництва створюють робочі місця та дохід в економіці, вирішують важливі соціальні проблеми. Саме бізнес є основою для формування державного та місцевих бюджетів, модернізації, інноваційного розвитку, вирішення проблем безробіття, підвищення якості життя, вирішення соціальних проблем тощо. Малий та середній бізнес є рушійною силою розвитку національної економіки. Саме він сприяє формуванню конкурентного середовища регіональних та галузевих ринків, стимулює інноваційний розвиток.

Через бомбардування, бойові дії та окупацію окремих територій було знищено, пошкоджено або ж призупинено діяльність суб'єктів підприємництва

багатьох видів економічної діяльності, а значна частина бізнесів релоковані в центральні та західні регіони країни. За підтримки Європейського банку реконструкції та розвитку було проведено дослідження ринку малого та середнього бізнесу соціологічним центром Socioinform. Дослідження проведено майже через рік після початку війни.

Звичайно, війна негативно вплинула на діяльність бізнесу в Україні. Наслідки впливу війни на бізнес-середовище проявляються в наступному [2]:

- зниження активності бізнесу (зокрема зменшення кількості діючих підприємств);
- зниження рівня доходів підприємств;
- зниження кількості замовлень (нестале завантаження, зокрема, через міграцію населення, зниження платоспроможності громадян, режим економії на підприємствах, секвестр місцевих і державного бюджетів);
- суттєве скорочення витрат, їх оптимізація: призупинення інвестицій, зменшення зарплат, переведення на часткову зайнятість, закриття збиткових підприємств та видів діяльності;
- погіршення платіжної дисципліни (збільшення кількості боржників, перехід постачальників на передоплату);
- відтік професійних кадрів, як результат мобілізації та міграції;
- руйнування енергетичної інфраструктури (порушення сталості роботи);
- релоковані підприємства з прифронтових територій втратили певне обладнання та працівників.

Водночас в окремих випадках, криза надала і можливості розвитку. Так, вітчизняні компанії активно кооперують свої зусилля, бізнес оптимізується, раціоналізується, шукає нестандартні рішення, генерує інноваційні бізнес-ідеї.

У складних умовах функціонування малий та середній бізнес потребує підтримки. Результати опитування свідчать про наступні потреби бізнесу [2]:

- грантова підтримка;
- пільгове кредитування;
- сприяння в релокації;
- податкові пільги;
- подолання корупційних схем;
- судова реформа, реформа митниці;
- зниження адміністративного тиску.

Для забезпечення умов оптимального розвитку системи і передчасного запобігання негативним впливам в умовах війни, необхідно здійснювати безперервний аналіз стану підприємства та ситуаційно реагувати на зміни. Для цього необхідно розробити гнучку аналітичну процедуру оцінювання наявного рівня розвитку підприємства на основі якісного та кількісного аналізу показників фінансово-економічної діяльності та застосовувати інтегрований підхід до ситуаційного управління економічним розвитком. Проведення такого аналізу допоможе адаптуватись до сучасних умов господарювання, виявляти показники, що дестабілізують розвиток підприємства, формувати механізм ефективного управління економічним розвитком в умовах динамічних змін та

визначати інструменти впливу на ці показники для коригування траєкторії управління ним [1].

В умовах війни неможливо зробити точний прогноз щодо будь-якої сфери діяльності. Саме тому, більшість суб'єктів підприємництва планують свою діяльність тільки на короткострокову перспективу. Проте, частина бізнесу пробує вибудовувати ґрунтовну стратегію, шукає нові ринку збуту, змінює бізнес-модель, диверсифікує бізнес, шукає можливості залучення грантових коштів. Підсумовуючи, варто зазначити, що бізнес в Україні в умовах війни опинився в складній ситуації. Проте, суб'єкти підприємницької діяльності пробують адаптуватися до існуючих умов ведення бізнесу, диверсифікувати власну діяльність, аналізувати бізнес-середовище, приймати інколи доволі нестандартні рішення за для збереження та адаптації бізнесу.

Список використаних джерел

1. Омельченко А. І. Інтегрований підхід до ситуаційного управління бізнесом в умовах війни. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки. 2023. № 2. С. 121-125. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2023_2_18.
2. Проблеми та потреби МСБ майже через рік після початку війни. Витяги з комплексного дослідження ринку малого та середнього бізнесу в Україні. Виконано на замовлення ЄБРР (за підтримки США в рамках сприяння малому бізнесу ЄБРР та Швеції в рамках програми «Жінки в бізнесі»). URL: <https://www.merezha.ua/reports/2023/Challenges-and-Needs-of-SMEs-in-War-Time.pdf>.

Галина БРИЧКА

к.е.н., доцент без вченого звання

Богдан БРИЧКА

к.е.н., доцент без вченого звання

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

НАДАННЯ ВИРОБНИЧИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПОСЛУГ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СЕЛІ

Загальноприйнятою є думка, що суб'єкти господарювання у сільській місцевості переважно займаються виробництвом продукції сільського господарства – рослинництвом та тваринництвом. Проте це не зовсім так. Існують й інші сфери, де сільськогосподарські підприємства та фермерські господарства здійснюють свою діяльність. До прикладу, вони можуть займатися туристичною діяльністю, торгівлею, чи, наприклад, діяти на ринку послуг.

Виробничі послуги в сільському господарстві є важливим невід’ємним елементом, оскільки без їх застосування неможливо виробити сільськогосподарську продукцію. Тому можемо сміливо стверджувати, що виробничі сільськогосподарські послуги надають чи споживають усі без винятку суб’єкти господарювання аграрного сектору.

Слід зазначити, що продаж (надання) виробничих сільськогосподарських послуг забезпечує додаткові фінансові надходження для таких господарюючих суб’єктів.

Послуги використовуються агровиробниками на всіх етапах виробництва сільськогосподарської продукції, вони є незамінною ланкою виробничого процесу, тобто знаходяться на одному рівні із матеріальними ресурсами, необхідними для виробництва сільськогосподарської продукції (насінням, кормами, добривами тощо).

Вже традиційно виділяють два напрями діяльності у сільськогосподарському секторі – рослинництво та тваринництво, тому логічним є поділ виробничих послуг на виробничі сільськогосподарські послуги в рослинництві та виробничі послуги у тваринництві [1].

Виробничі послуги, застосовувані у виробництві продукції рослинництва відобразимо у таблиці 1.

Таблиця 1. Виробничі послуги в рослинництві*

Група послуг	Виробничі послуги, що включаються в групу
I. Основний обробіток ґрунту	1. Оранка 2. Дискування 3. Лушення стерні 4. Чизелювання 5. Плоскорізний обробіток
II. Передпосівний обробіток ґрунту та сівба (садіння)	1. Боронування; 2. Протруювання насіння; 3. Культиваж; 4. Навантаження та доставка добрив; 5. Сівба (садіння); 6. Коткування посівів.
III. Догляд за посівами	1. Застосування гербіцидів та пестицидів; 2. Міжрядного обробітку ґрунту; 3. Меліорації та осушення земель тощо.
IV. Збирання урожаю та підготовка продукції до первинної реалізації	1. Комбайнування; 2. Викопування картоплі; 3. Збір інших культур; 4. Транспортування продукції з поля; 5. Сушіння зерна; 6. Збір та обробка побічної продукції (соломи, гички тощо).

*Джерело: [2].

У виробництві продукції тваринництва також споживається низка виробничих сільськогосподарських послуг. До них відносяться наступні: утримання тварин та послуги з догляду за ними, стрижки овець, послуги з

обстеження стану стада, перегонка та випасання худоби, очищення та дезінфікування тваринницьких приміщень тощо. Крім того, невід'ємною складовою утримання тварин є використання послуг з ветеринарного обслуговування.

У виробництві сільськогосподарської продукції використовують різноманітні технічні засоби, комплекс сільськогосподарських машин, технології, що потребує, звісно, значних фінансових вливань. Не всі господарюючі суб'єкти можуть виділяти значну частину коштів на купівлю сільськогосподарської техніки, тому шукають можливості забезпечувати потреби у виробничих послугах. Вирішенням такої проблеми може стати залучення (купівля) такого «товару» зі сторони. Таке явище є нічим іншим як «виробничим аутсорсингом».

Надання виробничих сільськогосподарських послуг на селі може стати і окремою формою підприємництва. Сьогодні спостерігається наявність частини у населення сільської місцевості власної сільськогосподарської техніки. Такі власники охоче надають виробничі сільськогосподарські послуги на платній основі іншим дрібним сільськогосподарським виробникам (переважно домогосподарствам). Така діяльність може бути чудовою альтернативою іншим видам бізнесової діяльності та приносити стабільні доходи.

Список використаних джерел

1. Вислободська Г.П. Класифікація послуг в сільському господарстві України. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2015. Вип. 7. С. 275-277.
2. Vyslobodska, H. (2021). The market of agricultural production services in Ukraine. *Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series Economical Sciences*, 23(97), 3-7. <https://doi.org/10.32718/nvlvet-e9701>

Андрій КОЛОДІЙ

к.е.н., доцент

Ірина КОЛОДІЙ

доктор філософії з менеджменту, старший викладач

Львівський національний університет природокористування

ФІНАНСОВІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Україна, як країна зі значним підприємницьким потенціалом, стикається з численними фінансовими викликами у питаннях розвитку бізнесу серед її громадян. Зважаючи на це, варто зазначити, що від ефективного функціонування фінансової системи та належного фінансового управління залежить не тільки розвиток окремих підприємств, але й загальна економічна складова добробуту країни. Серед основних проявів підприємництва, особливе місце займає такий його вид як фінансове підприємництво. Зокрема, «фінансове

підприємництво – це особливий вид комерційної діяльності, пов'язаний з купівлею-продажем національної та іноземної валют, цінних паперів, а також із обслуговуванням розрахункових операцій» [1, с. 10]. Відповідно, розглянемо основні фінансові аспекти, що впливають на розвиток підприємництва в Україні.

Так, однією з основних проблем для підприємців в Україні є обмежений доступ до фінансування. Банківські кредити є основним джерелом залучення капіталу, але низька кредитна активність банків та високі відсоткові ставки ускладнюють отримання позик. Вирішити це є можливим завдяки залученню зарубіжних інвестицій, розвитку альтернативних джерел фінансування, таких як венчурний капітал та краудфандинг, поліпшенню кредитного середовища.

Іншою, не менш важливою складовою варто виокремити систему оподаткування з великою кількістю податків та обов'язків, що накладаються на бізнес. Це не тільки збільшує бюрократичні процедури, але й створює додаткові фінансові витрати для підприємців.

Важливим фінансовим аспектом також виступає ефективний фінансовий нагляд, який є необхідною умовою стабільного розвитку підприємництва. Транспарентність та надійність фінансових інституцій будуть сприяти залученню інвестицій та розвитку підприємництва.

Наступним із аспектів вважається інфраструктура фінансового ринку. Розвинена фінансова інфраструктура є необхідною для ефективної роботи фінансової системи та підтримки підприємництва. В Україні потрібно інвестувати в розвиток банківської інфраструктури, електронних платіжних систем, ринку цінних паперів та інших фінансових послуг. Це сприятиме полегшенню фінансових операцій та підтримці розвитку підприємств.

Усі вищезазначені фінансові аспекти є важливими для розвитку підприємництва в Україні. Істотне поліпшення в цих сферах вимагає додаткових зусиль з боку держави, бізнес-спільноти та міжнародних організацій. Заходи зі стимулювання підприємництва та забезпечення сприятливих фінансових умов сприятимуть розвитку підприємництва в Україні і зміцненню економіки країни.

Управлінська складова у підприємницькій діяльності є ключовим елементом її успішного розвитку та функціонування. Не викликає сумнівів, що управління фінансовими, людськими, матеріальними та іншими ресурсами є важливою складовою успішного підприємництва. Відповідно, підприємці повинні ефективно використовувати усі свої ресурси, враховуючи їх обмеженість і постійно оцінювати їх ефективність.

Крім того, розвиток підприємницької діяльності потребує чіткої стратегії. Підприємці повинні визначити свої цілі, місію, цінності та стратегічні напрямки. Вони повинні вміти проводити аналіз ринку, визначати конкурентні переваги та розробляти план дій, спрямований на досягнення цих цілей.

Серед окремих заходів спрямованих на покращення та вдосконалення розвитку підприємницької діяльності в Україні можна зазначити наступні:

- спрощення процедур отримання фінансування – для підприємців важливо створити сприятливі умови для отримання кредитів завдяки зменшенню

бюрократичних перешкод і прискоренню процедур затвердження кредитів. Важливо також сприяти розвитку альтернативних джерел фінансування, зокрема мікрокредитування. Серед кроків, які держава запровадила варто виокремити діючу на сьогодні державну кредитну програму «Доступні кредити 5-7-9%», що спрямована на посилення конкурентоспроможності малого бізнесу;

- зменшення податкового навантаження шляхом оптимізації податкової системи, зокрема зменшення податкових ставок та впровадження податкових пільг для підприємців;

- активне залучення інвестицій, як внутрішніх, так і зовнішніх формуючи сприятливе інвестиційне середовище, зменшуючи адміністративні перешкоди та забезпечуючи захист прав інвесторів. Не менш важливо додатково сприяти розвитку фондового ринку та впровадженню інвестиційних стимулів;

- посилення фінансового нагляду та регулювання для забезпечення стабільності фінансової системи. Це включатиме контроль за діяльністю банків, страхових компаній, фондових бірж, а також запровадження ефективних механізмів протидії фінансовим шахрайствам і відмиванню грошей;

- важливим аспектом розвитку підприємництва є підвищення фінансової грамотності серед підприємців. Держава може сприяти цьому шляхом розробки та проведення фінансових програм та тренінгів, які допоможуть підприємцям управляти своїми фінансами, розуміти ризики та ефективно використовувати фінансові інструменти.

Зазначені шляхи вдосконалення фінансових та управлінських аспектів підприємництва в Україні можуть сприяти зміцненню фінансової стійкості, залученню інвестицій та загальному розвитку підприємництва в країні.

Список використаних джерел:

1. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryemnytstva.pdf>

Алла СОКОЛОВА
к.е.н., доцент,
Майя ПОЛЩУК
Наталія ГОНТА
Тетяна ЧЕРЕВКО

*Волинська державна сільськогосподарська дослідна станція
Інституту сільського господарства Карпатського регіону НААН*

МІСЦЕ І РОЛЬ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Останнім часом з діяльністю особистих селянських господарств (далі ОСГ) пов'язані продовольча безпека держави, грошові доходи та рівень життя

сільського населення. Крім того, сільські домогосподарства можна розглядати як складову одиницю для розвитку аграрного підприємництва за умови трансформації їх у сімейні фермерські господарства [1].

У 2021 р. кількість особистих селянських господарств в Україні становила 3 млн 921,5 тис. одиниць із середньою площею земельних ділянок 1,56 га, з яких 0,20 га використовується для будівництва та обслуговування житлового будинку. Із них 637,1 тис. од. (14,8%) функціонують на сільських територіях Західного Полісся (табл. 1).

Таблиця 1. Окремі показники розвитку ОСГ на сільських територіях Західного Полісся у 2021 р.

Країна/ області	Кіль- кість, тис. од.	Площа земель- них ділянок, тис.га	у тому числі з цільовим призначенням			
			для будівництва й обслуговування житлового будинку, господарських будівель і споруд	для веден- ня ОСГ	для ведення товарного с.-г. вироб- ництва	з них узятих в оренду
Україна	3921,5	6120,0	777,1	2544,2	2735,3	367,1
Західне Полісся	637,1	902,6	139,8	517	237,3	4
Волинська	147,6	312,8	33,3	215,0	57,5	0,9
Житомирська	174,4	173,7	39,2	92,7	41,6	0,1
Рівненська	179,8	269,8	38,4	119,0	111,8	0,2
Чернігівська	135,3	146,3	28,9	90,3	26,4	2,8
% Західного Полісся	16,3	14,8	18,09	20,3	8,7	1,1

Джерело: розраховано за даними: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Особисті селянські господарства залишаються стійкою формою господарювання в аграрному секторі Західного Полісся України (табл. 2, 3). Однак темпи росту виробництва сільськогосподарської продукції в ОСГ досліджуваного регіону відстають від темпів розширення їх землекористування. Причиною цього є: диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію; відсутність належного стартового капіталу; технічна відсталість ведення дрібного виробництва та його низька ефективність; труднощі зі збутом виробленої продукції; недостатня кооперація між ОСГ та інтеграція з іншими суб'єктами ведення агробізнесу; відсутність розвинутої ринкової інфраструктури, здатної обслуговувати приватне виробництво; нестача коштів для подальшої діяльності тощо.

Понад 50% всієї сільськогосподарської продукції у Рівненській області та 44,6% в 2021 р. у Волинській вироблялося домогосподарствами населення. Саме особисті селянські господарства займають провідні позиції з виробництва багатьох видів сільськогосподарської продукції (молоко, картопля, овочі) й залишаються основним джерелом доходів сільських родин.

Таблиця 2. Частка продукції сільського господарства, виробленої основними категоріями господарств Західного Полісся у 2021 р., %

Країна/ області	Продукція сільського господарства			У тому числі			
	Гос-ва усіх категорій	з неї		продукція рослинництва, з неї		продукція тваринництва, з неї	
		підприємства	ОСГ	підприємства	ОСГ	підприємства	ОСГ
Україна	100,0	67,4	32,6	70,6	29,4	53,4	46,6
Західне Полісся	100,0	62,3	37,7	66,7	33,3	40,1	59,9
Волинська	100,0	55,4	44,6	55,9	44,1	54,3	45,7
Житомирська	100,0	60,7	39,3	68,7	31,3	21,6	78,4
Рівненська	100,0	49,4	50,6	54,7	45,3	31,4	68,6
Чернігівська	100,0	83,8	16,2	87,5	12,5	53,2	46,8

Джерело: розраховано за даними: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Таблиця 3. Частка продукції рослинництва і тваринництва у виробництві продукції сільського господарства на сільських територіях Західного Полісся у 2021 році, %

Країна/ області	Господарства усіх категорій			У тому числі			
	продукція с.-г.	з неї продукція		підприємства, з неї продукція		ОСГ, з неї продукція	
		рослинництва	тваринництва	рослинництва	тваринництва	рослинництва	тваринництва
Україна	100,0	81,0	19,0	85,0	15,0	72,9	27,1
Західне Полісся	100,0	80,1	19,9	86,15	13,9	73,2	26,9
Волинська	100,0	70,7	29,3	71,3	28,7	69,9	30,1
Житомирська	100,0	83,0	17,0	94,0	6,0	84,4	15,6
Рівненська	100,0	77,5	22,5	85,7	14,3	69,5	30,5
Чернігівська	100,0	89,2	10,8	93,2	6,8	68,8	31,2

Джерело: розраховано за даними: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

У контексті цього дослідження Малік М.Й. та Шпикуляк О.Г. зазначають, що особисті селянські господарства є основною організаційною формою господарств населення, які забезпечують збереження й розвиток сімейної форми господарювання, самозайнятість членів селянських сімей та одержання ними додаткового доходу, а отже і сталий соціо-еколого-економічний розвиток сільських територій [2, с. 11].

Аналізуючи проблеми розвитку аграрного виробництва та сільських територій України в умовах воєнного стану, завідувачка відділу економіки і політики аграрних перетворень Інституту економіки та прогнозування НАН України, член-кореспондент НАН України Олена Бородіна зазначає, що під час воєнних дій першочерговим завданням українського аграрного сектора є надійне забезпечення населення сільськогосподарською продукцією та продовольством – і тут дрібні фермери й особисті селянські господарства

продемонстрували свою ключову роль у збереженні та розвитку локальних ринків і ланцюгів постачань продовольства [3]. Аграрна політика сталого сільського розвитку, що побудована на рівних правах для всіх груп суб'єктів, які беруть участь у сільськогосподарському виробництві, включно з прозорим і справедливим доступом до сільськогосподарських земель і виробничих ресурсів, дозволить забезпечити ефективний збут та конкуренцією на справедливій основі. Наслідком застосування цих підходів стане зміна аграрної структури, яка дозволить дрібним товаровиробникам використовувати свій виробничий потенціал для створення суспільних благ і забезпечення сталого розвитку сільських територій в територіальних громадах, а також сприятиме забезпеченню адаптації аграрної структури України до ЄС.

Вважаємо, що задля розширення участі дрібних сільськогосподарських товаровиробників у формуванні бюджетів сільських територіальних громад Західного Полісся існує об'єктивна необхідність перетворення окремих домогосподарств у сімейні фермерські господарства з набуттям статусу юридичної особи чи фізичної особи-підприємця. Всебічна підтримка розвитку ОСГ є одним із пріоритетних завдань аграрної політики держави, яка має забезпечити динамічний розвиток вказаних господарств з подальшою трансформацією найбільш активних із них в підприємницькі структури.

Список використаних джерел

1. Соколова А.О., Голій Н.П., Гонта Н.А. Оцінка сучасного стану та перспективи розвитку сільських домогосподарств Волині. *Вісник аграрної науки*. 2018. № 4. С. 55-61.
2. Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. Тенденції і перспективи розвитку особистих селянських господарств. *Економіка АПК*. 2018. № 1. С. 1-19.
3. Бородіна О.М. Сільське господарство України в умовах воєнного стану: уроки для суспільства і політиків. URL: <https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=9288> (дата звернення 20.04.2023 р.).

Володимир ПУГАЧОВ

кандидат економічних наук

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

РОЗВИТОК МАЛИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Згідно з нормами Господарського кодексу України (стаття 55) малими є підприємства, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1].

Для цілей статистичного обліку (до березня 2023 року) до малих сільськогосподарських підприємств відносили ті підприємства, розмір яких не перевищує порогові значення хоча б за одним з таких статистичних критеріїв:

- площа сільськогосподарських угідь - 200 гектарів;
- чисельність великої рогатої худоби - 50 голів;
- чисельність свиней - 50 голів;
- чисельність овець або кіз - 50 голів;
- чисельність птиці - 500 голів;
- кількість працюючих у сільському господарстві - 20 осіб;
- обсяг доходу (виручки) від реалізації продукції, робіт, послуг сільського господарства - 150 тис. грн. [2].

За статистичними даними понад 95% аграрних підприємств є малими, на кінець 2021 року їх кількість перевищувала 44,2 тис. одиниць.

За даними Державної служби статистики України та Державного підприємства «Національні інформаційні системи» станом на 1 січня 2023 року загальна кількість суб'єктів підприємництва в аграрному секторі складала 91007 одиниць, з них: юридичних осіб – 73182 од., в т.ч. фермерських господарств – 49567; фізичних осіб – підприємців (ФОП) – 17825 од., в т.ч. сімейних фермерських господарств – 1995 одиниць.

Фермерські господарства в Україні використовують лише 11,6% сільськогосподарських земель (майже 5 млн. га), з них на малі фермерські господарства припадає 7,2%, або 3,0 млн. га. Частка фермерських господарств у виробництві сільськогосподарської продукції країни становить близько 13%. Фермерські господарства в основному виробляють рослинницьку продукцію. Частка тваринницької продукції в структурі виробленої фермерськими господарствами сільськогосподарської продукції становить лише 2%. В структурі доходів фермерських господарств переважають соняшник (33,3%), пшениця (21,8%), кукурудза (18,5%) та інші зернові культури (7,8%). При цьому окремі малі фермерські господарства займаються виробництвом нішових культур, які не є у пріоритеті великих господарств, у т.ч. овочів, фруктів і ягід.

Розвиток малих форм господарювання, зокрема сімейного фермерства, крім зазначеного вище, сприяє реалізації Цілей сталого розвитку України до 2030 року. Зокрема, Ціль 2 «Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства» потребує реалізації комплексу заходів, у т.ч. стимулювання створення малих господарств, зокрема сімейних, удосконалення правової бази та забезпечення сприятливих економічно-організаційних і соціальних умов їх діяльності.

Реалізації цілі 8 «Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх» сприятиме збільшення кількості зайнятих з одночасним зменшенням частки неформальної зайнятості через розвиток фермерських господарств, посилення мотивації до інноваційної діяльності, технічного переоснащення виробництва з високою доданою вартістю. Для досягнення зазначеної цілі потрібне покращення умов ведення бізнесу, у тому числі регуляторних,

спрощення податків та зборів, формування сприятливого інвестиційного клімату; надання доступу до фінансових послуг мікро- і малим підприємствам; стимулювання упровадження раціональних моделей господарювання на засадах сталого розвитку та запобігання погіршенню стану навколишнього природного середовища; сприяння зайнятості та гідній праці для всіх жінок і чоловіків, а також захисту трудових прав, забезпеченню надійних і безпечних умов праці.

Реалізація Цілі 12 «Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва» передбачає посилення ролі місцевих громад, всеохоплююче інформування, просвітництво та освітні заходи щодо сталості цих процесів. Зазначене сприятиме формуванню у сільських жителів і товаровиробників відповідних виважених моделей поведінки і практик господарювання, оптимізації системи санкцій із забруднювачів довкілля та економічного стимулювання відповідального поводження.

Реалізація зазначених цілей можлива шляхом формування інституційно-правового забезпечення механізму розвитку сімейних фермерських господарств й поліпшення умов ведення ними аграрного бізнесу. Для досягнення максимального практичного ефекту кожна країна ЄС розробляє власні стратегії сталого розвитку сільських територій. Ключовою складовою цих документів є розвиток малих форм господарювання і комплексний розвиток сільських територій, спрямований на стабільне забезпечення сільськогосподарського виробництва, поліпшення умов праці та проживання населення, збереження природного середовища. Основними принципами є поєднання збереження природи, задоволення основних потреб людини, досягнення рівності та соціальної справедливості, забезпечення соціального розвитку та культурного різноманіття; підтримання цілісності екосистем. Важливою передумовою їх досягнення є наука і освіта, які сприяють ефективному управлінню, обґрунтованому прийняттю рішень, розвитку демократії.

Попри позитивні інституційні організаційно-економічні новації щодо стимулювання створення малих аграрних підприємств, зокрема сімейних фермерських господарств, підвищення мотивації селян до набуття ними статусу офіційних учасників організованих ринків продукції, одержувачів державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, активних учасників програм розвитку сільських територій, не спостерігається активної тенденції їх створення, а кризові явища в сільській місцевості загострюються.

Важливим механізмом розширення економічних можливостей малих аграрних підприємств, підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції та зниження їх ризиків мала стати сільськогосподарська кооперація. Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію» був прийнятий ще у 1997 році. Навіть після змін, внесених до цього Закону у 2012 році та запровадження окремої бюджетної програми підтримки сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, у вітчизняному сільському господарстві кооперація не набула поширення. Селяни продемонстрували певну неготовність об'єднувати майно для ведення спільної діяльності, побоюючись минулого досвіду колективізації. Одночасно, податкове законодавство не сприяло веденню прибуткової діяльності, тому у

липні 2020 року було прийнято новий Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію», який закріпив перехідний період адаптації для вже створених кооперативів та мав активізувати провадження спільної господарської та іншої діяльності у сільському господарстві [3]. На початок 2022 року в Україні було зареєстровано 1274 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів та 1001 сільськогосподарських виробничих кооперативів а їхня частка на українському ринку аграрної продукції становить трохи більше 1%.

Унаслідок повномасштабної війни, аграрний сектор економіки зазнав значних втрат, скоротилася бізнес-активність. На окупованій території значка кількість аграрних підприємств було зупинено або частково зупинено. Загальні прямі втрати малих підприємств оцінюються мільярдними збитками. Зріс рівень безробіття, та знизився розмір заробітної плати у різних сферах економічної діяльності, що призвело до скорочення внутрішнього попиту на агропродовольчу продукцію та зменшення цін. Істотних руйнувань зазнали об'єкти сільськогосподарської, складської, транспортної, енергетичної, переробної та іншої інфраструктури. Внаслідок зростання цін на добрива, паливе та насіння, руйнування логістичних мереж відбулося зростання собівартості. Виробництво сільськогосподарської продукції стає збитковим і низькорентабельним. На внутрішньому агропродовольчому ринку спостерігається певна непрогнозованість ситуації. Проте, саме малі аграрні товаровиробники змогли швидше адаптуватися та диверсифікувати власну діяльність. Саме вони мають найбільші перспективи подальшого розвитку.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 № 436-IV (зі змінами). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Наказ Державної служби статистики №94 від 24 лютого 2023 р. (зі змінами). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0094832-23#Text>
3. України «Про сільськогосподарську кооперацію» від 21 липня 2020 № 819-IX (зі змінами). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/819-20#Text>

Svitlana KRAVCHENKO

Sc.D., professor

NSC “Institute of Agrarian Economics” NAAS

DEVELOPMENT OF BUSINESS STRUCTURES IN AGRICULTURE IN WARTIME CONDITIONS

The intensification of the activities of business entities in agriculture and the disclosure of the potential of new opportunities for the country's socio-economic development were partially limited by military operations. The overall high risks of socio-economic development persist due to the uncertain state and conditions of

wartime. This will restrain the inflow of capital into the development of entrepreneurship in the country's agriculture. We already have a shortage of working capital; the growth of the dollar and commodity surpluses; falling assets; rupture of logistical ties; blocking markets for products; environmental disasters in the territories of livestock complexes; high risks of large-volume commodity exports; external commitments; implementation of sowing campaigns and harvesting in areas under fire; lack of prospects for participation in restoration programs, since in order to receive material assistance, business entities need a maximum land bank size of 250-1000 hectares; improvement of qualifications and training of personnel in the long term, shortage of labor. In addition, the advantages of the production of niche high-margin crops, for which the variability of the logistics system is developed, and more, are actualized.

It has been established that the change in the forms and methods of survival for business entities is associated with the improvement of the parameters of the main components of the adaptation of the economic mechanism of functioning. In the course of the study, we substantiated that the main components of the system for diagnosing the adaptive state of business entities in agriculture are subsystems for adaptive risk management of agricultural production, planning, modeling, forecasting. It is revealed that the adaptive approach to management is associated with the implementation of the forms of reflection by the business entity and its network structures of the influence of the market environment. The most effective method for diagnosing adaptive processes is economic and mathematical modeling [1].

When considering the processes of adaptation of business entities to functioning in wartime conditions, it is necessary to take into account the peculiarities of the structure of agricultural production in the country, namely, the export orientation of agricultural production, the structure of business entities in agriculture, their specialization and areas of marketing activities. In the structure of production, a significant part (about 32%) of the personal business sector, which is focused on personal satisfaction and provision of the domestic product market [2].

In the context of hostilities in the country, the institutional uncertainty of the state on the issues of providing support for the development of agriculture and entrepreneurship leads to a decrease in production volumes. The capitalization of business entities is also decreasing. The structure of sown areas is changing. The area under Shrovetide crops, rapeseed and soybeans is increasing.

Diversified businesses with assets abroad are characterized by a higher ability to adapt and survive. Negative consequences for the agro-holding model of Ukrainian agriculture were revealed. Programs that are already being implemented in the country by the Food and Agriculture Organization and other donors are implementing a farm-centric model in agriculture. Farmers and private farms play a major role in maintaining and developing local markets and food supply chains. Farmers and private peasant farms function primarily for the sake of the existence of production itself, and not for the sake of rent and profit. In addition, the development of farming and personal peasant farms will help to ensure the adaptation of the agrarian structure of Ukraine to the conditions of survival in the European Union. The desire of

entrepreneurs for self-sufficiency, for the practice of gardening, for the development of household farms for the realization of personal problems is also manifested [3].

The new program of assistance to small agricultural entrepreneurs involves financing from the budget support of the European Union for a total amount of 2.5 billion hryvnia (50 million euros). Non-refundable assistance can be received by commodity producers who cultivate from 1 to 120 hectares of land or contain from 3 to 100 cows.

In the process of research, it was found that the priority measures of organizational and economic support for the formation of integrated structures in wartime conditions include the following: state institutional and economic support for the development of cooperation in rural areas; strengthening integration ties for small businesses; support for cooperative and integration initiatives in the non-agricultural business sector in rural areas to facilitate the implementation of socio-economic projects; development and implementation of cooperative projects for the implementation of "green" initiatives; strengthening the institutional capacities of integrated structures to implement activities in the context of the United Nations Modern Development Goals for the period up to 2030; formation of an effective mechanism for the institutionalization of industry associations; implementation of program measures to solve production and marketing problems of small agricultural producers; support for the development of cooperation of peasant farms to ensure their exit from the shadows and functioning in war conditions and after military reconstruction; for the representation and protection of the interests of producers, the development of voluntary associations (cluster associations or simple partnerships).

It has also been established that small entrepreneurial tours are largely adapted to function in wartime conditions. In the future, it is necessary to promote the development of small entrepreneurial structures and family farms that produce niche crops, ensure the preservation of jobs and the environment.

Current problems of functioning in wartime conditions include: the blockade of Ukrainian seaports; lack of funds for the collection, preservation and sale of products; loss of part of the acreage; loss of products in the meat and dairy complex. The most acute problems include the following: (a) administrative obstacles related to the procedures for registering business entities, the procedure for their creation and licensing; b) a decrease in domestic demand for food products, a decrease in real incomes of the population; purchase of cheap products; high prices for industrial products, transport and energy; c) increasing differences in the level of socio-economic development of rural areas; instability of entrepreneurial activity; regional differences in production efficiency; high levels of unemployment and low social security in a number of regions; d) a decrease in the level of social capital of rural communities; e) the absence of a state program for the development of non-agricultural entrepreneurship in rural areas; in rural areas, there are only 53 non-agricultural business entities per 10,000 people; predominantly these are individuals - entrepreneurs with the main activity in trade; f) imperfection of investment support mechanisms for technological and organizational innovations, which are based on the use of scientific achievements and best practices.

In the process of research, it was found that in wartime conditions, the functioning of integrated structures contributes to the organization of the functioning of agricultural and food production, employment of the population; improving the material well-being and infrastructural support of the system of life and management in rural areas; preservation of the village as an environment of life, activity and national identity. In the lurks of martial law, the role of integrated structures as coordinators of interaction for small agricultural businesses is increasing. Of particular importance are various forms of cooperation as integration structures for the organization of joint activities.

References:

1. Malik M., Kravchenko S., Shpykuliak O., Malik L., Yuzhykova V. (2022). Adaptation of business entities in the agrarian sector of the economy to activities in wartime conditions. *Ekonomika APK*. Vol. 29, No. 6. pp. 28-40. URL : https://eapk.com.ua/web/uploads/pdf/Ekonomika%20APK_2022_Vol.%2029,%20No.%206_28-40.pdf (*Адаптація суб'єктів підприємництва аграрного сектору економіки до діяльності в умовах воєнного часу*).
2. Kravchenko S., Malik M., Shpykuliak O., Diuk A. (2023). Adaptive approach in the system of management and marketing research of business entities in agriculture. *Methods of improving the economy, tourism and management* : collective monograph / Andrushchak I., Chudovets V., Rechun O., etc. International Science Group. USA, Boston : Primedia eLaunch, p. 126-136. DOI: 10.46299/ISG.2023.MONO.ECON.1.3.3. URL : <https://isg-konf.com/methods-of-improving-the-economy-tourism-and-management/> (*Адаптивний підхід у системі управління та маркетингових досліджень суб'єктів підприємництва у сільському господарстві*).
3. Malik M., Shpykuliak O., Kravchenko S., Malik L., Yuzhykova V. (2023). Farm activities in wartime conditions. *Ekonomika APK*. Vol. 30, No. 1. pp. 40-50. URL : <https://eapk.com.ua/uk/journals/tom-30-1-2023/rozvitok-fermerskikh-gospodarstv-v-umovakh-voennogo-chasu> (*Розвиток фермерських господарств в умовах воєнного часу*).

Наталія МАРКОВИЧ

к.е.н., в.о. доцента

Львівський національний університет
природокористування

ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Уже більше року економіка України потерпає від кривавої війни Росії. І весь цей час вітчизняний бізнес намагається працювати, незважаючи на численні терористичні атаки ворога. Оговтавшись від шоку повномасштабного

вторгнення, підприємцям довелося підлаштовуватися до нових умов існування. Понесені великі збитки через жорстокі руйнування та окупацію частини наших територій, багато підприємців втратили все. Але в цілому бізнес намагався вижити та продовжити роботу, попри всі старання окупанта зруйнувати нашу економіку – як бойовими діями, так і енергетичною кризою.

Падіння національної економіки за підсумками 2022 р. склало безпрецедентні 30,4%, а споживча інфляція становила 26,6%, що означає здорожчання товарів і послуг в Україні в середньому на чверть. Відбулася і значна девальвація національної валюти, що теж не могло не позначитися на вартості товарів і послуг. Крім значного падіння добробуту та зростання цін, з початку війни бізнес практично втратив можливість вести зовнішньоекономічну діяльність. Крім того, з України за кордон виїхало 8 млн. осіб, рятуючись від бойових дій, а всередині країни майже 5 млн. людей стали внутрішніми переселенцями. В цих складних умовах більшість українців намагалися згуртуватися та підтримати вітчизняну економіку, невід’ємною частиною якої є бізнес. Багато людей почали віддавати перевагу товарам місцевих виробників, більшої популярності набувають саме українські бренди.

За даними Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА), у 83% компаній-членів асоціації відбулося падіння бізнесу у 2022 р. Загальні втрати українських підприємств від війни складають 13 млрд. доларів, а загальні непрямі збитки оцінюються у понад 33 млрд. доларів [1]. Окрім падіння доходів, звісно, відбулися безліч інших змін, що негативно позначилися на роботі підприємців та суттєво ускладнили можливості ведення діяльності. І один з найяскравіших прикладів – атаки на енергетичні об’єкти, що призвели до масових тривалих відключень електроенергії, з якими довелося зіткнутись усім українцям. Таким чином, 89% компаній відчули вплив російських ракетних атак на свою діяльність. Російські обстріли призводять до переривання робочих процесів, скорочення кількості продуктивних годин, складнощів у плануванні, накопичення втоми співробітників, зростання витрат через використання генераторів та до інших негативних наслідків для операційної роботи компаній.

Отже, повномасштабне російське вторгнення стало неабияким викликом для української економіки та змусило власників бізнесів радикально змінювати формат роботи. Деякі бізнеси взагалі припинили свою діяльність, дехто тимчасово зупинив роботу, а дехто підлаштувався під воєнні реалії та намагається розвиватися. Однак, в цілому, наразі головною метою бізнесів є виживання. Найбільшими проблемами, з якими зіткнувся бізнес на початку війни є логістика, проблема доставки закордонних товарів та й взагалі виїзд за кордон, валютні розрахунки та невизначеність у майбутньому. Серед інших викликів – перебої зі зв’язком та інтернетом і проблеми з бронюванням співробітників і виїздом за кордон.

Влада в Україні зрозуміла, що паралізований війною бізнес потребує якнайшвидших заходів підтримки. Тому вже в березні минулого року був ухвалений закон про пільгове оподаткування бізнесу. Також була запроваджена урядова грантова програма “єРобота”, яка передбачає можливість отримати грант на власний бізнес із створенням нових робочих місць. А деякі підприємці

змогли за допомогою держави перевезти свої підприємства у більш безпечні регіони в рамках програми релокації та налагодити там роботу заново. Аналогічно державою внесені зміни до Податкового кодексу та було надано можливість бізнесам платити лише 2% від доходу, були заборонені податкові перевірки, надано можливість не платити акциз.

Держава активно почала відкривати митні пости на кордоні з Польщею, що дало можливість збільшувати об'єми перевезення товарів. Більше того, держава активно надає пільгові кредити для розвитку бізнесу, чим останній охоче користується. За даними Міністерства фінансів України, підприємці отримали від банків за час війни понад 18000 кредитів на загальну суму 78 млрд. гривень. Крім того, реалізація ідеї Кабінету міністрів щодо створення стратегічного запасу нафти і нафтопродуктів не дозволила різкого підняття цін на паливо [2].

Загалом держава активно працює в напрямку допомоги бізнесу. Звісно, не обійтись тут і без поганих новин, таких, як відміна для бізнесу більшості вище зазначених пільг. Тому, у підприємців залишається багато запитань щодо діяльності митниці та податкової служби. Вистоявши у найскрутніші для держави часи, український бізнес не здається та продовжує будувати плани на майбутнє. Більшість підприємців, а саме 76% планують розширення бізнесу у 2023 р.

Кредитування – традиційно актуальна тема для малого бізнесу. У 2022 р. підприємці повідомляли про труднощі з отриманням кредитів. Серед опитаних МСБ 59% вважають банківське кредитування недоступним або важкодоступним, тоді як у 2021 р. таких було 40% [1]. Загалом українці абсолютні молодці, вони відповідальні за своїми зобов'язаннями. Але сьогодні українська бізнес-спільнота очікує певних кроків від держави для підтримки економіки і роботи бізнесу зокрема. Для цього члени ЄБА визначили ключові пріоритети в роботі на 2023 р., які передбачають сприяння відновленню та відбудові України, що включає сприяння залученню іноземних інвестицій в нашу країну.

Другим пріоритетом є питання євроінтеграції, де йдеться про широке коло питань щодо продовження гармонізації законодавства України з нормами ЄС, сприяння та підтримка бізнесу у виході на європейські ринки, тощо. Третім пріоритетом є ефективна взаємодія з органами влади у питанні протидії тіньовій економіці, яка, залежно від сектору, коливається від 25 до 70%, що створює нерівні правила гри на ринку та заважає прозору бізнесу рухатись вперед. Четвертим пріоритетом є сприяння продовженню діджиталізації послуг, контрольних дозвільних процедур, зокрема, в сфері охорони здоров'я, фітосанітарного контролю, діджиталізація всіх процесів митного оформлення. Також важливим напрямком є дерегуляція та ефективне проведення реформи дозвільно-регуляторної сфери.

Загалом український бізнес зазнав значних збитків через війну, як і решта сфер нашого життя. Але підприємці продовжують долати щоденні труднощі у намаганні вистояти та зберегти власну справу, пошматовану жорсткою війною. Навіть серйозні перебої з електроенергією, які подекуди переходили у блекаути, не зупинили вітчизняний бізнес. Підприємці понесли значні

додаткові витрати, але вклалися у генератори та інше необхідне обладнання для забезпечення своєї безперебійної діяльності.

Що стосується більш глобальних перспектив, то минулого року Україна отримала довгоочікуваний статус кандидата у країни-члени Євросоюзу та докладає максимум зусиль, аби пришвидшити процес інтеграції. Безумовно, це буде ключовою рушійною силою змін і для вітчизняного бізнесу, адже Україна стане повноправним учасником європейського ринку, що означає гру за новими правилами. На шляху до цього наша держава вже отримала п'ять так званих “безвізів” із ЄС. Це “енергетичний безвіз”, коли Україна приєдналася до європейської енергомережі, “транспортний”, завдяки якому український бізнес більше не потребує дозволів на автомобільні вантажні перевезення, “економічний”, який скасував на рік всі мита і квоти на українські товари, що експортуються в ЄС. Крім цього, запрацював “митний безвіз”, який дозволяє інтегрувати нашу митницю в європейську, а також “цифровий”, завдяки якому Україна тепер є членом програми “Цифрова Європа”.

Звичайно, приєднання до ЄС означитиме зростання конкуренції для українського бізнесу, якому доведеться працювати над підвищенням власної конкурентоспроможності. Але це означає і розширення горизонтів щодо ринків збуту, і додаткові інвестиції в українську економіку. Зрозуміло, в умовах війни, марно сподіватися на відчутний економічний підйом, і оцінки бізнесменів найближчих перспектив цілком реалістичні. Проте не варто складати руки. Перемога настане, а з нею і відновлення, підвищення добробуту та нові перспективи для розвитку бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Чуприна А. Релокація бізнесу: Державна підтримка та досвід компаній. URL: <https://eba.com.ua/relokatsiya-biznesu-derzhavna-pidtrymka-ta-dosvid-kompanij/>
3. Як Дія.Бізнес допомагає відновитися та розвиватися підприємцям під час війни. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/diya-biznes-dopomagaye-malomu-ta-serednomu-biznesu-pid-chas-viyni-podrobici-50263798.html>

Любов ПЕРЕТЯТКО

к.е.н, доцент

кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту

Львівський державний університет

безпеки життєдіяльності

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

За останні роки Україна зазнала значних змін в своєму політичному, економічному та соціальному житті. В цьому контексті, інвестиції стали одним із головних критеріїв для оцінки розвитку країни.

Інвестиційний клімат в Україні відображає загальний стан економіки та ступінь привабливості для іноземних та внутрішніх інвесторів. Цей клімат

залежить від багатьох факторів, таких як політична стабільність, правова система, доступність кредитів, інфраструктура та багато іншого.

На жаль, історично Україна не завжди була сприятливою країною для інвестицій, але останніми роками було зроблено багато зусиль для поліпшення інвестиційного клімату в країні. Зокрема, було прийнято закони про захист інвесторів, податкову реформу, земельну реформу та інші.

Згідно із законодавством України під іноземними інвестиціями розуміються цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту. Такими цінностями можуть бути майнові права, цінні папери, цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, нематеріальні активи, грошові кошти або будь-яке інше майно.

Інвестиції можуть здійснюватися іноземцями у різних формах, а саме:

у формі часткової участі у компаніях, що створюються спільно з українськими юридичними та фізичними особами, або шляхом придбання частки діючих підприємств;

створення компаній, що повністю належать іноземним інвесторам, філій та інших відокремлених підрозділів іноземних юридичних осіб або придбання у власність діючих підприємств повністю;

придбання нерухомого чи рухомого майна, включаючи будинки, квартири, приміщення, обладнання, транспортні засоби та інші об'єкти власності, шляхом прямого одержання майна та майнових комплексів або у вигляді корпоративних прав, акцій, облігацій та інших цінних паперів;

придбання самостійно чи за участю українських юридичних або фізичних осіб прав на користування землею та використання природних ресурсів на території України;

придбання інших майнових прав;

в інших формах, які не заборонені законами України, в тому числі без створення юридичної особи на підставі договорів із суб'єктами господарської діяльності України.

Таким чином, іноземні інвестори мають широкий вибір інструментів для інвестування в економіку України. При цьому на сьогоднішній день Україна може запропонувати іноземним інвесторам різні сектори, де створюється висока додана вартість, продукція яких може бути конкурентною на світових ринках. Ми визначили топ-10 галузей, на які слід звернути увагу іноземним інвесторам у 2023 році:

Енергетика (\$177 млрд. інвестиційного потенціалу). Україна може генерувати десятки електричних потужностей та «зеленого» водню і вже почала співпрацювати з різними країнами та залучати фінансування міжнародних організацій. У рамках Водневої стратегії ЄС, що передбачає основним пріоритетом сприяння використанню відновлювального водню, Україна була визнана пріоритетним партнером.

Логістика та інфраструктура (\$123 млрд. інвестиційного потенціалу). Географічне розташування України робить її важливим транзитним коридором

для торгівлі. Логістика є одним із найважливіших секторів, що через війну наразі потребує великих інвестицій.

Оборонно-промисловий комплекс (\$43 млрд. інвестиційного потенціалу) – є захистом держави та гарантією безпеки в майбутньому.

Агропромисловий комплекс (\$34 млрд. інвестиційного потенціалу). Україну вважають «житницею Європи», через те, що український чорнозем являється одним із найродючіших у світі. Інвестор може здійснювати інвестиції як у виробництво (шляхом оренди земельної ділянки тощо), так і в переробку сільськогосподарської продукції.

Металургія та металообробка (\$26 млрд. інвестиційного потенціалу). Україна має досвід металургійних високотехнічних процесів і повного циклу виробництва титану та титановмісної продукції. Українська промисловість може утримувати лідерство на ринку заліза прямого відновлення і «зеленої» металургії. При цьому, внаслідок воєнних дій українська металургійна галузь втратила ряд важливих потужностей як: «Алчевський металургійний комбінат», «Єнакіївський метзавод», «Донецьксталь», «Харцизький трубний завод». У 2022 році внаслідок повномасштабного вторгнення РФ в Україну були зруйновані «Азовсталь» та «Маріупольський металургійний комбінат», що значно прискорило падіння ВВП України.

Промислове виробництво (\$16 млрд. доларів інвестиційного потенціалу). Одна з найважливіших галузей, що включає проектування, виробництво й експлуатацію машин та інструментів. Важливі та найбільш розвинуті такі ланки виробництва, як важке, транспортне, сільськогосподарське машинобудування, верстатобудування, приладобудування, радіотехнічне та електротехнічне виробництво, обладнання для інших галузей промисловості, особливо хімічної та харчової.

Інноваційні технології (\$11 млрд. інвестиційного потенціалу). Українці були першими, хто створив єдину систему офіційних та державних документів в електронному вигляді під назвою «Дія», і продають свій концепт на світовій арені. Також, в Україні існує унікальний режим Дія City — це сприятливе економічне середовище всередині країни, в якому ІТ-бізнес зможе повністю реалізувати свій потенціал і бути конкурентоспроможним на міжнародній арені. Україна посідає 4 місце у світі за обсягом фінансових операцій за допомогою мобільних пристроїв та є четвертою у світі за кількістю користувачів крипто валюти. Українське ІТ є найбільш затребуваною сферою для міжнародних компаній у залученні працівників та співпраці з ними.

Природні ресурси (\$5,6 млрд. інвестиційного потенціалу). Україна багата на корисні копалини та мінеральні ресурси, такі як кам'яне вугілля, залізні та марганцеві руди, графіт, каолін, уранові, титанові, цирконієві руди, германій, нерудна металургійна сировина, сировина для виробництва будівельних матеріалів та інші.

Україна очікує припливу великих інвестицій по закінченню війни. При цьому, ми вбачаємо збільшення активності іноземних інвесторів уже сьогодні, оскільки інвестиції в Україну – це не лише можливості для інвестора, але й внесок у перемогу над агресором.

Список використаних джерел

1. Інвестиційна привабливість України: оцінка та підвищення – Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2018.
2. Інвестиції в Україні: виклики та можливості – Європейський банк реконструкції та розвитку(ЄБРР), 2019.
3. Інвестиційний потенціал України: перспективи розвитку та шляхи підвищення. Український науково – дослідний інститут економіки та соціальних відносин, 2020.

Осипа САВЧУК

викладач економічних дисциплін

Івано-Франківський фаховий коледж ЛНУП

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Російська збройна агресія проти України, яка у лютому 2022 року набула повномасштабного поширення на всю її територію, значно послабила загальну економічну динаміку країни. Без працюючої економіки перемога у війні неможлива. У той же час, попри всю невизначеність майбутнього, більшість вітчизняних компаній працюють, зберігаючи робочі місця та допомагаючи країні наблизити перемогу. Війна для них стала нагодою посилити свою міцність та поглянути на внутрішні проблеми бізнесу з нового боку. Важливою в даних умовах є підтримка підприємництва з боку держави.

Держава шукає шляхи підтримки бізнесу, найбільш ефективні методи та інструменти сприяння його активності, збереження рентабельності. З огляду на це, усю сукупність методів можна розподілити на такі групи: податкова, митна і фінансова підтримка, дерегуляція, підтримка на місцевому рівні (зокрема, сприяння релокації), інформаційна підтримка і підтримка у розрізі галузей [2].

Найбільш ефективною стала саме фінансова підтримка, адже більшість із господарюючих суб'єктів, яким вдалось зберегти бізнес та пережити шоківий момент, початок війни та перші місяці загальнонаціональної нестабільності, має потребу у фінансових ресурсах, додаткових джерелах фінансування діяльності та інвестиціях. У рамках фінансової підтримки реалізовано такі кроки:

- розширено державну кредитну програму «5-7-9%» на всі українські підприємства для отримання доступу до кредитів розміром до 60 млн. грн. під 0% на період дії воєнного стану та протягом місяця після цього (із подальшою зміною відсоткової ставки до рівня 5% річних);

- рада директорів Міжнародної фінансової корпорації 16 грудня 2022 року підтримала програму фінансування українського бізнесу на 2 млрд. дол. США, що є перспективним не лише в аспекті фінансування потреб бізнесу, але й підвищення рівня сприятливості інвестиційного клімату в державі;

- фонд розвитку підприємництва 21 грудня 2022 року підписав Кредитну угоду з АБ «УКРГАЗБАНК» на суму 150 млн. грн. у межах проекту

«Рефінансування енергоефективних інвестицій МСП України через фінансовий сектор»;

- для сприяння підвищенню зайнятості тимчасово переміщених осіб державою передбачена компенсація в розмірі 6500 грн. щомісячно за кожного працевлаштованого вимушеного переселенця. під час воєнного стану та протягом 30 днів після його завершення;

- станом на 26 грудня 2022 року в межах двадцятої хвилі реалізації ініціативи «Власна справа» 626 підприємців отримують мікрогранти (250 тис. грн.) на започаткування або розширення власного бізнесу [3].

Державне підприємство «Прозорро. Продажі» за ініціативи Мінекономіки, за підтримки Міністерства цифрової трансформації України та національного проєкту з розвитку підприємництва та експорту «Дія. Бізнес» запустили платформу цифрової взаємодії для допомоги з релокації бізнесу.

ДП «Прозорро. Продажі» спільно з маркетплейсом E-Tender розробило IT-систему, яка дозволяє подавати заявки як підприємствам, що потребують переміщення, так і компаніям, які готові надати для цього приміщення чи інші активи. Платформа дозволить не лише збирати та опрацьовувати такі запити, а й моніторити онлайн процес переїзду, який реалізовуватимуть Міністерство економіки спільно з Мінінфраструктури, Укрзалізницею, Укрпоштою та іншими учасниками. Для реалізації проєкту з релокації світовий вендор Microsoft Corporation надав у користування хмарні сервіси в межах загальної програми підтримки державних органів та бізнесу. Це дозволило забезпечити інфраструктуру рішення для автоматизації процесів релокації українських підприємств [1, с. 62].

Наша держава нині повинна скористатись шаленою підтримкою з боку прогресивної світової спільноти задля максимального залучення інвестицій на відродження країни. Сьогодні Україна стала центром спрямування світової фінансової підтримки, метою якої є протидія росії та відновлення країни після нищівних дій окупанта. Проте, ці інвестиції мають відповідати принципам стійкості та критеріям ESG (екологічне, соціальне та корпоративне управління). На хвилі широкомасштабної підтримки нашої держави світовою спільнотою варто замислитись над залученням інвестицій в аграрну сферу країни. Тим більше, що життя показало важливість цієї галузі не лише в масштабі України, а й світових масштабах, бо за нею – унеможливлення продовольчої кризи в багатьох країнах світу. Тому необхідно формувати урядові та громадські проєктні пропозиції до різноманітних фондів та інвесторів з метою залучення коштів для відновлення та сталого функціонування аграрного бізнесу в Україні.

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що дії українського уряду з підтримки вітчизняного підприємництва в умовах воєнного стану, є цілком раціональними і враховують особливості кожного з видів діяльності і створюють підґрунтя для його успішного відновлення, функціонування та розвитку.

Список використаних джерел

1. Андрухович Д.Р. Особливості надання державної допомоги суб'єктам господарювання на базі цифрової платформи «Дія» в умовах війни. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 2 (125). С. 59-63
2. Мурована Т.О. Вітчизняне підприємництво в умовах воєнного стану: основні тенденції та методи підтримки. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-49>
3. Огляд інструментів підтримки бізнесу в період воєнного стану в Україні (грудень 2022). *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2023. URL: <https://niss.gov.ua/en/node/4794>

Олег ТОМАШІВСЬКИЙ
к.е.н., викладач вищої категорії
Львівський фаховий коледж
Львівського національного університету
природокористування

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Туристична індустрія – одна з найдинамічніших, що найбільш стрімко розвиваються. В останні роки як в Україні, так і за кордоном серед різних напрямків розвитку національної економіки все більшого поширення набуває туризм. Велике значення галузі туризму в світовій економіці було підкреслено ЮНЕСКО. У майбутньому, за прогнозами економістів, доходи від туристичного бізнесу складатимуть від 15% до 80% у бюджетах країн Європи. У всіх країнах «старого» світу це важлива частина державної політики [1].

Серед проблем у розвитку цього напряму підприємницької діяльності, як і всієї туристичної галузі, є великий дефіцит у кваліфікованих, професійних кадрах, а тому одним із найважливіших завдань галузі є підбір та формування кадрів туристичної індустрії, запорукою чого є якісна освіта. Дана стаття в певній мірі висвітлює закордонний досвід, як кращий напрям поєднання теорії та практики, підприємництва та туризму [2].

Для вирішення кадрової проблеми підготовка фахівців здійснюється для всіх підрозділів: пріоритетних видів туризму, готельного і ресторанного бізнесу, менеджменту казино, нічних клубів, спа – менеджменту та ін. Величезна увага в навчальному процесі приділяється практиці студентів, яка оплачувана, що дає додатковий стимул для входження в професію. Не дарма ж вважається, що вищою оцінкою будь-якої теорії є практика. Ще один важливий аспект в отриманні освіти за кордоном - ступінчастість отримання дипломів. Він складається з підготовчої програми - бази для подальшої освіти (перша шабелю для початку кар'єри) і програм, що ведуть до здобуття ступеня бакалавра, магістра та доктора наук.

Еталоном у сфері освіти з туризму, безперечно, є Швейцарія. Туристична освіта починається з підготовчої, стартової програми (на даному етапі йде поділ: міжнародний готельний менеджмент/туристичний менеджмент). Програма триває 2-2,5 року, складається з 2 семестрів по 30 тижнів і також включає в себе оплачувану практику. Як приклад такої освіти програма: Swiss Management University. При отриманні освіти за напрямом «Готельний менеджмент» - основна увага приділяється практиці і дисциплін менеджменту. Присвоюються 2 міжнародно визнані кваліфікації: 1-я - швейцарський диплом, 2-я - диплом американської асоціації готелів (Amerikan Hotel & Lodging Association). Обов'язкова вимога при поступленні - хороше знання англійської мови на рівні: (TOEYL 500 або IELTS 5.0) або успішна здача «мовного» тесту університету та наявність атестата про середню освіту. Профільні предмети: управління в сфері послуг суспільного харчування, управління приготуванням їжі, вивчення роботи бару, основи в бухгалтерії, бізнес-комунікації, курс іноземної мови, менеджмент, маркетинг, фінанси і т.д.. Можливо також взяти факультативний курс [3].

Менеджмент туризму і подорожей – факультативний вступний курс (5 місяців), основна програма вивчається 2 роки. Вимоги до абітурієнтів ті ж, що і для готельного менеджменту. Профільні предмети: основи маркетингу, бізнес-практика, бізнес-комунікації, управління туристичними об'єктами, маркетинг, бізнес-подання, бізнес-економіка, туризм, менеджмент людських ресурсів, бізнес-планування. По закінченню студенти вступають на будь-яку програму бакалавра.

При отриманні освіти за напрямом Менеджмент індустрії гостинності, навчальний ступінь - Бакалавр ВА (Hons Degree), навчання триває 5 місяців + 6-ти тижневий самостійний курсовий проект під дистанційним керівництвом викладача. Ця програма призначена для підготовлених студентів, які вже мають досвід роботи на практиці і яким потрібно розвинути аналітичні здібності. Програма готує до міжнародної кар'єри, приділяє особливу увагу глобальним фактами індустрії гостинності на даному етапі і в майбутньому та відображає різноманітність сфери гостинності. Рівень підготовки: TOEYL 525 або IELTS 5.5.

Випускники можуть починати кар'єру менеджера або вступити на програму магістра. Навчальний процес за напрямом «Менеджмент туризму та подорожей» триває 5 місяців + 6-ти тижневий самостійний курсовий проект під дистанційним керівництвом викладача. Отримані знання дозволяють випускникам працювати в різних областях туристичної індустрії. Рівень підготовки: TOEYL 525, IELTS 5.5.

При отриманні освіти за напрямом «Менеджмент заходів» тривалість навчання така ж і включає в себе організацію та «промоушн» конференцій, виставок, спортивних та розважальних заходів. Вивчаються так само основні дисципліни менеджменту, логістика, розвиваються здібності оцінювати ризик. Після закінчення можлива кар'єра не тільки у вузькій сфері менеджмент-заходів, але і в широкій сфері туристичної індустрії. Доступною є освіта за напрямом «Спа-менеджмент» з такою ж тривалістю навчання. Метою програми

є підготовка менеджерів, які розуміли суть справи в деталях. Отримані знання основ бізнесу дозволяють працювати в різноманітних сферах.

Вищі вимоги ставляться при поступленні в магістратуру за напрямом «Менеджмент індустрії гостинності». Тривалість навчання – 5 місяців + курсовий проект. Мета такої освіти – розвинути аналітичні, творчі здібності і навички, знання в сфері управління персоналом, стратегічного менеджменту, вміння працювати в мультикультурній атмосфері, розвиток здібностей до самостійного навчання, дослідницьких навичок та роботи в команді [4, 5].

Спостерігається збільшення уваги євро-освіти до всіх напрямів туризму. Фахівців за кордоном готують не для вузької сфери. Практика невіддільна від теорії. Розвивають навички аналізу і уміння адаптуватися до змін у туристичній індустрії. Магістратура - акцент на дослідній роботі основи бізнесу та економіки необхідні. Для підготовки професійних менеджерів використовуються основи бізнесу та економіки. Орієнтуються на міжнародний ринок, готують до роботи в мультинаціональній атмосфері.

Список використаних джерел

1. Тарасенко А. Види екологічного туризму. //Туризм і відпочинок. 2010. №21.
2. <https://world-study.ua/>
3. <http://smapse.ua/turisticheskoe-obrazovanie-za-rubezhom/>

Тетяна СТАНЬКО

*к.е.н., ст. викл. кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого
Львівський національний університет
природокористування*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

2022 рік став найтрагічнішим в історії незалежної України. Повномасштабне вторгнення росії на нашу територію стало руйнівним, економіка держави зазнала серйозного падіння. Російська воєнна агресія призвела до значних жертв серед цивільного населення та пошкодження інфраструктури, завдавши людської, соціальної та економічної шкоди. За верифікацією, яку провів спільно Світовий банк із Міністерством розвитку громад і територій, росією завдано прямих збитків Україні на 326 млрд. дол.. Нас чекає не лише важка боротьба за перемогу, а й складний шлях відбудови.

Обстріли енергетичної інфраструктури росією збільшили темпи спаду національної економіки у листопаді 2022 року, порівняно з аналогічним періодом 2021 р. до 41 %. За даними Державної служби статистики інфляція у листопаді склала 26,5 % у річному вимірі, у 2023 році значне її сповільнення не очікується. Енергетичні проблеми, спричинені ракетними обстрілами

росіянами, також можуть вплинути на зростання інфляції. Не менш різко у 2022 році девальвувала національна валюта.

Протягом першого місяця війни лише 17% великих підприємств продовжували працювати без будь-яких обмежень. 30% організацій змогли перейти на роботу в режимі он-лайн, а всі інші або не працювали зовсім, або призупинили діяльність якщо не до мирних, то принаймні до спокійніших часів. Більше 50% українців втратили роботу. Насамперед це стосується працівників великих старих промислових підприємств, які розташовані у південно-східному регіоні України.

Понад 10% орних земель нашої держави стали непридатними для проведення посівної кампанії, що суттєво вдарило як по експортному потенціалу країни, так і по наповнюваності державного бюджету. При цьому фермери відносно швидко призвичаїлися до важких умов і знаходять можливі способи зберігання, транспортування необхідних ресурсів та забезпечують інші важливі моменти, а менш гнучким агрохолдингам складніше адаптуватися до нових реалій. Загальні втрати від транспортної блокади, зокрема морських торговельних портів (які забезпечували до 65% міжнародної торгівлі України, передусім за рахунок металургійної та аграрної продукції) становлять орієнтовно 3-5 млрд. доларів щомісяця (і це без урахування пошкодження об'єктів інфраструктури внаслідок системних бомбардувань) [1].

Найбільша слабкість української економіки з точки зору національної безпеки – енергетична залежність. Позбавлення від російської залежності потребує не тільки традиційних заходів, зокрема, нарощування власного видобутку нафти, газу, вугілля, а й нових технологічних рішень, насамперед – перехід до відновлюваних джерел енергії.

Одним із альтернативних джерел енергії є біомаса: відходи рослинництва в нашій аграрній країні можуть зробити непотрібним мінімум 10 млрд. м³ природного газу на рік. Крім цього, вартість енергії з біомаси є нижчою, ніж з природного газу.

Сучасні технології пропонують два напрямки вирішення енергетичної проблеми: для короткочасного накопичення енергії — це батарейні накопичувачі (BESS), для довгострокового накопичення — це водень. Крім того, водень, є найбільш перспективною альтернативою бензину та дизелю в якості пального для транспорту. Потреби української енергосистеми в батарейних накопичувачах такі великі, що є сенс в налаштуванні їх місцевого виготовлення. Більше того, таке виробництво налагодити не складно не тільки для внутрішніх потреб, а й для експорту в ЄС.

До війни головною перепоною для зміни технологічної бази була нестача інвестиційних ресурсів та характерна для України структура валових заощаджень, при якій заощадження населення в 4-5 разів менші, ніж підприємств. Рівень внутрішніх заощаджень та інвестицій у нашій країні є критично низьким, приблизно вдвічі меншим, ніж потрібно для стійкого та швидкого зростання на рівні 6-7% у рік. Компенсувати нестачу внутрішніх інвестиційних ресурсів іноземними не вдавалося через політичні причини, оскільки економічна політика нашої держави завжди була ворожа до інвесторів.

Після закінчення війни можна очікувати, що нестачу внутрішніх інвестицій можна буде компенсувати іноземними. Дуже важливим моментом є створення механізму фінансування, який не консервує структуру економіки, а змінює її. Приклади такого механізму були в економічній історії, тому, ми маємо на що орієнтуватися. Найбільш вдалим взірцем були корейські чеболі.

На перший погляд, чеболі – зразок олігархічного бізнесу, проте це не зовсім так. Уряд Кореї з 1961 року перетворив олігархічні утворення в механізм швидкої реструктуризації економіки. Працював цей механізм таким чином: держава в особі Ради економічного планування (РЕП) визначала на п'ять років пріоритетні напрямки та проекти, державні банки отримували за кордоном довгострокові кредити під державні гарантії. Цими позиками банки кредитували на пільгових умовах чеболі, які виконували проекти, схвалені РЕП. Критерієм успішності проекту була конкурентноздатність чеболі на світовому ринку. Ті, хто не досягав успіхів в експорті, був приречений на банкрутство або поглинання, з боку держави їм не надавалася підтримка. Такий механізм дозволив досить швидко перетворити країну у експортера продукції передових технологій.

Перш за все, для пропонованого варіанту економічної політики потрібно у нашій країні створити державний орган, аналогічний РЕП. Він має визначити перспективні напрямки та проекти, розробляти та втілювати довгострокові плани розвитку.

На сьогоднішній день в Україні запускають нову економічну стратегію, яка діятиме в умовах війни, допоможе нашій економіці вистояти та стане фундаментом для післявоєнного відновлення.

Першим стратегічним напрямом є мікрогранти на створення власного бізнесу, в межах яких держава надасть безповоротні витрати для створення тисяч нових мікробізнесів. Друга програма – це безповоротні гранти на розвиток переробних підприємств. Це стосується, насамперед, деревообробки, меблевого виробництва, створення одягу чи фурнітури, будівельних матеріалів, аграрної переробки тощо. Кошти можна буде витратити, зокрема, на придбання обладнання.

Програма в агросекторі стосуватиметься часткової компенсації вартості теплиць. Зокрема, буде надаватись безповоротний грант на проєкт модульної теплиці, площею 2 гектари. Передбачається будівництво до 3-х тисяч таких теплиць. У межах ще одного напряму, передбачаються гранти на висадку нових фруктових і ягідних садів. Перші очікування від проєкту – висадження нових садів, на площах до 10 тисяч гектарів.

Планується реалізувати ще ініціативу, яка стосується ІТ-сфери. Передбачається, що Український фонд стартапів буде викуповувати частку у новостворених компаній. Цільова аудиторія програми — це ІТ-підприємці-початківці, які мають ідею створення стартапу та шукають фінансування на стадію створення тестової моделі. Кошти можна направляти лише на розвиток, наймання співробітників, підготовку моделі та початкове фінансування. Річний бюджет програми становить 10 млрд. грн. Пріоритет надаватиметься компаніям, які орієнтуються на експорт. Крім цього, розроблено програму, в

межах якої українці, котрі бажають здобути кваліфікацію junior developer або графічного дизайнера, або іншу технічну спеціальність, матимуть змогу отримати грант, який можна буде витратити на навчання на ІТ-курсах. Держава направить фінансування для 60 тис. українців, які зможуть після цього знайти роботу в цій сфері [2].

Загалом ці грантові програми можуть стати справжнім поштовхом зростання для економіки. Це ставка на середній та малий бізнес. Це мотивація для людей залишатися і працювати в Україні.

Повоєнний економічний бум у нашій державі можливий за умови, якщо розроблені заходи реалізовуватимуться в руслі чіткої та послідовної стратегії, спрямованої на дерегуляцію економіки та створення сприятливого інвестиційного клімату. Проте, навіть маючи у своєму розпорядженні всі інструменти для зростання економіки, важливим аспектом є ефективне їх використання.

Список використаних джерел

1. Соціальний розвиток України у 2022-2024 роках. Дебет-Кредит: [сайт]
URL: <https://news.dtki.ua/society/economics/69933-iakimi-budut-ekonomicnii-i-socialnii-rozvitok-ukrayini-u-2022-2024-rokax> (дата звернення 10.05.2023).
2. Новіков В. Яким має бути «План Маршалла» для України після війни [електронний ресурс]. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/11/683811/> (дата звернення 20.04.2023).

Галина ГАЙДА

викладач економічних дисциплін

ВСП «Горохівський фаховий коледж Львівського національного університету природокористування»

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВЕДЕННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Минулий рік для українців був надзвичайно тяжким. На нашу землю вторглися російські загарбники, знищуючи все на своєму шляху. Нещадна війна залишила свій кривавий слід не тільки в душах і серцях українських громадян, а й негативно відобразилась на економіці нашої країни.

Під болісним ударом опинився і вітчизняний аграрний сектор.

Щороку вітчизняні аграрії потерпали від сезонних та кліматичних негараздів. Це були надмірна кількість дощів чи, навпаки, посуха, розвиток хвороб на рослинах чи активізація шкідників. Цьогоріч додалися ще воєнні виклики. Зокрема, це збереження команд професіоналів, бронювання потрібних спеціалістів, складність проведення робіт та подальшого експорту власної продукції чи її зберігання.

Також аграрії зіштовхнулися й зі зміною ринків збуту.

Проте, хоч би які труднощі не підносила війна, аграрна Україна знайшла вихід із складних ситуацій. І змогла не лише себе забезпечити продовольством, а й залишитись надійним партнером на світовому ринку. Провівши власні дослідження на базі аграрних підприємств Волинської області: (ПОСП ім. Шевченка, ПОСП ім. Івана Франка, селянське (фермерське) господарство «Захід»), можна зробити висновок, що аграрний бізнес досить перспективний і наразі надзвичайно актуальний.

На допомогу відродження економіки країни стали країни-члени Євросоюзу, США та Канада.

Аби збільшити експортні обсяги аграрної продукції, у травні Євросоюз започаткував програму "Шляхи солідарності".

Загалом за 2022 рік Україна експортувала 50,9 млн. тонн продукції АПК та харчової промисловості на загальну суму 21,1 мільярдів доларів.

16 грудня Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО) спільно з Міністерством аграрної політики та продовольства України представили найнагальніші потреби та проблеми агросектору, а також спільний план дій ФАО та Мінагрополітики з їх вирішення у 2023 році. Під час пресконференції представили результати нещодавно опублікованого звіту ФАО «Вплив війни на сільське господарство та засоби до існування сільського населення в Україні. В зв'язку з чим, були запропоновані ряд інвестиційних заходів від країн Євросоюзу, США та Канади.

Загалом ФАО планує підтримати 4 600 найбільш вразливих фермерських господарств та інших сільськогосподарських виробників під час весняної посівної кампанії 2023 року. Кожен отримувач допомоги може отримати достатню кількість насіння кукурудзи або соняшнику для обробки 10 гектарів землі.

У програмі могли взяти участь юридичні особи, фізичні особи-підприємці та фізичні особи, які мають зареєстровані сільськогосподарські угіддя площею від 10 до 200 гектарів. Допомога від ФАО є безкоштовною та безповоротною.

Як повідомляв Укрінформ, Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО) 3 квітня 2023 року розпочала прийом заявок від аграрних виробників з прифронтових областей на отримання насіння кукурудзи та соняшнику для цьогорічної посівної кампанії.

Також Уряд України запровадив низку заходів для підтримки сільського господарства під час війни. Основні зміни в законодавстві були спрямовані на забезпечення доступу до землекористування під час весняно-посівної кампанії, а прийнятий у квітні 2022 року закон про забезпечення безпеки в умовах воєнного стану передбачає автоматичне продовження всіх договорів, у травні 2022 року був прийнятий закон про особливості регулювання земельних відносин в умовах воєнного стану, який спростив оренду земель державної та комунальної власності.

Щоб підтримати виробників зерна, уряд України призупинив дію імпорتنих мит на матеріали, що використовуються для зберігання зерна, спростив правила реєстрації сільгосптехніки та вантажівок, а також

запровадив систему надання грантів малим фермерським господарствам. Багато проміжних ресурсів, що використовуються в сільському господарстві, були включені до списку товарів критичного імпорту (однак цей список було скасовано вже в червні 2022 року). Було розширено державну кредитну програму «Доступні кредити 5-7-9», щоб охопити більше підприємств, у тому числі середніх та великих. Станом на березень 2023 року механізми та процес подальшої підтримки та покриття збитків агросектору знаходяться на стадії розробки та обговорення. Враховуючи надзвичайно складну ситуацію в сільському господарстві України, будь-які заходи підтримки вітаються та є необхідними.

Незважаючи на війну, Україні вдалося зберегти своє сільське господарство та залишитися світовим постачальником зерна. Знову, хоча й зі значно меншими обсягами торгівлі, запрацював молодий і обмежений ринок землі, який діяв майже рік до війни.

Але є низка проблем, які можна вирішити тільки спільними зусиллями.

Першочерговою метою має бути забезпечення експорту – не лише в інтересах української економіки, але й з огляду на важливість українського експорту для гарантованого постачання продовольства на світовий ринок.

Важливою передумовою для цього є ремонт пошкоджених чи будівництво нових зерносховищ. Для створення альтернатив морському експорту потрібні безпечні залізничні маршрути з відповідною вантажомісткістю. Наразі найбільш сприятливим варіантом є залізничні перевезення до портів Румунії на Чорному морі. Залізничні перевезення до країн Західної Європи не лише потребуватимуть набагато більше часу – на Заході бракує необхідних портових потужностей для подальшого транспортування зерна морем. Залізничні перевезення досі ускладнені через різну ширину колії в різних країнах.

Другою частиною стратегії відновлення має бути створення резервного парку техніки (тракторів, комбайнів) та швидка заміна знищеної техніки. Для цього агропідприємствам необхідно залучити фінансування. Для підтримки поставок техніки можна залучити західні гарантії.

Заглядаючи далі в майбутнє, до третьої частини стратегії відбудови слід включити переосмислення набору вирощуваних культур із фокусом на підвищенні продуктивності. Наприклад, українські землі також підійдуть для вирощування сої (суворі зими, сухе спекотне літо). Для підвищення продуктивності аграрного сектору в цілому було би корисно збільшити глибину переробки, наприклад, переробляти зерно на борошно або використовувати зернову продукцію в тваринництві.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України: Закон від 16.01.2003 №436-ІУ (зі змінами). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. <https://www.unian.ua/economics/agro/rik-agrarnoji-neperemozhnosti-yak-ukrajina-popri-viynu-goduvala-sebe-ta-svit-12099183.html>

3. <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3528966-agrarnij-sektor-pid-cas-vijni-ci-mozna-minimizuvati-vtrati-i-ruhatisa-vpered.html>

Анна МОРОЗОВА
*м.н.с., Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки», м. Київ*

ФЕРМЕРСЬКІ ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ У ТВАРИННИЦТВІ

З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року серед тих, що найбільш постраждали, – Київська, Сумська, Чернігівська, Харківська, Донецька, Луганська, Херсонська, Запорізька та Миколаївська області. А це саме ті регіони, де за даними управління тваринництва та племінної справи Департаменту аграрного розвитку Мінагрополітики на початку 2022 року було сконцентровано в усіх категоріях господарств: поголів'я великої рогатої худоби – 25,3%, корів – 25,8%, свиней – 31,5%, овець та кіз – 28,2%, птиці – 24,9%. Виробництво продукції тваринництва: м'яса – 20%, молока – 28,7%, яєць – 44,8% [1].

Починаючи з 24 лютого 2022 року, тваринницькі ферми України опинилися в украй складних умовах: обстріли, пошкодження приміщень та обладнання, відсутність логістики, нестача пального та кормів, відключення електроенергії, потреба в евакуації тощо. Не всім вдалось врятувати та зберегти поголів'я худоби.

Певна частина господарств знаходить свій порятунок в релокації в інші більш безпечні території. Наведемо кілька прикладів. Про збереження всього поголів'я молочної ферми, а це 500 корів, на Чернігівщині, перевезення тварин з прикордонної зони у більш безпечний район області, нанесені російською агресією збитки та нові плани розповів генеральний директор «Росток Холдинг» Дмитро Купавцев [2]. З його слів, ферма була 35 днів під окупацією. У цей час доставка молока на Новгород-Сіверський сирний завод не була можливою, а тому все молоко роздавали населенню. Хто скільки хотів, стільки і брав. Таким чином, через відсутність можливості реалізувати продукцію ферма зазнала значних фінансових втрат. З часом було прийнято рішення про релокацію молочної ферми, план якої розроблявся близько трьох місяців. Це у свою чергу призвело до додаткових витрат, оскільки на старій фермі все було обладнано та автоматизовано, а з початком війни довелося робити все заново. Загалом сума збитків за оцінкою самих власників по фермі становить близько 8 млн. грн. Наразі активно триває реконструкція нової ферми у новому безпечному місці. У планах – зробити ремонт другого корівника, монтаж обладнання і автоматизацію всіх технічних процесів, як це було на старій фермі. І ще – до літа-осені 2023 року збільшити дійне поголів'я корів удвічі. Тваринництво якраз сьогодні й рятує не лише дрібний, а й крупний

аграрний бізнес. «Адже щодо продукції рослинництва, то є проблеми зі збутом продукції, плюс ще й логістика дуже дорога, тому виходить, що тваринництво - вигідна інвестиція», – зазначає Дмитро [2].

За інформацією сайту kurkul.com, у квітні 2023 року на Дніпровщину з Бахмута було евакуйовано стадо корів (майже 400 тварин). Про це повідомив голова Дніпровської ОВА Сергій Лисак [3]. За його словами, допомогла з релокацією ОВА та фермер з Дніпровського району, який безкоштовно надав транспорт, на якому велику рогату худобу рятували прямо з-під обстрілів. Крім того, він надав приміщення. Чиновник зазначив, що корови налякані та виснажені переїздом. Але вже в безпеці та під опікою працівників ферми та ветеринарів. Загалом же від початку війни Дніпровщина вже прийняла десятки релокованих підприємств з Донецької, Луганської, Запорізької, Харківської областей [3].

Сьогодні також відомі випадки, коли фермерські господарства змогли вижити в умовах окупації на територіях, де безпосередньо відбувались військові дії. Більше того, завдяки саме таким фермам населення, яке опинилось в окупації, змогло вижити. Так, фермер з Прилук Чернігівської області Михайло Травецький під час боїв у березні-квітні 2022 року возив молочні продукти людям в Прилуки та сусідні села, доглядав худобу – унікальні породи українських корів [4]. Та попри все, його "Велесова ферма" – 30 голів худоби – вистояла, не зазнавши втрат. Михайло вважає, що у складний час не він рятував ферму, а вона його. Після звільнення територій він продовжує активно розвивати свою ферму, розташовану в яру селища Красляни, що неподалік Прилук, а також молочний та ветеринарний бізнес. У його планах є й більш глобальна мета, а саме: перетворити ферму на український етнохутір. Він каже, що це своєрідне місце сили, де відчувається енергія та важливість природи [4].

Півроку знаходилась в окупації молочна ферма «Пані Юпітер», що розташована за 30 км до кордону в селі Хотімля Харківської області та вже була за крок до націоналізації росією. Її власниця Наталя Коваль вимушена була евакуюватись до Харкова. І лише коли Харківщина була звільнена від російських окупантів, фермерка змогла повернутись до свого господарства. Дорога на ферму виявилась непростюю і потребувала багато зусиль, та головним було те, що ферма є і вона не зникне. Після потрапляння на ферму прийшлося вирішувати цілу низку проблем. Зі слів власниці, на фермі зникло світло, до того ж на фермі закінчилось пальне для генератора, а без палива корів не можна ані доїти, ані напувати. Дорога була вщент розбита і жодні бензовози не погоджувались їхати до них. Тому лише завдяки волонтерам на ферму було завезено дизель у бочках на вантажівках. Крім того, на ферму треба було ще багато чого привезти, зокрема й корми для худоби. В умовах відсутності логістики, вирішувати будь-які питання вкрай складно і дорого. Коштів катастрофічно не вистачає. Та ферма поступово відновлює свою роботу, з наявних до війни 350 дійних корів на фермі залишилось 180, які дають вже 2,5 т молока на день. Серед основних проблем, які виокремлює фермерка, є

насамперед розташування в сірій зоні, потім логістика, нестача кадрів, техніки та обладнання. Релокацію після деокупації вважає зрадою людей, які залишались на місці й завдяки яким ферма вижила та збереглась. Крім того, вона розуміє, що тварин зможе перевезти, але обладнання – ні. Наталя наголошує, що держава має допомагати, тим хто залишився на деокупованих територіях, що необхідно в цій зоні зробити програму підтримки, на кшталт зони вільної торгівлі. Можливо змінити податки. Знову ж таки, піднімає питання стосовно того, що всюди є підтримка внутрішньопереміщених осіб. А вони знаходяться в тому стані, що люди виїхали, а ті що залишилися не мають ніякої допомоги [5].

З 24 лютого і до квітня 2022 року вагалась, переїжджати чи ні, і власниця маленької козячої ферми «Ого-го кози-кози», яка розташована за кілька десятків кілометрів до лінії фронту у селі Новохатське Донецької області, Лариса Гурова. «Але коли ЗСУ зупинили просування, вирішили таки залишитися вдома. Знаєте які у нас тут луки, тому і молоко, і сири чудової якості!», – розповідає фермерка [6]. Спеціалісти ферми «Ого-го кози-кози» серйозно займаються виведенням кіз української коротковухої породи. Поголів'я ферми за місяці повномасштабної війни не тільки не зменшилось, а й збільшилось із 85 до 127 кіз. Не обійшлося й без труднощів, які повстали перед багатьма тваринницькими фермами під час війни. Насамперед це питання кормів, адже всі постачальники сіна залишилися на окупованій території. Частково цю проблему змогли вирішити завдяки підтримці друзів. Ручне доїння і виготовлення сиру з парного молока відразу після доїння, вирішило проблему відсутності світла. Генератор вмикається тільки для того, щоб запустити насос свердловини та напоїти тварин, сир зберігається в погребі. Та попри все, на фермі кипить робота, тут готують смачні сири, обробляють та відправляють замовлення своїм постійним покупцям. Головною мотивацією для фермерки та її сім'ї є її тварини і споживачі сирів. «Після перемоги плануємо зберігати наші породи, збільшувати поголів'я, а також продовжувати виготовляти сири за традиційними рецептами», – зазначає пані Лариса [6].

Отже, війна призвела до масштабних руйнувань, знищення чималої кількості ферм в Україні. Загальні збитки від загибелі тварин та пошкодження й руйнування тваринницьких ферм станом на листопад 2022 року близько 2 млрд. гривень. Загалом, скорочення в галузі від загального обсягу, порівняно з 2021 роком, становить 15% [1]. Поки триває війна фермери продовжують фіксувати збитки, збирати доказову базу. Через відсутність можливості реалізувати свою продукцію з початком війни вони зазнавали значних фінансових втрат. Крім того, сьогодні підприємці несуть додаткові витрати на релокацію та відновлення або створення з нуля нової справи.

Попри значні втрати та скорочення виробництва, загрози продовольчій безпеці країни немає. Та в умовах тотальних руйнувань сільськогосподарської й енергетичної інфраструктури, мінування полів та скорочення трудового ресурсу вважаємо актуальними питання підтримки агробізнесу загалом та фермерських господарств зокрема. І найбільш гострою, на нашу думку, така

потреба є у фермерських господарствах саме в тваринництві. Слід відмітити, що підтримки потребують не лише ті, хто зміг виїхати та перемістити свій бізнес у більш безпечні місця, а й ті, що залишились на місцях та намагаються попри все не втратити його.

Список використаних джерел

1. Міністерство аграрної політики та продовольства України, 2022. Збитки від загибелі тварин та пошкодження тваринницьких ферм становлять приблизно 2 млрд. гривень, - Олена Дадус [online] Доступно: <https://www.kmu.gov.ua/news/zbitki-vid-zagibeli-tvarin-ta-poshkodzhennya-tvarinnickih-ferm-stanovlyat-priblizno-2-mlrd-griven-olena-dadus> [дата звернення 03 січня 2023].

2. AgroPortal.ua, 2023. Релокація молочної ферми та запуск нових проєктів. У які напрями сьогодні йде агробізнес. [online] Доступно: <https://agroportal.ua/publishing/intervyu/relokaciya-molochnoji-fermi-ta-zapusk-novih-proyektiv-u-yaki-napryami-sogodni-yde-agrobiznes> [дата звернення 03 січня 2023].

3. Kurkul.com, 2023. На Дніпровщину з Бахмута евакуювали майже 400 корів. [online] Доступно: <https://kurkul.com/news/32922-na-dniprovshchinu-z-bahmuta-evakuuyovali-mayje-400-koriv> [дата звернення 13 квітня 2023].

4. LIGA.Life, 2023. "Стріляє, а я везу молоко". Як фермер із Прилук годував людей і доглядав корів під час боїв. [online] Доступно: <https://life.liga.net/istoriyi/article/vokrug-strelba-a-ya-vezu-moloko-kak-fermer-iz-priluk-kormil-gorojan-vo-vremya-voynu> [дата звернення 23 березня 2023].

5. Kurkul.com, 2023. Наталія Коваль: Чому є підтримка ВПО, але немає допомоги фермерам, що залишились? [online] Доступно: <https://kurkul.com/interview/1444-nataliya-koval-chomu-ye-pidtrimka-vpo-ale-nemaye-dopomogi-fermeram-scho-zalishilis> [дата звернення 05 травня 2023].

6. Zemliak.com, 2023. Лариса Гурова: Кози на нашій фермі звикли до вибухів. [online] Доступно: <https://zemliak.com/ferma/3963-larisa-gurova-kozi-na-nashiy-fermi-zvikli-do-vibuhiv> [дата звернення 18 травня 2023].

Орест ЖАРСЬКИЙ
магістр, аспірант
Львівський національний університет
природокористування

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Територіальна громада (ТГ) є складним адміністративно-територіальним утворенням, яке має все виразнішу суб'єктність у сфері господарських відносин. Попри здійснення регуляторної діяльності та виконання чимало

контрольних функцій, ТГ бере участь у господарській діяльності. Більше того, однозначним критерієм ефективності та результативності ТГ часто є загальний рівень бізнес-клімату, сприятливість бізнес-середовища для започаткування та здійснення підприємницької діяльності. Суттєвий вплив на бізнес-середовище мають бюджетний процес (формування та розподіл бюджетних коштів) та місцеві програми економічного розвитку. Саме їх поєднання формує т.з. цільові бюджетні програми.

При формування місцевих цільових бюджетних програм доцільно скористатись методами та інструментарієм т. з. локального територіального маркетингу. Концепція локального (територіального) маркетингу є відносно новою, і вона перебуває у динамічному стані формування [1]. І. Соловйов та А. Кліщевська відзначають широкі можливості використання концепції «територіального маркетингу» для вдосконалення управління територіальним економічним розвитком, зокрема для формування сприятливого бізнес-клімату [2]. Подібні висновки та пропозиції всували дослідники із Інституту регіональних досліджень НАН України [3]. Деякі вчені вважають, що основним завданням територіального маркетингу є підвищення ефективності і рівня конкурентоспроможності підприємств, що у них локалізовані. На нашу думку це дещо дискусійне положення, яке трактує ТГ виключно як місце локалізації суб'єктів підприємництва.

Насправді всі суб'єкти господарювання які розташовані у ТГ або взаємодіють із нею перебувають у тісних економічних відносинах. Більше того, усі важливі чинники мають вплив на формування бізнес-клімату. Одним із перших інструментів територіального маркетингу має бути промоція території та громади. Вона може бути здійснена на основі SWOT-аналізу, та із врахуванням Стратегії економічного розвитку. Визначення ключових напрямків розвитку ТГ, формування стратегічних цілей має враховувати усі аспекти розвитку громади.

Список використаних джерел

1. Музиченко-Козловська О.В. Територіальний маркетинг як чинник формування туристичної привабливості регіону // Вісник НУ "Львівська політехніка". 2007. № 594. С.123-128
2. Словйов І. О., Кліщевська А. Ю. Територіальний маркетинг в контексті розвитку регіонів // Вісник ХДУ Серія Економічні науки, № 43, 2021, с. 21-26
3. Писаренко С., Гладій М., Долішній М., Янків М. Регіональний менеджмент і моніторинг. Інститут регіональних досліджень. НАН України, Львів, 1998. 68 с.

ВИКОРИСТАННЯ СТАРТАПУ GO TO-U ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Стартап GO TO-U є цікавою інноваційною інвестиційною розробкою творчої групи. Його ключова ідея полягає в організації та координації співпраці між електромобілем (власником, водієм, уповноваженою особою) і зарядною станцією електроживлення з метою формування економічної зручності для усіх учасників енергетично-фінансового трансферу. Зарядна станція для електромобілів, та й самі електромобілі не є надто поширеними в транспортно-логістичній інфраструктурі. Нові товари, нові розробки вимагають нових підходів до бізнес комунікації елементів та складових. Як відомо, сам процес зарядки автомобіля є багатокомпонентним (час, місце, тривалість, очікування, вартість енергії). Тому комерційна комунікація, яка зменшить час очікування, забезпечить бронювання часу зарядки, дасть змогу замовити електроенергію та ефективно провести взаєморозрахунки, є обґрунтована для формування умовного технічного завдання підприємницької ідеї. Не вдаючись в технічні деталі нашої розробки, зазначимо, що макет ідеї та її програмне наповнення виявились дуже адаптивним, і тому стартап GO TO-U є популярним на ринку таких послуг, демонструє позитивну динаміку. Ми декларуємо, що є платформою, яка забезпечує безперешкодне заряджання електромобіля під час поїздок, полегшує організацію заряджання за межами звичного ареалу перебування, допомагає пошук та бронювання місць заряджання.

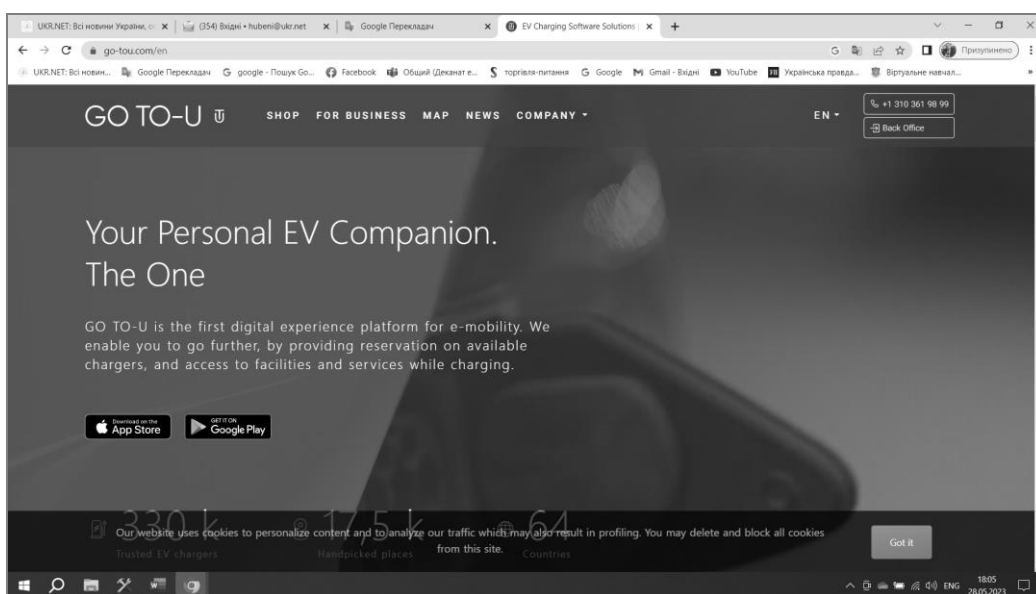


Рис. Візуалізація стартапу на офіційному сайті, 2023 [1]

Під час впровадження стартапу у практику ми зіткнулись не лише із зацікавленістю потенційних клієнтів, але й необхідністю здійснювати маркетингове забезпечення: від локального маркетингу до міжнародного маркетингу. Клієнтська база нашої розробки подолати національні кордони, і ми надали її для комерційного використання у низку зарубіжних країн.

На основі нашого досвіду можна зробити висновок, що наявність зарядної станції та програмної платформи GO TO-U має суттєвий вплив на інвестиційний та клієнтський імідж самого бізнес об'єкта, де такі розробки встановлено. Водночас це формує позитивне реноме території та локальної громади.

Список використаних джерел

1. GO TO-U – офіційний сайт. [Електронний ресурс], режим доступу: <https://go-tou.com/ua>, дата звернення 12.05.23
2. Крижанівський Володимир. Надання органами місцевого самоврядування фінансової підтримки на розвиток місцевого бізнесу та стимулювання підприємництва: посібник. – К.: Програма USAID DOBRE, 2021, 50с.

Ігор РУРАК
аспірант

*Львівський національний університет ветеринарної
медицини та біотехнологій ім. С. Ґжицького*

РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕФЕКТИВНОМУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Із зростанням глобалізаційних процесів сільські територіальні громади в усьому світі дедалі суттєвіше піддаються конкуренції та впливу ринкових сил. Як наслідок у багатьох громадах відбулось зниження економічної активності та потенційних можливостей працевлаштування, що призвело до погіршення якості життя їхніх мешканців. У цьому контексті підприємництво може бути важливим інструментом для створення нових економічних можливостей і відродження сільських територій. Враховуючи, що в Україні вже декілька років реалізовується реформа децентралізації метою якої є «формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення і підтримки повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг» [5], тому підприємництво є необхідною умовою сталого розвитку сільських територіальних громад.

Варто зазначити, що утворені в Україні територіальні громади залежно від типу населеного пункту, в якому знаходиться адміністративний центр, поділяються на сільські, селищні та міські. Проте з позиції специфічних особливостей територіальних громад як єдиної системи управління та

життєзабезпечення доцільно виокремлювати сільські та міські територіальні громади. Що стосується сільських територіальних громад, то вони також не є однаковими і окремі автори їх поділяють на:

- типово сільські (аграрні) території;
- перехідні, «змішані» території (сільські урбанізовані зони та «аграрні міста»);
- території зі спеціальним режимом функціонування (оздоровчо-рекреаційні, гірські та прикордонні) [4, с. 25].

Попри загальні відмінності між різними видами сільських територіальних громад варто враховувати ряд їх спільних особливостей, зокрема, наявність сільського населення, при значних площах земельних ресурсів невисокий рівень густоти населення, сільська соціальна, комунальна та транспортна інфраструктура, яка зазвичай потребує значних фінансових вкладень для повноцінного функціонування. Це все, в тому числі, обумовлює особливості функціонування підприємницьких структур у сільських територіях.

Для однакових напрямів підприємницької діяльності є чимало тих, які в сільській місцевості відносно міських територій менш вигідно здійснювати. У той же час науковцями виділено основні мотиви підприємницької діяльності на селі:

- бажання селян збільшити свої статки, щоб забезпечити вищий рівень життя сім'ї. Основним стимулом служить вища дохідність несільськогосподарської діяльності порівняно із сільськогосподарською. Це відкриває широкі перспективи перед селянами та стимулює до розвитку підприємництва;
- можливість стати незалежним в економічному плані та отримати визнання серед громади;
- незалежність від факторів, що мають значний вплив при веденні сільського господарства (належні погодні умови, справна сільськогосподарська техніка і т.д.);
- самозайнятість цілий рік, тоді як заняття сільським господарством вимагає значних ресурсів сезонно [2, с. 256].

Підприємництво зазвичай сприяє створенню можливостей для працевлаштування, підвищенню доходів населення та подоланню бідності. Що стосується сільських територіальних громад, то будь-яка підприємницька ініціатива на селі може допомогти диверсифікувати місцеву економіку шляхом впровадження нових продуктів або послуг, які є недоступними в інших частинах країни чи окремого регіону. Крім того, підприємці можуть допомогти залучити інвестиції із зовнішніх джерел, які можна використати для покращення інфраструктури та соціальних об'єктів у сільській місцевості. Проте варто відзначити, що дуже важливим є «вміння та здатність органів місцевого самоврядування до стимулювання та залучення підприємців до вирішення конкретних соціальних чи побутових проблем сільських жителів» [3, с. 45].

Згідно діючого бюджетного та податкового законодавства переважна більшість податків та платежів (єдиний податок, земельний податок, 64 % суми податку на доходи фізичних осіб тощо), які сплачуються підприємцями скеровуються до місцевих бюджетів. Таким чином, успішність та стан розвитку підприємницьких структур у сільській територіальній громаді напряму впливає на загальну суму власних доходів місцевих бюджетів, якими безпосередньо розпоряджається місцева територіальна громада.

Успіх підприємництва у сільських територіальних громадах залежить від низки чинників, зокрема, доступу до фінансування, відповідної інфраструктури, урядової політики, наявності кваліфікованої робочої сили та адекватних можливостей для навчання. Уряд повинен заохочувати підприємців, наприклад на законодавчому рівні запроваджувати податкові пільги або фінансувати грантові програми для підприємців, які готові започатковувати новий або розширювати діючий бізнес у сільській території, особливо тих, що характеризуються як депресивні.

Враховуючи значні повноваження місцевих органів влади на місцевому рівні є можливість створювати сприятливе середовище для місцевого підприємництва, за умови що «керівництво територіальної громади усвідомлює важливість «м'яких» чинників для розвитку, які безпосередньо залежать від ефективності менеджменту, то громада навіть за обмежених природних ресурсів може суттєво підвищувати рівень конкурентоспроможності» [1, с. 78]. В основному це є можливим за рахунок спрощеного доступу до ресурсів, таких як земля або будівлі, оптимізації податкових ставок, які встановлюються місцевими радами, а також промоції місцевих підприємців.

Окрім підтримки сільських підприємців зі сторони органів влади також існують організації, які пропонують такі послуги підтримки, як програми навчання або можливості наставництва для підприємців-початківців у сільській місцевості. Вони можуть надавати технічну допомогу в бізнес-плануванні або фінансовому управлінні, щоб підприємці мали навички, необхідні для досягнення успіху.

Таким чином, підприємництво є важливою умовою розвитку сільських територіальних громад. При тому важливо, щоб органи місцевого самоврядування підтримували та заохочували підприємницькі структури для забезпечення ефективного розвитку громад.

Список використаних джерел

5. Линдюк А. О. Маркетинг територіальних громад як інструмент їх розвитку. *Інтелект XXI*. 2021. № 5. С. 77-80.
6. Липчук В. В. Підприємництво в розвитку інтегрованого сільського господарства і сільських територій / В. В. Липчук, Н. В. Липчук, О. Г. Солтис. – Львів : Сполом, 2013. – 302 с.
7. Оліщук П. Підприємництво та його значення у розвитку сільських територій. *Агросвіт*. 2012. №3. С. 43-45.

8. Павлова І. О. Маркетингова стратегія просування бренду сільських територій південного регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. №17(2). С. 24-28.

9. Реформа децентралізації. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/reforma-decentralizaciyi>

Іван БАТЮК

аспірант

Львівський національний університет

природокористування

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА

У сучасних умовах господарювання ефективність діяльності сільськогосподарського підприємства та успіх його функціонування все більше визначає інформаційна складова. Наявність продуктивної системи електронного обміну даними стає елементом його конкурентоспроможності. Тому, безперечно, належний рівень інформатизації потребує відповідних дій на всіх рівнях господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. Найактивніше нині інвестують в інформатизацію великі підприємства. Малі підприємства, здебільшого, обмежені у фінансах, а тому часто відмовляються від впровадження інформаційних технологій на своїх підприємствах.

Інформаційна система – це сукупність засобів збору, зберігання, передачі, оброблення інформації для досягнення поставленої мети у процесі управління [3]

Підприємство, незалежно від чисельності працюючих та потужності основних і оборотних фондів, є складною системою з численними взаємозв'язками між об'єктом управління й управлінською системою. Важливим фактором підвищення ефективності господарської діяльності підприємств є підвищення рівня їх управління. Вдосконалення форм управління на підприємствах можливе за допомогою застосування сучасних інформаційних технологій, які допомагають найбільш ефективно аналізувати, прогнозувати та приймати управлінські рішення.

Повнота інформації характеризує якість інформації і визначає достатність даних для прийняття рішень. Поняття повноти інформації пов'язане з її змістом (семантикою) і прагматикою. Як неповна, тобто недостатня для прийняття правильного рішення, так і надлишкова інформація знижує ефективність прийняття користувачем рішень. Інформаційні ресурси знижують потребу в землі, праці і капіталі, зменшують витрату сировини й енергії, застосовуються для розвитку нових видів виробництва. [2,с.142–147]

Для малого бізнесу інформаційні технології повинні відповідати такими характеристикам:

- мінімальна вартість обладнання та програмного забезпечення;

- максимальна простота використання;
- гнучкість та розширюваність;
- захист і безпека даних;
- сумісність нової технології з уже наявним обладнанням і програмним забезпеченням.

Найперспективнішим напрямом впровадження нових інформаційних технологій у сучасних умовах є створення й застосування в управлінні інформаційних систем нового покоління, які зорієнтовані на розподілене оброблення даних, створення обчислювальних мереж, експертних систем, систем підтримки прийняття рішень, автоматизованих робочих місць управлінського персоналу [1, с.155–157].

Підприємства малого бізнесу посідають важливе місце в економіці кожної країни, вони є невід’ємним, об’єктивно необхідним елементом будь-якої розвиненої господарської системи, без якого суспільство в цілому не може повноцінно існувати й розвиватися. Малі підприємства швидко реагують на зміни кон’юнктури, передусім внутрішнього ринку, створюють нові робочі місця, характеризуються вузькою секторальною спеціалізацією, можливістю почати бізнес з відносно малим стартовим капіталом та розвиватися у сферах, які є не дуже привабливими для великого бізнесу. Всі названі ознаки малого бізнесу є його перевагами, які підвищують його стійкість на ринку. Кількість підприємств, які переходять до автоматизації бізнес процесів і виходять у веб-простір, зростає. Відбувається подальша диверсифікація ERP-систем і розподіл праці, глобалізація бізнесу. Вирішальними чинниками у конкурентній боротьбі на світовому ринку у майбутньому стануть:

- інтенсивність розширення функціональних можливостей інформаційних систем підприємств та їх адаптація до потреб клієнта;
- оперативність запровадження нових систем і технологій;
- їх здатність до розширення й надання послуг;
- швидкість реакції виробників у забезпеченні інтеграції бізнес процесів на всіх рівнях.

Однією з переваг країн, які випереджальними темпами впроваджують інформаційні технології, є державна економічна політика підтримки розширення інформаційного суспільства. Світова економіка перетворюється на економіку, що ґрунтується на інформаційних технологіях. Підприємства всіх країн змушені діяти в нових умовах, коли конкуренція стає глобальною, технологічні зміни відбуваються постійно з метою збереження конкурентоспроможності. Керівники підприємств розуміють, що грамотно застосовані інформаційні системи та технології дійсно підвищують ефективність управління підприємством, і знаходять для цього всі ресурси

Отже, робота сучасного підприємства неможлива без надійної та ефективної інформаційної підтримки його діяльності. Конкурентоспроможність сучасного бізнесу напряму залежить від швидкості отримання, якості оброблення та аналізу інформації, на основі якої приймаються управлінські рішення. А тому навіть невеликі підприємства не можуть ефективно

здійснювати свою господарську діяльність без використання сучасних інформаційних технологій.

Список використаних джерел

1. Інформаційні технології в регіональному управлінні : навч. посіб. / М. П. Бутко, І.М.Бутко, М. Ю. Дітковська, М. І. Мурашко, І. М. Олійченко. К. : Знання України, 2006. 282 с
2. Ларіков В. Ю. Ефективність використання ІТ-технологій в інформаційних системах бухгалтерського обліку / В. Ю. Ларіков. *Вісник Львівської комерційної академії*. Серія економічна [ред. кол. : Башнянин Г. І., Апопій В. В. та ін.]. 2012. Вип. 39. С. 142–147.
3. Плєскач В. Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах [Електронний ресурс] : підручник / В.Л.Плєскач, Т. Г. Затонацька. –К. : Знання, 2011. –718 с. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1431092747737/informatika/zasobi_stvorenniya_zabezpecheniya_informatsiynih_tehnologiy_pidpriyemstvah.

Юрій ПЕРІГ

аспірант

Львівський національний університет

природокористування

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних наукових дослідженнях ефективності функціонування аграрних підприємств існують різноманітні критерії визначення характеру економічного потенціалу. Традиційно потенціал розглядається як узагальнена, сукупна характеристика ресурсів, представлена в конкретному місці і в певний момент часу. За етимологічним значенням «потенційний» означає «прихований», «можливості», які за певних умов їх практичної реалізації можуть трансформуватися в «реальні можливості». Ресурсний потенціал часто розглядають як сукупність усіх ресурсів (матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових, природних, інформаційних та ін.), які використовуються в суспільному відтворенні на тому чи іншому етапі розвитку продуктивних сил.

Слід підкреслити, що ресурсний потенціал – це не просто сукупність ресурсів, це система, комплексне поняття, оскільки всі ресурси тісно взаємопов'язані та взаємодіють [2]. Ресурсний потенціал також характеризується здатністю суб'єктів господарювання використовувати його в певному обсязі. Йдеться про наявність ресурсів належної якості з відповідними обмеженнями внутрішнього та зовнішнього середовища.

Таким чином, ресурсний потенціал аграрних підприємств визначає їх можливості ведення сільськогосподарського виробництва, визначає

конкурентоспроможність аграрної продукції, створює умови для зайнятості сільського населення. Що важливо, він впливає на продовольче забезпечення населення країни. Формування збалансованого ресурсного потенціалу аграрних підприємств повинно здійснюватися на комплексній основі з урахуванням впливу регіональних природно-кліматичних особливостей, природної асиміляції, а також має сприяти покращенню агросистем. Водночас реалізація стратегій для формування та використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств має базуватися на активізації заходів щодо екологізації виробництва з метою зменшення негативного антропогенного та техногенного впливу на агросистеми.

Ресурсний потенціал аграрних підприємств можна представити у вигляді трьох основних сукупностей групи ресурсів, до складу яких входять відповідні компоненти, зокрема:

1) природні та біологічні ресурси (земля, вода, кліматичні та сировинні ресурси, представники флори і фауни окремої території, екологічний стан агросистем);

2) трудові ресурси, які є соціальною складовою процесу формування потенціалу аграрного підприємства, а також пов'язують природні та біологічні ресурси з економічною складовою потенціалу;

3) майновий стан, фінансові ресурси (основні засоби та оборотні засоби, джерела їх формування).

Користування земельними ресурсами угіддями, які є основним і обмеженим за обсягом ресурсом аграрного виробництва, формується через ринок земель сільськогосподарського призначення та ринок оренди таких земель. Для зазначених ринків характерний високий рівень конкуренції, що зумовлює помітне зростання витрат аграрних підприємств за право користування угіддями в динаміці. Особливістю інших природних та біологічних ресурсів – складових економічного потенціалу аграрних підприємств є високі ризики завдання їм шкоди під впливом антропогенних чинників, зокрема пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом.

Трудовий потенціал підприємства – це найбільш динамічна, а отже, й мінлива його складова. З економічної точки зору, трудовий потенціал – це сукупність суспільних здібностей до праці, потенційна спроможність суспільства працювати, його ресурси праці. У межах підприємства трудовий потенціал – це максимальна можливість участі персоналу в процесі виробництва з урахуванням психофізіологічних особливостей працівників, професійного рівня, стажу роботи з врахуванням необхідних організаційно-технічних умов. Особливістю формування трудового потенціалу аграрних підприємств є висока плинність кадрів, пов'язана з використанням частини працівників на сезонних роботах.

Згідно з законом синергії трудовий потенціал підприємства завжди більший, ніж сума індивідуальних потенціалів окремих працівників. Основною вважається інтелектуальна складова трудового потенціалу, так як через неї відбувається інноваційний розвиток підприємства. Інтелектуальна складова трудового потенціалу – це сукупність можливостей людини, які в майбутньому

можуть надати додаткові надходження у вигляді інтелектуальної ренти, роялті, паушальних платежів, підвищуючи конкурентоспроможність персоналу і підприємства в цілому.

Зазначимо, що управління трудовим потенціалом підприємства – це система взаємозалежних складових для забезпечення, координації та стимулювання впливу менеджменту на персонал, орієнтованих на інтенсивність використання робочої сили. У сучасних умовах досягти високої ефективності в управлінні трудовими ресурсами непросто. У аграрних підприємствах, як і в інших основних галузях економіки, зростають вимоги до професійної освіти та підготовки персоналу, його здатності приймати інноваційні рішення.

Фінансові ресурси формують інвестиційний потенціал підприємства. Дослідження категорії «інвестиційний потенціал» базується на різних підходах і міркуваннях. На думку О. Білоусової, визначення інвестиційного потенціалу має ґрунтуватися на положеннях витратного підходу, згідно з яким цей потенціал слід оцінювати як здатність до фінансового забезпечення висхідного інвестиційного тренду шляхом нагромадження основного капіталу та збільшення дохідності й прибутковості від його генерування в поточному та середньостроковому періодах [1, с. 61].

Важливу складову інвестиційного потенціалу становлять капітальні інвестиції, формування яких може відбуватися з різних джерел (див. рис.).

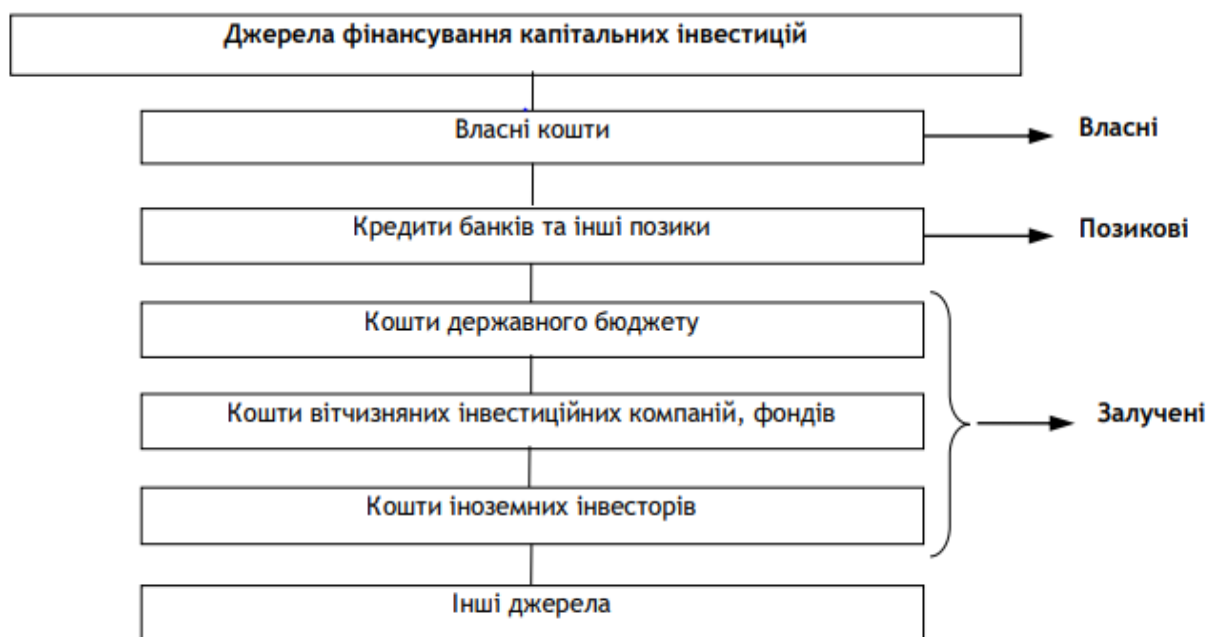


Рис. Джерела фінансування капітальних інвестицій

Які б аргументи щодо важливості державної підтримки вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників не наводилися, основним джерелом фінансування капітальних інвестицій аграрних підприємств є й залишатимуться їх власні кошти. В умовах військового стану зростає вартість позикових. Тому набуває особливої актуальності завдання обґрунтування раціональних параметрів економічного потенціалу аграрних підприємств, формування якого потребує

значних витрат. Таким чином, важливість розроблення стратегії розвитку аграрної сфери проявляється і потребує передусім ресурсного обґрунтування можливостей його подальшого розвитку: оцінювання наявного ресурсного потенціалу та рівня його використання, визначення невикористаних можливостей ресурсного потенціалу, оптимізації складу ресурсів підприємства та джерел їхнього формування; оцінювання ризиків додаткового залучення ресурсів, інвестиційної та інноваційної складової.

Список використаних джерел

1. Білоусова О. С. Інвестиційний потенціал економіки України та ЄС. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2017. №1-2. С. 60-67.
2. Вишнеvsька О. М., Калюжна О. В. Ресурсний потенціал тваринництва підприємств сільських територій. *Економіка АПК*. 2008. № 12. С. 32-37.

Ольга МАЛЯРЧУК

к.е.н., доцент

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ПІСЛЯВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Основною метою підприємницької освіти є розвиток підприємницького мислення, і відповідно генерування доданої цінності (економічної чи соціальної) через набуття знань, вмінь та навичок, які сприяють трансформації ідей у продукти та послуги. Безумовно роль підприємництва в економічному розвитку є значною. Підприємництво є одним з факторів економічного зростання, що сприяє створенню нових ринків, продуктів та послуг, створення нових робочих місць та можливостей.

На нашу думку, доцільно виокремити наступні фактори, які значно впливають або впливатимуть в майбутньому на розвиток підприємницької освіти в Україні: міграція населення, розвиток пріоритетних видів підприємницької діяльності, створення умов для розвитку підприємницької екосистеми освіти дорослих.

Станом на лютий 2023 року за даними Міністерства реінтеграції зареєстровано 4,9 млн. внутрішньо переміщених осіб [1]. Внутрішні переселенці отримують від держави гуманітарну допомогу, харчові набори, одяг і речі першої необхідності. Але цього недостатньо, тому що виникає проблема соціалізації і адаптації на новому місці проживання і працевлаштування, виникає потреба у програмах навчання та перенавчання, в тому числі навичкам підприємництва. Якщо говорити про зовнішню міграцію, після початку повномасштабного вторгнення за даними ООН з України виїхало

майже 13 мільйонів людей, 8,12 мільйона повернулися, а 4,77 мільйона отримали статус тимчасового захисту в країнах Євросоюзу. Усі зареєстровані мають право доступу до освіти, охорони здоров'я та житла, а що теж є важливо до ринку праці. Станом на грудень 2022 року дані свідчать про те, що понад 1,1 мільйона осіб, переміщених з України, працевлаштовані в Європейській економічній зоні [2]. Також за даними ООН 77% біженців планують повернутися, це означає що близько 900 000 осіб потенційно можуть повернутися до України з новими навичками, вміннями, знаннями і які потребуватимуть працевлаштування та відповідно професійної самореалізації. Тому вже сьогодні потрібні розробляти програми налагодження зв'язків (реалізація проєктів навчання та перенавчання) та проєктів підтримки підприємницьких ініціатив українців закордоном.

У повоєнний період нагальною потребою з високою ймовірністю буде розвиток виробничого підприємництва. Розвиток сучасної переробної промисловості є основою конкурентоздатної економіки і передбачає створення і модернізацію виробництва сучасних промислових товарів, що потребує підтримки інвестицій та впровадження цифрових технологій у виробництво. Проте варто використовувати потенціал соціальних інновацій, щоб сприяти соціально-економічному розвитку завдяки інноваційним рішенням. Безумовно, ми маємо справу і будемо мати справу з глобальними соціальними змінами. У 2020 році Україна була провідною країною Східної Європи за напрямком ІТ-аутсорсингу, яка швидко розвивається з точки зору технічних навичок і технічної експертизи. ІТ – сектор це єдина сфера українського експорту, що зросла у 2022 році. Поєднання технологічних інновацій разом з соціальними можуть генерувати додаткову цінність. Цей новий спосіб мислення у якому існує розуміння того, що розвиток нових технологій має бути спрямований на задоволення конкретних глобальних і локальних потреб, пов'язаних із необхідністю покращення якості життя і вирішенню соціальних проблем

Наразі в Україні є чимало ініціатив щодо розвитку молодіжного підприємництва, зокрема для внутрішньо переміщених осіб у рамках грантової співпраці з міжнародними партнерами. Молодь є прогресивною категорією населення, від якої безпосередньо залежить розвиток країни. Проте важливою складовою є освіта для дорослих. Зокрема, ВРУ у січні 2023 року прийняла у першому читанні проєкт ЗУ «Про освіту дорослих». Підприємницька освіта дорослих передбачає врахування набутого вже професійного досвіду та визначення індивідуальної освітньої траєкторії, особливої актуальності освіта для дорослих набуває у зв'язку з прогнозами Національного банку, що рівень безробіття у 2023 році в Україні становитиме 26%. Варто також зазначити про важливість розвитку інфраструктури підприємницької екосистеми, як внутрішньої в межах університетів (офісів трансферу технологій, бізнес-інкубаторів, центрів підтримки розвитку підприємництва) так і інноваційної інфраструктури в країні (індустріальних парків, інвестиційних венчурних фондів, бізнес-акселераторів та ін.) Проте потрібно враховувати потреби різних категорій населення, зокрема з метою реінтеграції ветеранів можна використати зарубіжний досвід запуску акселераційних підприємницьких програм для

ветеранів. Дослідження показують, що ветерани мають на 45% більше шансів почати бізнес, ніж не ветерани і мають особистісні риси, які досить часто допомагають започаткувати бізнес.

Список використаних джерел:

1. Міністерство соціальної політики України. Внутрішньо переміщені особи: веб-сайт. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Vnutrishno-peremishcheni-osobi.html> (дата звернення: 29.04.2023)
2. Мільйони українців втратили роботу через війну. Звідки вони беруть гроші на життя? Веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/12/8/694732/> (дата звернення: 29.04.2023)

Руслана АНДРУШКО

*к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний університет
природокористування*

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ – ДОСВІД ПОЛЬЩІ

Впродовж останніх років Україна переживає складні суспільно-політичні та економічні процеси, що безумовно відображаються на стані розвитку малого підприємництва. У республіці Польща створені набагато кращі умови для ведення малого бізнесу ніж в Україні. Основна перевага, для підприємців Польщі є впровадження онлайн-бухгалтерії. Зміни в податковому законодавстві відбуваються не так часто, всі нововведення завжди раціональні та обґрунтовані.

Оскільки Польща є членом ЄС, то зареєстровані на її території компанії мають усі можливості вільно торгувати товарами роботами чи послугами не тільки в рамках польського ринку (що становить близько 38 млн. споживачів), а й ринку ЄС загалом (обсяг якого складає близько 550 млн. споживачів).

При купівлі фірми в Польщі можна отримати такі переваги:

- у мінімально короткий термін можна отримати функціонуючу фірму. При цьому відпадає необхідність реєстрації бізнесу в різноманітних державних органах (реєстрах, судах і т. д.). Новому власнику не потрібно знову відкривати банківський рахунок, ідентифікаційні номери в податковій інспекції. Фірма, яку він купує, вже має весь пакет важливих документів, необхідних для нормального її функціонування. Їх не потрібно заново оформляти чи переробляти, що дуже зручно для нового власника;

- після купівлі компанії майже одразу можна починати підприємницьку діяльність, проводити переговори з потенційними партнерами чи покупцями, оформлювати договори чи отримувати замовлення на продаж товарів чи послуг;

- новий власник може безперешкодно отримати кредит на здійснення підприємницької діяльності. Також він може брати участь в тендерах;
- після купівлі компанії можна отримати дозвіл на роботу на території Польщі чи навіть іммігрувати на постійне проживання в цю країну.

При виборі готового бізнесу в Польщі необхідно розглянути ще варіант купівлі франшизи. Це дає змогу будь-якому іноземцю без додаткових труднощів займатися підприємницькою діяльністю. При цьому відпадає необхідність дуже великих початкових капіталовкладень, а кожен покупець отримує підтримку від франчайзера на території Польщі. Але потрібно не забувати, що умови отримання франшиз і її вартість може бути різною [1].

У результаті кожен іноземець після покупки готової польської компанії отримає немало переваг. Йому не потрібно вкладати кошти для просування бізнесу на ринку, що необхідно після відкриття нової фірми. Новоспечений власник звільняється від обов'язків по закупівлі обладнання чи підбору персоналу, оскільки вони вже присутні у компанії, що функціонує.

При реєстрації будь-якої фірми в Польщі їй надається юридична адреса. Вона повинна відповідати реальному розміщенню компанії. Найчастіше юридична адреса вказує на місцезнаходження робочого офісу, а інколи вона є віртуальною.

При закріпленні цих даних за фірмою необхідно не забувати, що вони відображаються в усіх офіційних документах, які надсилаються до будь-яких державних установ. Також на цю адресу надходитиме кореспонденція фірми, листи від податкової інспекції та інших служб.

У Польщі існують великі переваги для тих підприємців, які мають власне або орендоване приміщення. Саме його використовують для встановлення юридичної адреси. При відсутності приміщення можна використати дуже зручну для багатьох підприємців послугу – «віртуальний офіс». Також легко орендувати офісу в будь-якому зручному місці.

У відкритті віртуального офісу є багато переваг. Його власник звільняється від пошуку приміщення, яке повинно мати оптимальну вартість і розміщення, від укладання додаткових договорів (купівлі-продажу чи оренди). Зекономлені кошти варто витратити раціонально – на просування компанії на ринку, на купівлю необхідного обладнання чи на залучення відповідних спеціалістів.

Віртуальний офіс вигідно відкривати, коли власник фірми не планує постійно перебувати в Польщі для ведення підприємницької діяльності. Якщо він лиш інколи відвідує країну для ведення важливих переговорів чи підписання договорів, кращого варіанту не знайти. Також він вигідний і в інших випадках:

- фірма ще не буде деякий час повноцінно функціонувати. Власники планують лише здійснювати дослідження існуючого ринку;
- для ефективної роботи компанії необхідно здійснити багато підготовчих операцій – знайти офіс, найняти працівників, купити обладнання, транспорт та інше;
- для здійснення своєї діяльності фірмі не потрібне офісне приміщення;

- компанія працює в сфері надання ІТ-послуг.

Під час здійснення підприємницької діяльності в будь-якому напрямку виникає необхідність отримання різноманітних юридичних послуг. Юридичний супровід бізнесу дуже важливий на етапі одержання деяких ліцензій і дозволів, що дозволяє безперешкодно вести свою діяльність без порушення норм закону. При цьому потреба в таких послугах може бути постійною чи одноразовою. В кожному випадку зі спеціальною компанією, котра надає юридичні послуги, потрібно укласти договір. Зазвичай він передбачає одноразову винагороду чи наявність щомісячних платежів, розмір яких залежить від умов співпраці.

Для іноземця в цій країні виникає багато питань як на етапі реєстрації компанії, так і під час її роботи. А постійний супровід кваліфікованими та досвідченими юристами допоможе уникнути багатьох проблем, у тому числі, сплати штрафних санкцій і навіть закриття фірми.

Якщо проаналізувати міжнародну практику введення бізнесу, то більшість успішних фірм не включають в свій штат фахівця в сфері права. Їм вигідніше залучити спеціальну фірму, яка буде займатися юридичним супроводом на постійній основі або при виникненні потреби. Таке рішення має багато переваг:

- економія фінансів, тому що штатному юристу необхідно виплачувати заробітну плату і забезпечувати відповідні соціальні гарантії;
- наймаючи спеціальну фірму, власник бізнесу може отримати консультацію у фахівців різних галузей права;
- гарантія якості послуг;
- відсутність потреби в підборі кваліфікованого персоналу для юридичної підтримки бізнесу;
- забезпечення конфіденційності наданої інформації.

Не зважаючи на це, іноземцям на початку своєї підприємницької діяльності буває складно пристосуватися до існуючих умов. Власнику фірми необхідна кваліфікована допомога при складанні звітності та введення обліку, що являється частиною успіху на ринку [2].

На території Польщі існують три варіанти організації такого процесу:

- самостійне введення бухгалтерського обліку, що потребує певних знань і навичок. Такий варіант зв'язаний з багатьма ризиками, тому що власник компанії не завжди достатньо компетентний у вирішенні важливих питань;
- включення у штат компанії бухгалтера. Цей варіант вигідний для великих фірм з інтенсивним фінансовим оборотом. Щоб найняти бухгалтера, йому необхідно щомісяця сплачувати заробітну плату і забезпечувати відповідні соціальні гарантії, що передбачає значні видатки;
- бухгалтерський супровід бізнесу компетентними фірмами. Найпростіший і найвигідніший варіант для власників бізнесу в Польщі. Спеціалісти залучених компаній беруть на себе обов'язки по організації бухгалтерського обліку за встановлену плату. Більш як 60% підприємців в Польщі користуються послугами таких фірм [2].

При замовленні послуг зовнішньої компанії для ведення бухгалтерського обліку і податкового супроводу можна розраховувати на деякі гарантії. З такою

фірмою підприємець укладає договір Цивільної відповідальності. Це гарантує власнику фірми те, що у разі виникнення спірних питань бухгалтерська компанія бере на себе сплату усіх штрафів в контролюючі органи. Підприємець може не переживати за якість наданих послуг і за появу санкцій в випадку помилок у звітній документації. Таких гарантій він не отримає, якщо найме бухгалтера чи буде все виконувати самостійно. Після укладання договору зі спеціалізованою компанією вона забезпечує своєчасну здачу необхідних бухгалтерських і податкових звітів у відповідні контролюючі органи та правильну організацію обліку з врахуванням чинних в державі норм законодавства.

Кожна компанія може самостійно вибирати тривалість звітного періоду, який складає один місяць чи квартал. Фінансовий рік Польщі повністю збігається з календарним. Він триває стандартних дванадцять місяців.

Вибір системи оподаткування – це важливе питання, так як коли вона правильно підібрана, то це дає можливість з економити кошти та й чималі [1].

Республіка Польща характеризується одним з найоптимальніших рівнів оподаткування серед інших країн Євросоюзу. До прикладу, податок на прибуток в Польщі становить 19%, у Німеччині – 30%, в Естонії – 21%, в Угорщині – 20,6%. Водночас, законодавство надає широкі можливості щодо віднесення тих чи інших понесених витрат до складу витрат фірми.

Особливу увагу слід звернути також і на ПДВ (VAT), що становить 23% та повертається платнику на рахунок «живими грошима» у визначений законом строк [3].

Ймовірність проведення фіскальними органами перевірок новостворених фірм впродовж перших трьох років діяльності є мінімальною. Виняток може становити випадки, коли щойно створена фірма ініціює повернення значних сум ПДВ (VAT).

Юридичні особи звільняються від обов'язку здачі декларації кожного місяця чи кварталу. При цьому існують фінансові зобов'язання щодо сплати авансу до 20 числа кожного наступного звітного періоду.

З метою максимального спрощення процесу створення бізнесу, польське законодавство дає можливості для створення фірм не тільки в короткі строки, а й без обов'язкового перебування при цьому засновників на території Польщі. Водночас, відповідно до польського законодавства, підприємство, яке засноване і кероване іноземними громадянами, має ті ж права, що й інші суб'єкти господарської діяльності.

Відтак, одні компанії стають на шлях максимальної оптимізації витрат, зменшення обсягів своєї діяльності, а інші – шукають нові ринки збуту та стабільніші умови для підприємництва. В цьому контексті перспективним напрямком подальшого розвитку для українських компаній є започаткування та ведення малого бізнесу на території Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Андрушко Р.П., Руленко Д.І. Актуальні питання обліку та оподаткування суб'єктів малого підприємництва. *Сучасні проблеми і перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в умовах глобалізації економіки: матеріали*. X Міжнар. наук.-практ. конф. (1 грудня 2018 р). / відп. ред. В.В. Чудовець. Вип. 12. Ч. 1. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С.297-300.
2. Andrushko R., Myronchuk Z. Features of small business in Poland: accounting and taxation. *Креативність, підприємництво, інновації: управлінські та освітні тренди майбутнього: праці Міжнародної науково практичної конференції (16-17 червня 2021 р.)* / за редакцією Ярмош О. В. Та ін.: Видавництво «Точка», 2021. С.7-12. ISBN 978-617-7856-36-7
3. Lorem ipsum dolor 1% PODATKU DLA ORGANIZACJI POŻYTKU PUBLICZNEGO (OPP) [Електронний ресурс].

СЕКЦІЯ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ / PRACTICAL ASPECTS OF TRADE DEVELOPMENT UNDER MARTIAL LAW

Станівлав ВАСИЛШИН

д.е.н., професор

Державний біотехнологічний університет

Оксана ПРОКОПИШИН

к.е.н., доцент

Львівський національний університет природокористування

Марина ПОЛЕГЕНЬКА

к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ВИКЛИКИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Перспективи для розвитку торгівлі в умовах воєнного стану є складними і небезпечними, оскільки війна призводить до руйнування економіки, зниження виробництва та ускладнень з постачанням товарів [1]. З іншого боку, у воєнний час збільшується попит на певні види товарів, такі як продукти харчування, медикаменти, взуття та інші товари першої необхідності. Це створює певні можливості для підприємств, які здатні швидко та ефективно реагувати на зміни в ринковій ситуації.

Деякі практичні аспекти можуть допомогти підприємствам забезпечити успішну торгівлю навіть за таких умов, зокрема:

1. *Розвиток власного виробництва*: умови воєнного стану можуть призвести до зниження імпорту товарів, що змушує підприємства залежні від зовнішнього ринку шукати нові джерела постачання. Розвиток власного виробництва може допомогти зменшити залежність від зовнішніх постачальників і забезпечити стабільне забезпечення необхідними товарами.

2. *Концентрація уваги на товарах першої необхідності*: воєнний стан призводить до зниження попиту на різноманітні товари, але попит на товари першої необхідності, такі як продукти харчування, медикаменти та інші, збільшується. Концентрація уваги на цих товарах може допомогти підприємствам забезпечити відносно стабільний розвиток.

3. *Розвиток електронної комерції*: в умовах воєнного стану виникають певні обмеження щодо руху людей та товарів. Розвиток електронної комерції сприяє забезпеченню постачання товарів без необхідності фізичного контакту з клієнтами.

4. *Планування та координація*: воєнний стан в країні як правило призводить до нестабільної ринкової ситуації, тому планування та координація

можуть бути вирішальними факторами успіху підприємства. Планування дасть можливість підприємству забезпечити достатній запас товарів, а координація допоможе уникнути дублювання зусиль та покращити ефективність роботи.

5. *Адаптація до змін*: в умовах воєнного стану ситуація може змінюватись дуже швидко та несподівано, тому підприємства повинні бути готовими до швидкого реагування та адаптації до нових умов. Гнучкість та швидка реакція на зміни забезпечить підприємствам збереження конкурентної переваги та успішну торгівлю [2].

Торгівля в умовах воєнного стану є своєрідним викликом для бізнесу, оскільки вона вимагає певної адаптації та змін в стандартних процесах торгівлі. Основні виклики для бізнесу в умовах воєнного стану систематизовано в таблиці.

Таблиця. Ключові виклики для бізнесу в умовах воєнного стану

Виклики для бізнесу	Характеристика
Підвищені ризики	В умовах воєнного стану підвищуються ризики, пов'язані з транспортуванням товарів, зберіганням запасів та здійсненням фінансових операцій. Бізнес-підприємствам необхідно збільшувати заходи безпеки та моніторингу ризиків, щоб забезпечити безпеку своїх працівників, клієнтів та товарів.
Зміни в споживацькому попиті	В умовах воєнного стану споживацький попит може змінюватись через економічну нестабільність та зміни у побутових потребах. Бізнес-підприємствам необхідно адаптувати свої товари та послуги до нових реалій, враховуючи потреби та попит на ринку.
Обмеження ресурсів	Умови воєнного стану можуть призвести до обмеження ресурсів, таких як електроенергія, паливо та інші матеріали. Це може спричинити затримки в поставках товарів та послуг, що може вплинути на виконання замовлень та призвести до зменшення прибутків.
Зміна конкурентного середовища	В умовах воєнного стану можуть змінюватись умови конкуренції на ринку. З'являється більше можливостей для місцевих виробників та підприємств, які можуть забезпечити товари та послуги на місцевому ринку. Бізнес-підприємствам необхідно бути готовими до змін в конкурентному середовищі та адаптуватися до нових умов, щоб залишатися конкурентоспроможними.
Обмеження руху людей та товарів	Воєнний стан може призвести до обмеження руху людей та товарів через контрольні пункти та інші обмеження. Це може призвести до затримок в поставках товарів та послуг, що може вплинути на виконання замовлень та призвести до зменшення прибутків.
Зміна правил торгівлі	В умовах воєнного стану можуть змінюватись правила торгівлі, включаючи валютні курси, митні збори та інші правила. Бізнес-підприємствам необхідно слідкувати за змінами та адаптуватися до них, щоб залишатися ефективними та прибутковими.

Систематизовано авторами

Отже, торгівля в умовах воєнного стану є своєрідним викликом для бізнесу, але в той же час воєнний стан може сприяти отриманню прибутку та надати можливості для розвитку. Для успішної роботи в цих умовах необхідно бути готовим до змін та адаптуватися до нових реалій.

Складним викликом для підприємств, бізнесу і торгівлі в умовах воєнного стану є також вимушена релокація для збереження діяльності компанії, її прибутковості, забезпечення безпеки та захисту її інтелектуальної власності. Розташування підприємств за межами зони бойових дій не гарантує повної безпеки від злочинних посягань та крадіжок. Тому необхідно забезпечувати належний рівень охорони та контролювати доступ до конфіденційної інформації та технологій.

Також не менш важливим питанням є збереження кадрів та забезпечення робочих місць для співробітників підприємств, що переїжджають. Релокація може призвести до звільнення частини працівників, особливо тих, хто не зможе переїхати разом з підприємством. У таких випадках важливо забезпечити підтримку для пошуку нової роботи та надати компенсації для працівників, що звільняються. Крім того, умови воєнного стану можуть призвести до зменшення попиту на товари та послуги підприємств, що переїжджають, через зниження економічної активності та скорочення бюджетів на закупівлі. У таких випадках підприємства можуть зазнавати фінансових труднощів та потребувати додаткової фінансової підтримки від держави.

Отже, вимушена релокація українського бізнесу в умовах воєнного стану є проблемою як для самого бізнесу, так і для держави. Вона потребує комплексного підходу та співпраці між бізнесом та державою для забезпечення безпеки, захисту та збереження ресурсів [3]. Також необхідно враховувати ризики, зміни в споживацькому попиті, конкурентне середовище, обмеження руху людей та товарів та зміну правил торгівлі, щоб адаптуватися до нових реалій.

Для ефективного управління вимушеною релокацією, бізнес-підприємства повинні вживати заходів безпеки та моніторингу ризиків, адаптувати свої товари та послуги до нових умов діяльності та бути готовими до змін в конкурентному середовищі та правилах торгівлі. Одним з ключових завдань держави в цей період сприяти створенню максимально безпечних умов та ефективному функціонуванню бізнесу в умовах воєнного стану.

У цьому контексті, важливо наголосити на ролі взаємодії між бізнесом та державою в процесі релокації. Співпраця між ними дозволить досягти оптимальних результатів та зменшити ризики для бізнесу та його працівників і сприятиме створенню нових можливостей для розвитку економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Бебик Т. Зовнішньоекономічна діяльність в умовах війни. *Think brave. Think brave. Останні новини бізнесу України*. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/210611_zovnshnoekonomchna-dyalnst-v-umovakh-vyni (дата звернення: 11.05.2023).

2. Пашкуда Т. В., Афенді А. І. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1759/1695>.

3. Урсатій А. Підтримка бізнесу під час війни. *Трансформація національної моделі фінансово-кредитних відносин: виклики глобалізації та регіональні аспекти: збірник матеріалів VII всеукраїнської науково-практичної конференції*, м. Ужгород, 30 листоп. 2022 р. Ужгород, 2022. С. 90–92.

Тетяна РАТОШНЮК

к.е.н., с.н.с.

Віктор РАТОШНЮК

д.с.-г.н., с.н.с.

Віктор РАТОШНЮК

Інститут сільського господарства Полісся НААН України

ТОРГІВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ХМЕЛЯРСТВА

Вивчення та освоєння системи методів та шляхів реформування торгівельно-економічних відносин в галузі хмелярства базується на вивченні основ управління виробництвом продукції, методів просування готової продукції на ринку у конкурентному середовищі, взаємодії з іншими господарськими суб'єктами та різноманітними елементами ринкової інфраструктури, зовнішньоекономічної діяльності.

В Україні виготовляти продукти переробки хмелю доцільно в системі галузі хмелярства, тому що хмелярство економічно зацікавлене у постачанні готових хмелепродуктів, а не більш дешевої сировини (шишок); маючи в перспективі певний асортимент сортів хмелю і продуктів його переробки, галузь зможе регулювати їх постачання на ринок залежно від кон'юнктури, ситуації на ринку та вимог споживачів, і таким чином стабілізувати роботу галузі.

На ринку хміль представлений широким спектром продуктів його переробки, а саме: натуральний хміль в тюках; брикетований хміль; гранульований хміль – звичайні гранули (тип 90), концентровані гранули (тип 45), модифіковані гранули; екстракти хмелю – неізомеризовані хмельові екстракти, ізомеризовані хмельові екстракти, відновлені ізомеризовані хмельові екстракти; хмельові ефірні олії.

Функціонування підприємств галузі хмелярства повинно бути спрямоване на співробітництво між всіма учасниками виробничого процесу, викликане розумінням важливої ролі галузі, необхідністю системного удосконалення ведення хмелярства в Україні для забезпечення довгострокових інтересів держави на основі поєднання принципів державного регулювання з механізмами ринкових відносин з огляду на цілі децентралізації влади, необхідністю розвитку державно-приватного партнерства, збільшення кількості робочих місць, зайнятості сільського населення, мінімізації корупційних ризиків та вчинення правопорушень, утвердження відкритих, прозорих механізмів прийняття управлінських та кадрових рішень і першочергового забезпечення вітчизняних виробників шляхом створення прозорого ринку

хмелесировини, тим паче у сучасних умовах ведення мілітарних дій на території нашої держави.

Новітні економічні та ринкові умови розвитку галузі диктують сучасні вимоги до якості хмелю та хмелепродукції як запоруки реалізації продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках збуту. Науковцями інституту сумісно з ТК-36 «Хміль та продукти його переробки» розроблені ДСТУ, які упорядковують термінологію та наукове визначення понять в хмелярстві, визначають методи селекції, загальні умови вирощування хмелю, методичні вимоги до агрохімічного обстеження ґрунтів хмелеплантацій з урахуванням особливостей монокультури, його захисту, встановлюють технічні вимоги контролювання технологічних процесів обробляння шишок хмелю після збирання та нормативи базисних кондицій одного товарного ґатунку, що дозволяє на належному технологічному рівні формувати сортові насадження хмелю, вирощувати сировину та отримувати високоякісні хмелепродукти. Тематика розроблених стандартів дозволяє вважати їх системою науково-методичних, нормативних, технічних вимог до показників якості продукції, якості і безпеки процесів виробництва та охорони довкілля.

На першому етапі необхідно розпочати впровадження системи управління якістю всього циклу виробництва хмелесировини та продуктів переробки хмелю шляхом запровадження вимог стандартів ISO і HACCP, які включають: сертифікацію хмелярських підприємств з виробництва хмелесировини; сертифікацію підприємств та організацій, що здійснюють виробництво та оптову реалізацію продукції переробки хмелю; забезпечення проведення акредитації установ та організацій, що проводять дослідження і виробничі випробування сортів хмелю та продукції хмелярства, а також лабораторій з контролю якості хмелепродукції.

Зі вступом України до СОТ, виходом хмелепідприємств на зовнішній ринок та доступністю українських ринків для зарубіжних компаній проблема випуску якісної хмелепродукції стає пріоритетною для вітчизняного товаровиробника. Успішна інтеграція українських підприємств неможлива без стабільної якості їх продукції. Одним із основних завдань, яке стоїть нині перед галуззю хмелярства – це покращення якісних показників хмелесировини та забезпечення стабільної якості продуктів переробки хмелю.

Щоб повністю не втратити надбаний у попередні роки потенціал і досягти конкурентоспроможного рівня, галузь повинна в максимально стислі терміни модернізуватися. Хмелегосподарствам сьогодні необхідно перейняти світовий досвід роботи, який передбачає: технологічні підходи щодо закладання плантацій якісним посадковим матеріалом відповідних сортів хмелю; науково-обґрунтоване його вирощування; переробку хмелесировини; попереднє укладання контрактів на врожай з пивоварами, фармацевтами, харчовиками; адаптації українських стандартів на хмелесировину і, відповідно, сортового складу вирощуваного хмелю до європейських вимог; урегулювання нормативно-правової бази з питань розширення сортової політики щодо запитів пивоварів.

Для нарощування обсягів виробництва хмелепродукції належної якості галузь хмелярства має все необхідне: вітчизняні високопродуктивні сорти; відповідний матковий фонд сортових насаджень; сучасні технології вирощування садивного матеріалу, які дозволяють виробити необхідну кількість саджанців для закладання промислових хмеленасаджень; інноваційні технології закладання хмільників, вирощування, збирання та післязбиральної обробки шишок хмелю; повне наукове забезпечення.

Оптимальним є комбіноване вирішення проблем: поступове зниження імпорту продуктів переробки хмелю внаслідок запровадження відповідного державного регулювання (застосування спеціальних видів мита, зокрема: антидемпінгового, компенсаційного тощо, посилення вимог до правильного визначення класифікацій імпортованих хмелепродуктів), з одночасним розвитком вітчизняної сировинної бази на основі впровадження інноваційно-інтенсивних технологій виробництва хмелю за рахунок зростання врожайності хмільників, зберігання до переробки та переробки у хмельові препарати з відповідним пакуванням та зберіганням, що дозволить підвищити якість хмелепродуктів та забезпечити їх конкурентоспроможність на європейських ринках; законодавче закріплення обов'язкової норми купівлі пивоварними компаніями у вітчизняних суб'єктів господарювання хмелепродукції на рівні 50 % від загальної річної потреби у такій сировині (з динамікою зростання від 15 % до 50 % протягом п'яти років), на основі Меморандуму про співпрацю та взаєморозуміння між Асоціацією хмелярів України та суб'єктами господарювання – пивоварними підприємствами.

У цих умовах існує лише один шлях збереження занепадаючого в Україні хмелярства – втручання держави для налагодження конструктивного діалогу між хмелярами та пивоварами. Адже єдиним можливим орієнтиром відродження галузі є вирішення найбільшої її проблеми – збуту на внутрішньому ринку. Саме ця проблема і стримує розвиток виробництва хмелю в Україні, змушуючи виробників зменшувати площі під незатребуваною культурою чи продавати продукти її переробки за абсолютно неконкурентною ціною. І саме стабілізація внутрішніх каналів збуту дасть виробникам те, що їм найбільше потрібно для розвитку галузі – стабільність.

На законодавчому рівні важливим є відновлення надходження збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства, запровадження пільгових режимів оподаткування хмелярів, удосконалення митно-тарифного регулювання імпорту хмелепродуктів (особливо ізомеризованих хмелевих препаратів), узгодження та імплементація галузевої нормативно-технологічної документації до вимог європейського законодавства.

Список використаних джерел

1. Ратошнюк Т.М., Ратошнюк В.І. Виробництво хмелепродукції – світовий та український ринки. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія: Економічні науки, 2022, № 1 (302). С. 278-283.

2. Концепція розвитку галузі хмелярства в Україні (науково-методичні рекомендації). Житомир: ПП «Рута», 2020. 48 с.

Віталій КРУПІН

к.е.н., ад'юнкт

*Institute of Rural and Agricultural Development, Polish Academy of Sciences /
CASE – Center for Social and Economic Research*

Катажина ЗАВАЛІНСЬКА

др. хаб., професор

*Institute of Rural and Agricultural Development, Polish Academy of Sciences /
CASE – Center for Social and Economic Research*

АСПЕКТИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ АГРОПРОМИСЛОВОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

Міжнародна торгівля останніми десятиліттями характеризується посиленням процесів лібералізації, глобалізації, а водночас – регіоналізації. Ці складні процеси проходять завдяки найбільшим гравцям на ринках продукції, значну роль відіграє також Світова організація торгівлі (СОТ). Завдяки Цілям сталого розвитку ООН [1], поряд з більш традиційними (тобто соціально-економічними) аспектами торгівлі, все більшого значення набувають питання природокористування і впливу торгівельних угод на екологічний стан країн-виробників та локального впливу виробничих процесів на глобальні зміни (в тому числі кліматичні). Агропродовольчий сектор у цьому розумінні є особливо важливим, тому що процеси аграрного виробництва мають значний вплив на навколишнє середовище, а окрім екологічних аспектів необхідно враховувати також питання продовольчої безпеки. Особливо ці проблеми підкреслила агресія Росію проти України, яка призвела до нестабільності у глобальному вимірі, з особливим негативним впливом на ті країни, які є найменш стабільними у економічному та соціальному вимірах.

Для кращого розуміння процесів у міжнародній торгівлі агропромисловою продукцією та визначення можливостей кращого врахування у ній аспектів сталого розвитку, протягом 2021-2025 рр. в рамках програми Горизонт 2020 виконується міжнародний проект TRADE4SD: Сприяння позитивним взаємозв'язкам між торгівлею та сталим розвитком (англ. *Fostering the positive linkages between trade and sustainable development*) [2].

Основною метою проекту TRADE4SD є пошук можливостей посилення позитивного впливу торгівлі на сталий розвиток шляхом покращення процесів розробки та формування торговельної політики на національному, європейському та глобальному рівнях, включаючи модернізацію СОТ, підвищення узгодженості політики в різних сферах, включаючи сільське господарство, енергетику, клімат, навколишнє середовище та політику у сфері харчування. Досягнення ЦСР вимагає цілісного та системного підходу, що дозволить співставити потенційні вигоди та необхідні компроміси. У рамках проекту розробляється комплексний підхід, що поєднує кількісні моделі

(враховуючі соціально-економічні та екологічні аспекти глобального розвитку) та якісні методи дослідження, які у сукупності дозволять визначити сутність зв'язків між ЦСР і торгівлею агропромисловою продукцією [2].

Важливо пам'ятати, що торгівля є центральним елементом формування не лише глобального, але й регіонального та місцевого розвитку. Торгівля агропромисловою продукцією здатна приносити позитивні результати, коли політика, яка визначає правила гри, формулюється і розробляється таким чином, щоб сприяти вільному доступу до ринків, справедливим цінам і рівню життя фермерів, а також зменшенню бідності в сільській місцевості та забезпеченню сталих методів ведення сільського господарства. Вирішення проблеми взаємозв'язку між торгівлею та ЦСР вимагає комплексного підходу до формування політики та інклюзивного управління.

Коли ми думаємо про вплив лібералізації агропродовольчої торгівлі ЄС з іншими країнами світу на навколишнє середовище, виникає багато запитань. Чи буде екологічний вплив настільки ж важливим, як економічний та соціальний? Наскільки значним буде вплив у країнах розвинутих чи тих, що розвиваються? В якій економічній ситуації в майбутньому відбуватиметься ця лібералізація, а отже, якого типу вона буде?

Розглядаючи ймовірні подальші процеси лібералізації у світовій торгівлі неможливо знати точно, якими будуть усі її елементи. Це залежить від майбутнього суспільно-політичного розвитку, який є надзвичайно непередбачуваним (як підтвердили в останніх роках COVID-19 та війна Росії проти України). Незважаючи на це, необхідно разом із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) створювати сценарії майбутнього розвитку та врахування різних типів подальшої лібералізації торгівлі.

Такими сценаріями, що розглядаються в межах проекту TRADE4SD, є: повна лібералізація агропродовольчої торгівлі ЄС з рештою світу, повна лібералізація торгівлі у світі, лібералізація агропродовольчої торгівлі ЄС лише з країнами з низьким рівнем викидів парникових газів та повна лібералізація торгівлі з країнами з низьким рівнем викидів парникових газів. В залежності від конкретного сценарію відрізняється й вплив на окремі соціально-економічні та екологічні аспекти, відповідно це дозволить на обґрунтований вибір тих сценаріїв, які йдуть в унісон з актуальними політиками розвитку (напр. Європейським зеленим курсом).

Примітка: цей текст підготовлено в рамках виконання проекту TRADE4SD: Fostering the positive linkages between trade and sustainable development, який отримав фінансування з програми дослідження та інновацій Горизонт 2020 Європейського союзу згідно грантової угоди № 101000551.

Список використаних джерел

1. Цілі сталого розвитку Організації об'єднаних націй. URL: <https://sdgs.un.org/goals>.
2. Проект TRADE4SD: Fostering the positive linkages between trade and sustainable development. URL: <https://www.trade4sd.eu>.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ

Ситуація, що склалася в системі оптової торгівлі продовольчими товарами в умовах російсько-української війни, зумовлює невідкладну потребу у її вдосконаленні та формуванні якісно нової стратегії розвитку. Остання повинна бути орієнтована не лише на сучасні та перспективні вимоги агропродовольчого ринку, але й на світові тренди організації торгово-посередницької діяльності.

Ключовими функціональними проблемами оптової торгівлі продовольством в умовах війни стали: фінансово-економічна і суспільно-політична нестабільність в країні; розрив міжрегіональних логістичних ланцюгів; гострий дефіцит окремих видів харчових продуктів, які надходили в обіг з південних і східних областей; різке падіння імпорту та експорту через блокаду морських портів; значні труднощі організації внутрішніх перевезень (передусім-залізничним транспортом), звуження і розбалансованість споживчого ринку в багатьох регіонах внаслідок міграції населення, скорочення посівних площ знищення підприємств; зростання витрат обігу, загального рівня цін та падіння споживчого попиту. Окрім того, значно посилилися «довоєнні» організаційні та структурні недоліки системи оптового торговельного посередництва на ринку сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів.

З урахуванням поглядів окремих науковців щодо системних проблем функціонування оптових торговельних підприємств [1, с.31] та результатів SWOT-аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища регіональної системи оптової торгівлі продовольчими товарами, було визначено головні стратегічні орієнтири (напрями) її розвитку (рис. 1).

Перші два напрями охоплюють практично усю сукупність суб'єктів торгово-посередницької ланки і передбачають здійснення докорінних якісних змін в організації і веденні існуючого бізнесу, а також у системі управління ним. Потреба у таких змінах визначається зростаючими вимогами зі сторони основних груп клієнтів підприємств оптової торгівлі (виробників і ритейлерів) щодо отримання максимального повного і, водночас, якісного сервісного портфеля. Для забезпечення цих вимог оптові посередники потребують наявності у своєму розпорядженні специфічних активів: сучасних складських терміналів, техніки, транспортних засобів, адаптованої під потреби підприємства WMS-системи; а також унікальних ресурсів: ефективної системи менеджменту, кваліфікованого управлінського і виробничого персоналу, широкої мережі клієнтів і бізнес-партнерів, налагодження стійких зв'язків та постійної комунікації із ними.

Реалізація зазначеного напрямку розвитку вимагає від оптових підприємств здійснення значних інвестицій в модернізацію і розширення матеріально-технічної бази, впровадження інновацій та підвищення професійного рівня персоналу. Саме це є запорукою досягнення отримати конкурентних переваг в окремих сегментах ринку продовольчих товарів.



Рис. 1. Стратегічні орієнтири розвитку системи оптової торгівлі продовольчими товарами в сучасних умовах

Потреба якісних змін в організації торговельного посередництва на оптовому ринку продовольчих товарів зумовлена новими трендами у співпраці виробників з дистриб'юторськими компаніями. Основні з них пов'язані із рухом у бік мультиканальності (потребою надання постачальникам різних каналів для збуту) та формуванням підходу за якого виробники самі обирають собі партнерів, які займаються дистрибуцією їхніх товарів. Вони також диктують умови дистрибуційним компаніям, а ті, в свою чергу, змушені реагувати на усі запити клієнтів щодо сервісних послуг [2].

Якісні зміни у системі управління оптовою торгівлею продовольчими товарами передусім пов'язані із практичною реалізацією інноваційних концепцій маркетингового менеджменту: ощадного управління, комплексного управління якістю, бенчмаркінгу, реінжинірингу, ефективного обслуговування клієнта, комп'ютерно-інтегрованого виробництва та сервісу. Їх положення набувають щораз більшого застосування у стратегічному управлінні розвитком суб'єктів оптової торгівлі продовольством, особливо великих дистриб'юторів.

Крім того, здійснення ефективної торгово-посередницької діяльності та утримання конкурентних позицій на ринку вимагає від суб'єктів оптової торгівлі продовольством удосконалення інструментів і методів маркетингу.

Розробка останніх повинна здійснюватися на базі сучасних маркетингових концепцій (маркетингу взаємовідносин, цифрового маркетингу тощо) та з урахуванням умов режиму воєнного стану. Такий підхід, на думку фахівців, допоможе вітчизняним оптовим посередникам адаптуватися до умов воєнного часу, забезпечити населення необхідним асортиментом продовольчих товарів, підтримати економіку країни [3, с. 112].

Необхідною умовою поліпшення системи управління торговельними та логістичними процесами є їх автоматизація за допомогою ERP та WMS-систем.

Сучасна ринкова пропозиція WMS-систем, що охоплює як закриті (локальні), так і хмарні сервіси, дає змогу практично усім суб'єктам оптової торгівлі обрати для себе найбільш оптимальну систему з огляду на масштаби і сферу їх діяльності, розгалуженість організаційної структури, фінансові можливості.

Третім стратегічним орієнтиром розвитку системи оптової торгівлі продовольчими товарами є диверсифікація діяльності профільних підприємств. Щоправда, максимальний ефект реалізації цієї стратегії досягається передусім на рівні великих корпоративних структур, дистриб'юторських компаній, оптових ринків сільськогосподарської продукції, які володіють значним капіталом для реалізації масштабних інвестиційних проєктів, мають сильну ринкову позицію та тривалий досвід торгово-посередницької діяльності.

У рамках зазначеного напрямку передбачається створення додаткових бізнес-проєктів, які не завжди пов'язані з уже діючими. Ключові із них – проєкти розвитку власного виробництва, створення власної роздрібно-торговельної мережі чи власної логістично-транспортної компанії. У Львівській області найбільш показовим у цьому контексті є досвід дистриб'юторської компанії «Berta group», яка не лише розвиває власну роздрібну мережу продуктів супермаркетів «Близенько», має власну логістичну компанію «UB1», але й здійснює власний імпорт продукції 26 світових брендів від 12 виробників шести європейських країн.

Стратегічним трендом сьогодення стає розвиток великими торгово-посередницькими компаніями власної торговельної мережі. Це один із способів подолання перешкод, які створюють регіональним суб'єктам оптової торгівлі продовольством великі ритейлерські мережі («АТБ», «Сільпо»), Останні, завдяки налагодженню прямих поставок продукції від виробників та з власних розподільчих центрів, усувають оптових посередників з ланцюгів постачання. Також вони формують досить лояльну цінову політику та створюють жорстку конкуренцію регіональним супермаркетам і невеликим продовольчим магазинам, які закупають продукцію у дистриб'юторів чи торгових агентів.

Створення оптовими компаніями власної торгової мережі у продовольчому сегменті ринку може здійснювати на основі договорів франчайзингу у форматі невеликих торговельних закладів («магазинів біля дому»).

Орієнтація на стратегію диверсифікації діяльності вимагає прийняття менеджерами оптових компаній відповідних стратегічних рішень стосовно того, чи нові послуги доцільно розвивати як додаткові опції в межах існуючого

підприємства, чи краще надавати їх у рамках окремої юридичної особи на засадах партнерства. Зазвичай, під масштабні нові проекти диверсифікації діяльності (власна мережа, логістика, маркетплейс) створюються окремі юридичні особи. Наприклад, ТзОВ «Інтернет-ринок «Шувар» - проект сервісу електронної торгівлі, виведений зі складу ТзОВ «РСП «Шувар».

Створення нового бізнесу може відбуватися і шляхом реорганізації чи поглинання невеликих виробничих чи торгових підприємств, які спеціалізувалися на цій діяльності.

Четвертий стратегічний напрям передбачає орієнтацію суб'єктів оптової торгівлі продовольчими товарами на горизонтальну та вертикальну інтеграцію з іншими господарськими структурами різних рівнів господарювання. Стратегії інтеграції доцільно дотримуватися тим суб'єктам оптової торгово-посередницької ланки, які в сучасних умовах воєнного стану не можуть ефективно вести бізнес, конкурувати з іншими суб'єктами ринку і перебувають на межі банкрутства. Для них важливим є підтримка конкурентоспроможності і збереження ринкової позиції

Отже сучасними стратегічними орієнтирами розвитку системи оптової торгівлі продовольчими товарами є створення нових форматів функціонування профільних підприємств, що передбачають розширення рівня клієнтського сервісу; розробка нових форм та умов взаємодії оптових посередників з іншими суб'єктами агропродовольчого ринку (виробниками, ритейлерами); посилення інтеграційних процесів у сфері оптової торгівлі продовольством і формування потужних торгово-посередницьких об'єднань, здатних повніше задовольняти потреби клієнтів.

Список використаних джерел

1. Богославець Г.М., Трубей О.М. Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки.* 2014. Вип. 5 (2). С. 28-32
2. Даниленко І. Основні шляхи розвитку сучасної дистрибуції URL: <https://logist.fm/publications/osnovni-shlyahi-rozvitku-suchasnoyi-distribuciyi>
3. Кузьо Н.Є., Косар Н.С. Оптова торгівля в Україні: основні тенденції розвитку та особливості маркетингових рішень суб'єктів в умовах воєнного стану. *Економіка та право.* 2022. № 3. С. 106-114. <https://doi.org/10.15407/econlaw.2022.03.10>

МАКРОЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Війна вдарила по світовій економіці, створивши нові геополітичні та економічні невизначеності, стрімко підвищивши ціни на електроенергію та внісши зміни в глобальних ланцюжках створення вартості, до яких були залучені російські та українські компанії. Економічні санкції негативно вплинули не лише на росію, а й на країни, які їх запровадили і, загалом, на економіку інших країн через вищі ціни на енергоносії та сировину.

Міжнародне засудження війни переросло в запровадження широкомасштабних економічних санкцій проти росії та надання Україні військової підтримки з боку більшості ОЕСР та Європейського Союзу країни. Пов'язані з торгівлею санкції включали заборону на експорт до росії стратегічних товарів, включаючи високотехнологічні товари та компоненти для використання в електроніці, телекомунікаціях, аерокосмічній галузі та нафтопереробці, серед інших галузей. Санкції, введені США, стосуються не тільки товарів, які експортуються американськими компаніями, а також до товарів, вироблених в інших країнах за технологіями США. Екстериторіальний характер санкцій США, ймовірно, вплинув на експорт до росії навіть з тих країн, які не застосовували санкції. ЄС, Великобританія та США також оголосили про плани поступового припинення імпорту російської енергетики.

Виокремити вплив російської війни на світову економіку та торгівлю важко, оскільки через глобальну інфляцію тиск зростав ще до війни, разом із відновленням після пандемії COVID-19. Пандемія призвела до дефіциту різноманітних матеріалів і техніки, а також до збільшення витрат на транспортування. Фіскальне стимулювання, запроваджене більшістю країн світу в 2020-2021 рр., підтримало доходи домогосподарств, але невизначеність і карантинні обмеження сприяли зростанню заощадження домогосподарств в кількох країнах, створюючи відкладений попит.

Наслідки воєнної кризи та санкцій варіюються від дефіциту продуктів харчування, сировини та компонентів до скасування торговельних шляхів, зміни попиту та підвищення цін. Розглянемо основні макроекономічні наслідки війни для світової економіки:

1. *Посилення інфляції.* З точки зору торгівлі, найбільшим наслідком війни є зростання цін на товари. Існує три основні категорії товарів: енергетика, сільське господарство та важка промисловість. Війна торкнулася всіх цих напрямів. Значне зростання цін впливає на міжнародні ланцюги поставок і ринки. Результатом цього є вищі темпи інфляції в усьому світі. Це може

спричинити зміни попиту, оскільки споживачі не хочуть або не можуть купувати те, що вони зазвичай купують.

2. *Зміни в міжнародних перевезеннях.* Ставки на вантажні перевезення досягли рекордних значень під час пандемії COVID-19. Нинішнє підвищення вартості палива спричиняє інфляцію та може призвести до підвищення тарифів на фрахт. Крім того, санкції проти росії та проблеми з безпекою порушили наземні та повітряні транспортні маршрути через Україну та росію. Перенаправлення цих маршрутів потребує значних коштів. Існують обмежені можливості для перенаправлення вантажів через і без того порушений морський транспортний сектор. Також зменшилися чорноморські торгові шляхи. Це означає, що навіть країни, які не мають торгових обмежень, можуть мати проблеми з імпортом з регіону.

3. *Постраждала продовольча безпека країн з економікою, що розвивається.*

Україна та росія є одними з головних світових постачальників сільськогосподарської продукції, зокрема зерна та олії. Разом вони забезпечують понад 30% світової торгівлі пшеницею, 32% ячменем, 17% кукурудзою та понад 50% соняшниковою олією, насінням і шротом [1]. Багато країн, що розвиваються, або мають вразливі економіки, покладаються на ці постачання для своєї продовольчої безпеки, особливо на Близькому Сході та в Африці. Наприклад, такі країни, як Бенін, Єгипет і Судан, майже весь імпорт пшениці отримують з України та росії. Можливості замінити їх регіональною торгівлею обмежені.

У своєму звіті Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (FAO) оцінює, що 20-30% українських площ, які використовуються під посіви озимих зернових, кукурудзи та соняшнику, залишаться невикористаними або незібраними протягом сезону 2022/23 [2]. Урожайність цих культур також, швидше за все, буде нижчою. Переробка та транспортування також були порушені. Зменшення доступності сільськогосподарських культур ще більше підвищує ціни та конкуренцію за альтернативні джерела. На такому складному ринку країни, що розвиваються, можуть боротися за постачання з розвиненими країнами. Наприклад, Індонезія заборонила експорт пальмової олії, щоб зменшити дефіцит кулінарної олії всередині країни та зростання цін. Індонезія скасує заборону, коли ціни впадуть нижче 14 000 рупій (0,92 євро) за літр [3].

Росія також є провідним експортером азотних і калійних добрив. Багато країн з економікою, що розвивається, покладаються на ці постачання добрив для отримання врожаю. Порушення цього ринку може вплинути на виробництво продуктів харчування для внутрішнього споживання та експорту.

4. *Значні виклики для експортерів.* Крім впливу на імпорт, війна також вплинула на експорт в Україну та росію. Порушений доступ до цих ринків є гострою проблемою для швидкопсувних товарів, таких, як свіжі фрукти та овочі. Деякі товари, які експортери не можуть доставити в Україну та росію, можуть бути перерозподілені на інші (європейські) ринки. Проте експортери не зможуть уникнути надлишку пропозиції. Перерозподіл також викликає зростання конкуренції та зниження цін. Водночас зростання цін на енергоносії

та добрива спричиняє підвищення собівартості продукції. Це створює значний виклик для експортерів.

Які ймовірні довгострокові наслідки війни? Дехто побоюється, що війна призведе до руйнування глобалізації – двигуна зростання та розвитку протягом останніх 30 років. Якщо компанії переоцінять геополітичні ризики та зможуть перенести виробництво з країн, які вони вважають більш ризикованими, можливо, певною мірою зміняться глобальні ланцюжки створення вартості. Але враховуючи наявний капітал, витрати на пошук альтернатив і різницю в заробітній платі в різних країнах, цей процес швидше за все буде поступовим, ніж раптовим. І це не призведе до згортання глобалізації, якщо це не буде підтримано явним державним втручанням, а навпаки, до розширення геополітичних горизонтів. Таким чином, війна в Україні має не перебільшений вплив на світову економіку, наслідки якого відчуються у всіх макроекономічних показниках.

Список використаних джерел

1. World Bank Blogs. Як війна в Україні змінює світову торгівлю та інвестиції. URL: <https://blogs.worldbank.org/developmenttalk/how-war-ukraine-reshaping-world-trade-and-investment> (дата звернення 18 травня 2023р.)
2. Звіт Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO). 2022. URL: <https://www.fao.org/3/cb9013en/cb9013en.pdf> (дата звернення 19 травня 2023р.)
3. The impact of the Ukraine crisis on international trade. Working paper | issue 20/2022. 20 december 2022. URL: <https://www.bruegel.org/sites/default/files/2022-12/WP%2020.pdf> (дата звернення 19 травня 2023р.)

Оксана БРУХ

к.е.н., доцент,

Андрій ЛИНДЮК

к.е.н., доцент

Львівський національний університет

природокористування

ОЦІНКА СТАНУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Враховуючи, що більшість країн світу постійно розвивається економічно, зростає необхідність взаємного обміну товарами через обмеженість ресурсів та виробничих можливостей. У зв'язку з цим виникають такі терміни, як «експорт» та «імпорт», що означають відповідно вивезення та увезення товарів та послуг між країнами. Необхідно зазначити, що постійний розвиток цих процесів приносить не лише фінансову вигоду, але й нові технічні можливості

та освоєння нових технологій, що розширює спектр послуг та продуктів у різних країнах світу.

Зовнішньоекономічна торгівля є досить складним процесом і залежить від багатьох факторів. У світі глобалізаційної економіки з'являються нові демографічні виклики, які впливають на зовнішньоекономічну торгівлю кожної країни загалом. Одним з важливих факторів виступає науково-технічний прогрес, оскільки нові технології, приміром, транспортування товарів через кордони країн можуть не підходити певним країнам, оскільки це потребує значних фінансових та матеріальних ресурсів. Для країн з високим рівнем розвитку науково-технічного прогресу це може бути значною перевагою, а от для інших країн – може виступати недоліком, оскільки потрібно адаптуватися до нових умов.

Сьогодні спостерігається вкрай складні соціально-економічні обставини в Україні. Серед основних причин такого становища першочергово необхідно виділити російську агресію та окупацію частини території України. Крім цього, визначними факторами, які вплинули на такі обставини є: політична нестабільність, значний рівень корупції на різних рівнях, не до кінця завершення економіко-правових реформ, низький рівень інфраструктури по території країни та окремих регіонах інше.

При аналізі економічної діяльності України в контексті її зовнішньої торгівлі важливим є оцінити динаміку експортно-імпортних операцій. Аналіз цієї динаміки дозволяє визначити тенденції та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України, а також визначити вплив зовнішньоекономічних факторів на економіку країни (таблиця 1).

Бачимо, що до 2021 року в Україні спостерігався стабільний ріст обсягів експорту та імпорту. Звичайно, що повномасштабне вторгнення російської федерації спричинило суттєве скорочення цих показників. Особливо відчутно зменшився експорт, зокрема, протягом 2022 року він був скорочений на 32,5 %, що в абсолютних величинах становить понад 22 млрд. дол. США. Військовий стан також суттєво відобразився й на імпорті. І хоча скорочення імпорту було менш суттєвим, його обсяг зменшився на 13,6 млрд. дол. США.

Таблиця 1. Динаміка зовнішньої торгівлі України

Показник	Роки					2022 р. до 2018 р, %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Експорт, млн. дол. США	43341	46091	45143	63113	40912	94,4
Темп росту, %	109,2	106,3	97,9	139,8	64,8	-44,4
Імпорт, млн. дол. США	56055	60352	51921	69755	56189	100,2
Темп росту, %	113,6	107,7	86	134,3	80,6	-33,0
Сальдо, млн. дол. США	-12714	-14261	-6778	-6642	-15277	120,2

При аналізі зовнішньої торгівлі дуже важливим є оцінити, які регіони світу є найбільшими партнерами України в зовнішній торгівлі, а також як

змінюється їхній вклад в загальний обсяг зовнішньої торгівлі країни протягом досліджуваного періоду (табл.2, табл.3).

Таблиця 2. Динаміка розподілу зовнішньої торгівлі товарами та послугами (експорту) за географічними регіонами, млн. дол. США

Показник	Роки					2022 р. до 2018 р, %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Європа	23210	24837	22329	32909	33710	145,2
Азія	15591	17 503	20 249	25648	11311	72,5
Америка	4001	4372	4798	7410	5529	138,2
у т.ч. США	3057	3440	3844	5396	4934	161,4
Африка	4260	5153	4193	5832	2231	52,4
Австралія і Океанія	76	111	119	169	221	290,8
- країни ЄС	20585	22141	19848	29230	44456	216,0
- країни СНД	11460	11054	8728	9310	18775	163,8

За останні 5 років найбільшим торговим партнером України стали країни Європейського Союзу. Зокрема, за цей період сума експорту вітчизняних товарів до країн ЄС збільшилась більш ніж удвічі і досягла понад 44 млрд. дол. США у 2022 році. Доцільно відзначити, що активні військові дії не мали негативного впливу на суму експорту до ЄС. Серед географічних регіонів починаючи із 2018 року до 2022 року відбулось зменшення експорту до Азії та Африки.

Аналіз динамічних змін імпортової складової зовнішньої торгівлі товарами та послугами свідчить, що найбільше імпортується товарів в Україну із Європи і їх обсяг має поступову тенденцію до збільшення. Особливо суттєвим є збільшення імпорту із Америки, що в основному забезпечується за рахунок імпорту товарів та послуг зі США. З іншого боку, спостерігається більш ніж трикратне зменшення обсягу імпорту із країн СНД.

Таблиця 3. Динаміка розподілу зовнішньої торгівлі товарами та послугами (імпорту) за географічними регіонами, млн. дол. США

Показник	Роки					2022 р. до 2018 р, %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Європа	32061	35 124	29 996	39 250	41 875	130,6
Азія	14652	17 602	16 021	21 242	17 224	117,6
Америка	4516	4 872	4 902	5 642	12 731	281,9
у т.ч. США	3452	3 796	3 827	4 210	11 481	332,6
Африка	880	1 102	837	1 393	537	61,0
Австралія і Океанія	68	117	45	134	227	333,8
- країни ЄС	28510	31 324	27 300	34 074	38 934	136,6
- країни СНД	15774	14 323	9 488	14 303	4 629	29,3

Загалом динаміка зовнішньої торгівлі України за останні кілька десятиліть суттєво змінилася. Проте протягом останніх п'яти років Україна так і не спромоглась покращити зовнішньоторговельний баланс, більше того негативне сальдо зовнішньої торгівлі у 2022 році досягло максимального значення. Звичайно, в основному це пояснюється воєнними діями. Проте, як показує проведений аналіз, значна кількість ринків, особливо в Азії та Африці, Україна так і не спромоглась розширити для вітчизняних товарів, а суттєве збільшення експорту, наприклад в Румунію та Польщу пояснюється в основному не виготовленням конкурентних товарів з високою доданою вартістю і виходом на нові ринки, а перерозподілом каналів збуту вітчизняної аграрної продукції.

Список використаних джерел

1. Брояка А.А. Оцінка та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. Полтава, 2012. Випуск 5. Том 2. С.46–51.
2. Грузінська І. Продовольча небезпека: як війна Росії проти України загрожує всьому світу? / <https://brdo.com.ua/news/prodovolchanebezpeka-ukrajina-rosiyi-protu-ukrayiny-zagrozhuye-vsomu-svitu/>
3. Державна підтримка українського експорту: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrexport.gov.ua/ukr/country_brief/?country=ita
4. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Експрес-випуск. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2022/05/3_3.pdf

Ігор ГУЦУЛЯК

викладач вищ. катег.

ВСП «Тлумацький фаховий коледж Львівського національного університету природокористування»

ПЕРЕМІЩЕННЯ БІЗНЕСУ З ОДНІЄЇ КРАЇНИ В ІНШУ

Переміщення бізнесу з однієї країни в іншу уже давно не є чимось новим та секретним. Проте, через потенційну агресію Російської Федерації проти України компанії, які раніше ніколи не замислювалися про переселення працівників в інші країни, почали активно цікавитися релокацією.

Отже, релокація, або релокейт (від англ. слова relocate, relocation – переміщувати, переміщення), – це переміщення бізнесу з однієї країни в іншу. Іншим значенням цього слова може бути переїзд усіх або частини працівників компанії з однієї країни в іншу, або переїзд бізнесу / працівників з

одного місця на інше в межах однієї країни. Більш детально розглянемо «класичну» релокацію, тобто переїзд за кордон.

Зазвичай причинами переміщення бізнесу за кордон можуть бути:

- пошук нових ринків, масштабування бізнесу за кордон та відкриття дочірніх компаній або філій, на роботу до яких відряджають частину кваліфікованих працівників з іншої країни;
- пошук юрисдикцій із більш дешевою робочою силою або з нижчим оподаткуванням з метою оптимізації витрат компанії;
- пошук юрисдикцій зі стабільною економікою та державною підтримкою стартапів;
- погані економічні, соціальні умови життя в країні, політична нестабільність та загроза воєнних дій. На жаль, саме ця причина є на сьогодні чи не найвагомішою для українського бізнесу.

Проте, безвідносно до причини релокації, слід готуватися до того, що ця процедура є недешевою і досить складною, як юридично, так і морально й технічно.

По-перше, слід визначитися з юрисдикцією, куди планується переміщувати бізнес. На даний час багато українських компаній переміщуються на Кіпр, до Польщі, Чорногорії, Словаччини, Хорватії. Рідше – до Німеччини, Швейцарії та Великобританії, що пояснюється дороговизною таких країн та досить складною процедурою оформлення документів, що дають право на тривале проживання та роботу.

По-друге, отримати попередню згоду працівників, які працюватимуть за кордоном. Звичайно, найчастіше погоджуються молоді спеціалісти, які не мають сімей та інших міцних зв'язків із батьківщиною та бажають отримати новий досвід, удосконалити знання іноземною мови та й просто поподорожувати. Значно складніше перемістити «сімейних» працівників, оскільки у такому випадку доведеться оформлювати документи на тимчасове або постійне проживання їхніх дружин (чоловіків) та дітей, а також повністю або частково оплачувати витрати, пов'язані із таким переїздом. Та й наважитись на такий крок одруженим значно складніше, враховуючи що за переїздом постане ціла низка побутових питань: пошук та оформлення до дитячого садочка або школи, медичне страхування, а головне – адаптація дітей до нового середовища.

По-третє, знайти локальних юристів або консультантів з міграційних питань, які зможуть кваліфіковано супроводжувати усі етапи переїзду. Як би добре ви не були обізнані зі специфікою певної країни, все одно при релокації виникає дуже багато різних питань, як юридичних, так і технічних, мовних та побутових, тому необхідно мати спеціалістів, які допоможуть вам мінімізувати втрати часу, грошей та нервів.

Після обрання країни для переміщення бізнесу починається складний і рутинний шлях оформлення документів. Оскільки йдеться про переміщення компанії, а не про персональний переїзд, то слід розпочати з реєстрації нової компанії за кордоном (більш рекомендований варіант) або відкриття філії чи представництва існуючої компанії.

Оскільки в цій компанії фактично працюватимуть українські спеціалісти, вона повинна буде мати не лише юридичну адресу, але й офіс, що вимагає фактичного пошуку приміщення, укладення договору оренди та вирішення низки питань, починаючи від купівлі меблів і закінчуючи підключенням інтернету. Проте, на перший час для деяких видів бізнесу (наприклад, ІТ, консалтинг тощо) можуть підійти місця в коворкінгу, повністю адаптованому під потреби сучасного офісу.

Саме новоутворена іноземна компанія виступатиме «замовником» українських спеціалістів. Залежно від юрисдикції директором може бути або місцевий громадянин, або іноземець (українець). І якщо з працевлаштуванням українського директора, зазвичай, проблем не виникає, то оформлення документів на право на роботу для інших спеціалістів вимагає дотримання певної процедури.

Незважаючи на значні відмінності у вимогах до такої процедури у різних країнах, об'єднуючим фактором є те, що іноземна компанія зобов'язана «пояснити», чому вона бере на роботу не місцевих працівників, а іноземних. Найбільш розповсюдженою причиною є те, що компанія після кількох «невдалих» спроб знайти спеціалістів, які відповідають низці специфічних кваліфікуючих ознак (наприклад, знання української мови та певний рівень знань у сфері програмування), змушена шукати їх за кордоном. Ось саме після цього і розпочинається видача запрошень на роботу, оформлення уповноваженими органами посвідок на працевлаштування (назва документу умовна, оскільки вона може відрізнятися як за назвою, так і за обсягом прав та обов'язків у кожній країні) та інших документів.

За будь-яких обставин серед документів, які знадобляться для переміщення працівників, є (перелік неповний і може відрізнятися у різних країнах):

- закордонний паспорт;
- документи про освіту та документи, що підтверджують професійний рівень, наприклад, патенти, свідоцтва про реєстрацію авторських прав тощо (за наявності);
- довідка про несудимість (вимагається у більшості країн);
- документи, що підтверджують майновий стан та джерело походження коштів (навіть якщо ці документи не знадобляться при оформленні власне посвідки на проживання або дозволу на роботу, вони обов'язково будуть потрібні, наприклад, при відкритті персонального рахунку в іноземному банку або при оренді квартири).

Навіть якщо роботодавець бере на себе всі клопоти, пов'язані з розміщенням працівників (наприклад, орендує приміщення на себе, а не на конкретного працівника), фінансові документи все одно можуть стати в нагоді, тому їх дуже бажано мати з собою.

Якщо працівник має сім'ю та планує переїжджати разом із нею, то до наведеного списку документів додаватимуться ще аналогічні документи іншого з подружжя, свідоцтво про шлюб та свідоцтва про народження дітей.

Зрозуміло, що окрім закордонного паспорту, усі інші документи мають бути апостилізовані. Вимога щодо необхідності проставлення апостилю не поширюється на учасників Конвенції про правову допомогу і правові відносини у цивільних, сімейних і кримінальних справах (Мінської конвенції) від 22 січня 1993 р. Проте, в силу політичних причин останнім часом окремі країни-учасниці порушують вимоги зазначеної конвенції та вимагають проставлення апостилю на офіційних документах.

Крім того, переклад усіх документів має бути посвідчений нотаріально. Водночас у деяких країнах діє вимога, що переклад має бути зроблений лише сертифікованими місцевими перекладачами або що нотаріально посвідчені копії мають бути зроблені або у консульстві відповідної країни в Україні, або у місцевого нотаріуса.

Отже, через повномасштабну війну зі сторони росії, Україна зараз перебуває у важкому економічному становищі. Тому, держава повинна взаємодіяти із вітчизняним бізнесом у напрямку створення програм підтримки малого та середнього бізнесу, реалізації тендерних пропозицій, надання мікрогрантів для бізнесу, наповнення бюджету, допомоги у релокації підприємств, формування оптимальної моделі системи оподаткування, вирішення проблем з логістикою для подолання кризових явищ.

Список використаних джерел

1. Економічна правда. Бізнес у воєнний час: як змінилося законодавство. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/28/684801/> (дата звернення: 10.05.2023).
2. Підтримка бізнесу в умовах війни. Дія. Бізнес. Головна сторінка. URL: <https://business.diiia.gov.ua/wartime> (дата звернення: 10.05.2023).
3. Економічна правда. Бізнес під час війни: скільки підприємців почали працювати «на закордон». URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/27/691914/> (дата звернення: 10.05.2023).
4. Економічна правда. Релокація бізнесу: скільки підприємств уже поновили роботу. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/08/17/690505/> (дата звернення: 10.05.2023).

ОСОБИСТІСНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЛІДЕРСТВО ЯК СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку, посісти на ньому вагоме місце і втримати його якомога довше. На сучасному етапі конкурентний ринок характеризується стрімким зростанням вимог споживачів, що свідчить про посилення конкурентної боротьби, зміцнення позицій конкурентів і скорочення строків впровадження інноваційних технологій. Конкуренція змушує суб'єктів ринку постійно тримати під контролем дії власних суперників, ухвалювати рішення, що зумовлюють подолання негативних наслідків їхнього конкурентного тиску та сприяють стабільному розвитку суб'єкта в умовах конкуренції, тобто забезпечують його конкурентоспроможність. Питання дослідження конкурентоспроможності промислових підприємств є важливими й актуальними як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників. У ринкових умовах висока конкурентоздатність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства.

Проблема управління конкурентоспроможністю підприємства стає нагальною для сучасних підприємців, адже світова криза загострила важку ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств. За відсутності проведення адекватної та своєчасної оцінки рівня власного конкурентного потенціалу, виявлення й аналізу факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції підприємства, його керівництво унеможлиблює розробку та впровадження стратегії існування та функціонування організації.

Для того, щоб визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності варто визначитись з тим, що це. За класичним визначенням М. Портера, «конкурентоспроможність – це визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників». Харченко Т.Б. під конкурентоспроможністю розуміє зумовлене економічними, соціальними та політичними факторами становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. Л.В. Балабанова зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції

тощо. Інші науковці розглядають конкурентоспроможність як комплексне поняття, яке включає такі аспекти, як спроможність підприємства продавати конкурентну продукцію; вміння розробляти стратегію, яка забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень. За ступенем залежності від підприємства, весь набір факторів можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів можна віднести: умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість і т.д. Під внутрішніми факторами розуміють: впровадження у виробництво нової техніки, прогресивної технології, дієвих економічних стимулів; підвищення кваліфікаційного рівня працівників; формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу та ін. Вони можуть регулюватися на рівні підприємства в цілому, структурного підрозділу, первинного колективу і робочого місця. Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний плановірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку.

У різних сферах економіки функціонує багато різних компаній, організацій та установ. Але чи всі вони є процвітаючими, прибутковими та мають сталий дохід? Звичайно, ні. Одні організації досягають успіху, виходячи на світовий ринок, розширюють сферу діяльності, тим самим збільшуючи свій капітал. Але є й чимало компаній, які знаходяться у дуже складному фінансовому стані, перебувають під загрозою банкрутства. Стан підприємства залежить від ефективного та динамічного керівництва, наявності талановитих та кваліфікованих працівників, правильно обраного стилю керівництва.

Проблеми лідерства є ключовими для досягнення організаційної ефективності. З одного боку, лідерство розглядається як наявність певного набору якостей, які притаманні тим, хто успішно спричиняє вплив на інших, а з іншого, лідерство – це процес несилового впливу в напрямку досягнення організацією своїх цілей. Для того, щоб складна організація ефективно виконувала свої задачі, необхідно забезпечити виконання всіх функцій управління.

Лідерство є тим видом діяльності, який пронизує всю систему управління. Неможливо ефективно виконувати функції планування, організації, мотивації і контролю, якщо немає ефективного керівництва і лідерів, здатних заохочувати інших працівників, позитивно впливати на них і вести за собою, тим самим досягаючи благоприємних кінцевих результатів. У повсякденному житті використовуються терміни – менеджмент, адміністрування (керівництво) і лідерство. Менеджмент найчастіше вживається стосовно до підприємницьких структур, а адміністрування (керівництво) – для характеристики управління в урядових органах, громадських і різного роду благодійних організаціях. Що стосується керівництва і лідерства, то вони часто використовуються в літературі як синоніми. І все-таки між ними існують відмінності. Керівництво

ґрунтується переважно на формальних аспектах діяльності, тоді як лідерство — на неформальних. Тому воно спроможне у деякій мірі компенсувати формальне управління колективом, доповнюючи недостатній розвиток його окремих елементів. Лідерство – це процес діяльності людини, яка веде групу до наміченої мети, сприяє формуванню групових цілей, виражаючи потреби і прагнення людей в організації. Лідерство стало об'єктом дослідження багатьох вчених, і нині сформульовано три основних теоретичних підходи до розуміння лідерства.

Можливість компанії конкурувати на визначеному товарному ринку безпосередньо залежить від впровадження інновацій, конкурентоспроможності товару і сполучення економічних засобів діяльності фірми, надаючи перевагу в умовах конкурентної боротьби що посприяє повоєнному відновленню великого і малого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV// Відомості Верховної Ради України. 2003. №18.

2. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства : моногр. / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак, І. Я. Качмарик. – Львів : Літературна агенція «Піраміда», 2012. – 208 с.

Методика оцінки майна // Постанова Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 р. № 1891.

3. . Конспект лекцій з курсу «Потенціал підприємства: формування та оцінювання» (для студентів за спеціальністю «Економіка підприємства») / Т. О. Мамаєва, В. І. Торкатюк, Н. М. Золотова, М. П. Пан. – Х. : ХНАМГ, 2007. – 154 с.

4. Ковтун О. І. Стратегія підприємства : підруч. / О. І. Ковтун. – Львів : Новий світ-2000, 2009. – 250 с.

5. Перфілова О. Є. Проблеми та особливості впровадження SWOTаналізу в практику стратегічного управління вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / О. Є. Перфілова. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/13_27.pdf

РЕЗОЛЮЦІЯ
II Всеукраїнської науково-практичної конференції
«Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку
підприємництва»
м. Львів, 24 травня 2023 р.

Учасники конференції усвідомлюють сильний негативний вплив війни, розв'язаної російською федерацією, на економіку України. Вони констатували, що бізнес в умовах воєнного стану продемонстрував високу стійкість та соціальну відповідальність, що є свідченням життєздатності сформованих в Україні підприємницьких структур.

Українським бізнесменам доводиться долати численні проблеми, пов'язані як з традиційними для вітчизняної економіки недоліками інституційного забезпечення підприємницької діяльності, так і з труднощами воєнного стану, які відобразилися в падінні купівельної спроможності населення, втратах матеріально-технічної бази багатьох підприємств і організацій, руйнуванні логістичних систем тощо. Підприємці, представники органів державної влади і місцевого самоврядування, вчені напрацьовують рішення, які забезпечать в умовах воєнного стану стійкість економічних систем, суспільний обіг продукції, продовольчу безпеку та достатній асортимент непродовольчих споживчих товарів. Опрацьовуються й механізми відновлення економіки України в післявоєнний період, які повинні враховувати вимоги євроінтеграційних планів країни, необхідність створення конкурентоспроможних робочих місць для повернення мільйонів українців з вимушеної еміграції.

З урахуванням викладеного, учасники конференції, заслухавши й обговоривши доповіді виступаючих, вирішили повідомити науковій спільноті та широкій громадськості наступне:

1. В умовах війни пришвидшилася зміна парадигми підприємницької діяльності в Україні. Ефективне підприємництво розглядається з позицій не лише одержання бізнесовою структурою прибутків, а й її участі у вирішенні соціальних проблем. Утвердження засад соціальної відповідальності бізнесу в різних формах її прояву, зміст яких доповнився в умовах воєнного стану, виступає важливим елементом організаційно-економічного механізму розвитку вітчизняного підприємництва.

2. Інституційне середовище бізнесової діяльності в Україні характеризується недосконалістю, яка ускладнює формування прошарку мотивованих до дотримання засад доброчесної конкуренції та соціальної відповідальності підприємців. Модернізація зазначеного середовища передбачає удосконалення не лише формальних, а й неформальних норм, що регулюють перебіг підприємницьких операцій. Розвиток інституційного середовища бізнесу, зокрема неформальної його складової, розглядається як тривалий процес, що потребує комплексного підходу до його забезпечення, включаючи удосконалення освітніх програм у закладах вищої освіти.

3. Нові виклики, пов'язані з функціонуванням економіки України в умовах воєнного стану, вимагають зосередження уваги на лише на загальних засадах провадження підприємницької діяльності, а й на особливостях та процесах у різних галузях і сферах національного господарства. Слід враховувати вимушено недостатній рівень фінансування багатьох соціальних програм. Потрібно переосмислити та модернізувати засади функціонування бізнесових структур, що забезпечують логістичні операції, енергетичну стійкість, продовольчу безпеку країни та окремих регіонів. Актуальним є питання щодо розробки рекомендацій з вирішення проблем у галузях і сферах економіки, де обсяг комерційних операцій унаслідок воєнного стану критично зменшився.

4. Існує гостра потреба розробки теоретико-методичних і прикладних аспектів розвитку інфраструктурного забезпечення підприємницької діяльності на локальному, регіональному, національному та міжнародному рівнях, які враховуватимуть плани подальшої інтеграції України в європейську економічну систему, надання імпульсу соціально-економічного розвитку депресивних територій, у тому числі постраждалих від воєнних дій.

5. Глибинні трансформаційні процеси в аграрному секторі економіки, тенденції в соціально-економічному стані сільських територій, які розпочалися в минулому й зазнали деструктивних змін під час війни, вимагають розробки та апробації додаткових і переосмислення традиційних критеріїв оцінки результатів функціонування економічних систем, пов'язаних з сільським господарством і територіальними громадами з переважаючим сільським населенням. Розроблені з урахуванням цих критеріїв рекомендації щодо розвитку бізнесу на локальному рівні повинні передбачати можливості зростання потенціалу підприємницьких структур завдяки їх співпраці з органами місцевого самоврядування.

Резолюція Конференції є інтегрованим відображенням ключових положень матеріалів, що надійшли до Організаційного комітету, та результатів опрацювання доповідей, повідомлень і дискусій на засіданнях, що відбулися в рамках Конференції.

Електронне наукове видання

**Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку
підприємництва**

Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції, Львів:
ЛНУП, 2023

Відповідальний за випуск проф. Губені Ю. Е.

Комп'ютерна верстка: колектив кафедри підприємництва, торгівлі та
біржової діяльності, ЛНУП

Рекомендовано до оприлюднення вченою радою факультету управління,
економіки та права
Львівського національного університету природокористування,
протокол № 8 від 22 травня 2023 р.