

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF UKRAINE

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Вісник
Національного технічного
університету «ХПІ»
(економічні науки)

Bulletin of the National
Technical University
"KhPI"
(economic sciences)

№ 3(15)'2022

No. 3(15)'2022

Збірник наукових праць

Collection of Scientific papers

Видання засноване у 1961 р.

The edition was founded in 1961

Харків
НТУ «ХПІ», 2022

Kharkiv
NTU "KhPI", 2022

Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2022. – № 3. – 105 с.

У збірнику представлені результати досліджень та узагальнення актуальних тенденцій вітчизняної та світової економічної системи, стану і перспективи розвитку економіки регіонів, підприємств та організацій; особливості управління інвестиційною діяльністю, інноваціями, бізнесом, економічними ризиками, маркетинговою діяльністю, правове забезпечення підприємств, бізнес-планування, управління фінансами, проблеми обліку й аудиту, соціального прогресу.

Для науковців, викладачів вищої школи, аспірантів, студентів, фахівців різноманітних галузей

The collection presents the results of research and generalization of current trends of the domestic and world economic system, the state and prospects of economic development of regions, enterprises and organizations; features of investment management, innovation, business, economic risks, marketing activities, legal support of enterprises, business planning, financial management, accounting and auditing, social progress.

For scientists, teachers of higher education, postgraduates, students, specialists of various industries

Державне видання.

Свідцтво Міністерство юстиції України

КВ № 23773-13613Р від 14 лютого 2020 року.

Мова статей – українська, англійська.

На підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 року включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук зі спеціальностей 051, 071, 072, 073, 075, 076, 242, 281, 292.

Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва» перереєстровано, відповідно з наказом МОН України від 09.03.2016 р., № 241, в Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Індексуються в наукометричній базі Google Scholar.

Офіційний сайт видання: <http://es.khpi.edu.ua>

Засновник

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Founder

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Головний редактор

Перерва П.Г., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Заст. головного редактора:

Погорелов М.І. проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Погорелов С.М., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут" Україна

Секретар:

Круглов О.А., Національний технічний університет "Харківський
політехнічний інститут", Україна

Члени редколегії:

Ілляшенко С.М., проф., Сумський державний університет, Україна

Косенко О.П., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Краснокутська Н.С., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Кузьмін О.С., проф., Національний університет «Львівська
політехніка», Україна

Манойленко О.В., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Маслак О.І., проф., Кременчуцький національний університет імені
Михайла Остроградського, Україна

Посохов І.М., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Райко Д.В., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Сисоєв В.В., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Кобелева Т.О., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Mariann Veresné Somosi, проф., Мішкольцький університет,
Угорщина

Peter Reichling, проф., Магдебургський університет ім. Отто фон
Гуерике, Німеччина

György Kocziszkzy, проф., член монетарного комітета
Національного банку, Венгрія

Editor-in-chief

Pererva P.G., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Deputy editor-in-chief:

Pogorelov M.I., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Pohorielov S.M., prof, National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Secretary:

Kruglov O.A., National Technical University " Kharkiv Polytechnic
Institute ", Ukraine

Members of the editorial Board:

Ilyashenko S.M., prof., Sumy State University, Ukraine

Kosenko O.P., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Krasnokutskaya N.S., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Kuzmin O.E., prof., National University "Lviv Polytechnic", Ukraine

Manoylenko O.V., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Maslak O.I. prof Kremenchutzky National University imeni Mikhaila
Ostrogradskogo, Ukraine

Posokhov I.M., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Raiko D.V., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Sysoiev V.V., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Kobielieva T.O., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Mariann Veresné Somosi, prof, University Mxcalcse, Porsena

Peter Reichling, prof., Magdeburg University im. Otto von Guericke,
Germany

György Kocziszkzy, prof., member of the monetary Committee of the
National Bank, Hungary

Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ».

© НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2022

О.І. МАСЛАК, Н.Є. ГРИШКО, Я.Ю. ЯКОВЕНКО, А.Д. ПИРОГОВ, О.І. ДУБОВИК

ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ: ЕКОЛОГІЧНЕ, СОЦІАЛЬНЕ ТА КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ (ESG) ЯК ІНСТРУМЕНТ СТІЙКОСТІ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19

У статті досліджуються актуальні питання сутності та значення ESG як інструменту циркулярної економіки для посилення стійкості соціально-відповідального бізнесу в умовах подолання пандемії COVID-19. Особливу увагу приділено звітуванню на основі ESG-критеріїв задля покращення реалізації управлінських рішень. Акцентовано увагу на тому, що в Україні стратегія ESG на рівні підприємств тільки розвивається. Наголошується, що намір імплементувати практики ESG, які просуває ООН – це не прерогатива виключно великих компаній, а більшою мірою органічний розвиток бізнесу, оскільки традиційний фінансовий облік включає тільки внутрішні ресурси і потоки та економічні (і деякі соціальні та екологічні) наслідки діяльності. Відзначено, що в умовах циркулярної економіки ті компанії, які не в змозі відповісти на необхідні та очікувані зміни, виходять з бізнесу. Традиційна орієнтація звітності на розкриття фінансових показників залишилася в минулому. Сьогодні досягти успіху можуть лише соціально відповідальні компанії, які зосереджують увагу на таких підходах залучення інвестицій: права людини та інклюзія, протидія кліматичним змінам, забезпечення стійкості. Стверджується, що результатом поширення ESG-практик у довготривалій та середньотривалій перспективі може стати покращення прозорості та підзвітності компаній, які поєднують якісне традиційне корпоративне управління з ESG-факторами, підвищуючи власну інвестиційну привабливість та створюючи репутаційні переваги для України й бізнес-середовища загалом.

Ключові слова: циркулярна економіка; управління природокористуванням; сталий розвиток; глобальна економіка; соціальна відповідальність

O.I. MASLAK, N.YE. GRISHKO, YA. YU. YAKOVENKO, A.D. PYROGOV, O.I. DUBOVYK

CIRCULAR ECONOMY IN UKRAINE: ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE (ESG) AS A TOOL FOR THE SUSTAINABILITY OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN THE CONDITIONS OF OVERCOMING THE COVID-19 PANDEMIC

The article deals with current issues of the essence and significance of ESG as a tool of the circular economy to strengthen the sustainability of socially responsible business in the context of overcoming the COVID-19 pandemic. Particular attention was paid to the report based on ESG criteria to improve the implementation of management decisions. It was emphasized that in Ukraine the ESG strategy at the enterprise level is only developing. It was noted that the intention to implement ESG practices promoted by the UN is not the prerogative of exclusively large companies, but rather organic business development, since traditional financial accounting includes only internal resources and flows and economic (and some social and environmental) consequences of activities. It was also noted that in a circular economy, those companies that cannot respond to the necessary and expected changes go out of business. The traditional orientation of reporting on the disclosure of financial indicators is a thing of the past. Today, only socially responsible companies that focus on such approaches to attract investment can succeed: human rights and inclusion, combating climate change, ensuring sustainability. It was argued that the spread of ESG practices in the long and medium term may result in improved transparency and accountability of companies that combine high-quality traditional corporate governance with ESG factors, increasing their own investment attractiveness and creating reputational advantages for Ukraine and the business environment as a whole.

Keywords: circular economy; environmental management; sustainable development; global economy; social responsibility

Постановка проблеми. Починаючи з 2015 року, зусилля України та світу націлені на досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) ООН. Водночас сприяння досягненню Глобальних цілей до 2030 року потребує інвестування у забезпечення сталого розвитку, що стало особливо актуальним у період відновлення бізнесу після негативного впливу пандемії COVID-19. На практиці це означає, що в сучасних мінливих та складнопрогнозованих умовах ведення господарської діяльності актуальності набуває побудова стратегій, орієнтованих на основних стейкхолдерів та ключові активи.

Зокрема, останнє десятиріччя характеризується переходом від класичної лінійної концепції економіки до економіки замкнутого циклу (або кругової). Протягом лінійного циклу виробництва товар проходить три етапи: створення, застосування та утилізацію (англ. Take-Make-Dispose), тоді як кругова модель базується на моделі 3R (англ. Reduce-Reuse-Recycle), що передбачає наступне: використання відновлюваних матеріалів та зменшення застосування ресурсів за рахунок переробки; найбільш ефективне застосування товару; відновлення вторинних продуктів та залишків з метою подальшого їх

застосування в економіці.

Актуальність дослідження. В умовах пандемії COVID-19 українські компанії як ніколи повинні орієнтуватися на європейський зразок ведення бізнесу та враховувати наступний базовий принцип: витрати на забезпечення сталого розвитку трансформуються у стабільні інвестиції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про значну увагу до проблеми необхідності забезпечення засад сталого розвитку в умовах циркулярної (кругової) економіки, чому присвячені наукові праці Д. Райко [1], О. Новікової та О. Амоша і В. Антонюка [2], А. Касич [3] та багатьох інших. Однак недостатньо дослідженим залишається питання формування та здійснення ефективного ESG-управління відповідальним бізнесом.

Мета статті полягає у дослідженні сутності та значення ESG як інструменту циркулярної економіки для посилення стійкості соціально-відповідального бізнесу в умовах подолання пандемії COVID-19.

Основні результати дослідження. Стале інвестування в сучасних умовах неможливе без врахування ESG-критеріїв управління. Аналітичні дослідження [4] свідчать, що серед 17 Цілей Сталого

Розвитку (ЦСР) інвестори найбільше підтримують розвиток таких: турбота про працівників, дотримання прав людини та зміни клімату (близько 50% опитаних), а щодо зростання сталого інвестування, то його сукупний показник за 2020 рік склав 51 млрд. дол. США [5]. Причини такої інвестиційної підтримки у минулому році, за даними дослідженнями McKinsey [6], насамперед полягають у тому, що дотримання засад сталого розвитку на рівні стратегії підприємства може слугувати фактором збільшення прибутку від операційної діяльності на понад 60% з одночасним зменшенням поточних витрат (наприклад, використання енергетичних чи паливних ресурсів).

Розвиток теорій та термінології корпоративної соціальної відповідальності (КСВ, англ. Corporate social responsibility (CSR, CSR-1) бізнесу як передтечі екологічного, соціального та корпоративного управління (ESG, англ. Environmental, Social and Governance) пройшов довгий шлях формування, враховуючи нові виклики суспільства. КСВ виникла як концепція стійкого економічного розвитку для відображення добровільного рішення бізнесу брати участь у поліпшенні рівня життя суспільства і захисту навколишнього середовища [7]. Якщо раніше існувало два протилежних по суті підходи до розуміння відповідальності бізнесу перед суспільством (теорія корпоративного егоїзму і теорія корпоративного

альтруїзму [8]), то у 2003-2005 роках набув поширення термін «корпоративна стійкість», за допомогою якого позначають зв'язок між традиційною концепцією сталого розвитку та корпоративною політикою. Крім того, поряд з дефініцією «корпоративна соціальна відповідальність» у науковому обігу широко вживається поняття «корпоративна соціальна сприйнятливість» (англ. Corporate social responsiveness (CSR-2) для позначення здатності корпорацій сприймати суспільні дії та вчасно реагувати на них [9].

Щодо поняття «сталий розвиток», то мається на увазі такий тип розвитку, який забезпечує задоволення потреб нинішнього покоління без завдання шкоди наступним. Відповідно, сталий розвиток – це не досягнення короточасної гармонії, а ціла низка поступових змін, за яких використання усіх видів ресурсів (природного, людського, фінансового тощо) націлене на задоволення теперішніх потреб суспільства без шкоди для майбутніх поколінь [10].

Сьогодні КСВ у поєднанні зі сталим розвитком і формують ESG (рис. 1). Екологічне, соціальне та корпоративне управління (ESG, англ. Environmental, Social and Governance) належить до основних нефінансових підходів щодо тлумачення стійкості бізнесу та міри його соціально-екологічного впливу, у тому числі і у розрізі інвестування.

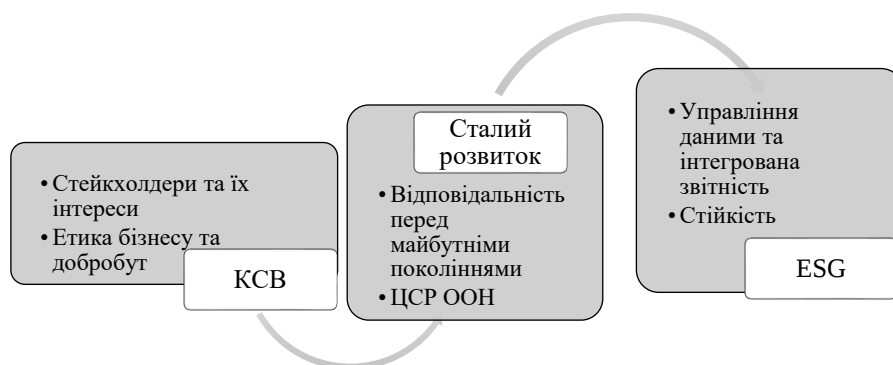


Рисунок 1 - Еволюція основних нефінансових підходів до забезпечення стійкості бізнесу

В Україні стратегія ESG на рівні підприємств тільки розвивається. Історія випуску нефінансової звітності в Україні налічує менше, ніж 10 років. Звіт із КСВ вперше було опубліковано фінансово-промисловою групою «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ) у 2005 році, а вже у 2007-2009 роках такі звіти випустили корпорація «Оболонь», телекомунікаційна компанія «Київстар», «Coca Cola Ukraine», енергетична компанія «DTEK» та «UniCredit Bank». Водночас форми звітності еволюціонують по мірі зміни очікувань суспільства. Ті компанії, які не в змозі відповісти на необхідні та очікувані зміни, виходять з бізнесу. Традиційна орієнтація звітності на розкриття фінансових показників залишилася в минулому. Сьогодні досягти успіху можуть лише соціально відповідальні компанії, які зосереджують увагу на

таких підходах залучення інвестицій: права людини та інклюзія, протидія кліматичним змінам, забезпечення стійкості.

Якщо детальніше розвинути концепт циркулярної економіки, у центрі лежить модель використання матеріалів і відходів у вигляді сировини для виробництва, що одночасно регулює проблему нестачі природних ресурсів, високих цін на первинну сировину і скорочує залежність від імпортованих матеріалів [11]. Багато країн світу вже вступили на шлях переходу від лінійної до циркулярної економіки. Таким чином, Європейським Союзом був прийнятий план дій щодо змін у моделі економіки. До того ж у рамках угоди між ЄС та Україною, остання зобов'язана вдатися до змін у національному законодавстві. Вже у 2017 році була прийнята Національна стратегія

управління відходами, що, у першу чергу, враховує впровадження принципу кругової економіки.

Наразі останній факт відповідає найважливішим потребам сучасності. Дана концепція має суттєве значення для розвитку економіки у період пандемії та закритих кордонів, коли традиційні алгоритми поставок знаходяться під загрозою. Для багатьох компаній це велика проблема та привід для перевірок і зупинок.

В рамках сьогодення стратегії циркулярної економіки запобігають негативним наслідкам ізоляції, оскільки постачання сировини та канали розподілу частіше за все знаходяться географічно ближче до

місця виробництва [12].

Намір імплементувати практики ESG, які просуває ООН – це не прерогатива виключно великих компаній, а більшою мірою органічний розвиток бізнесу, оскільки традиційний фінансовий облік включає тільки внутрішні ресурси і потоки та економічні (і деякі соціальні та екологічні) наслідки діяльності. На рис.2 у вигляді двох додекаедрів подано порівняння факторів впливу на діяльність підприємства, що розглядаються традиційним фінансовим обліком (а) та обліком з урахуванням ESG-критеріїв (б).

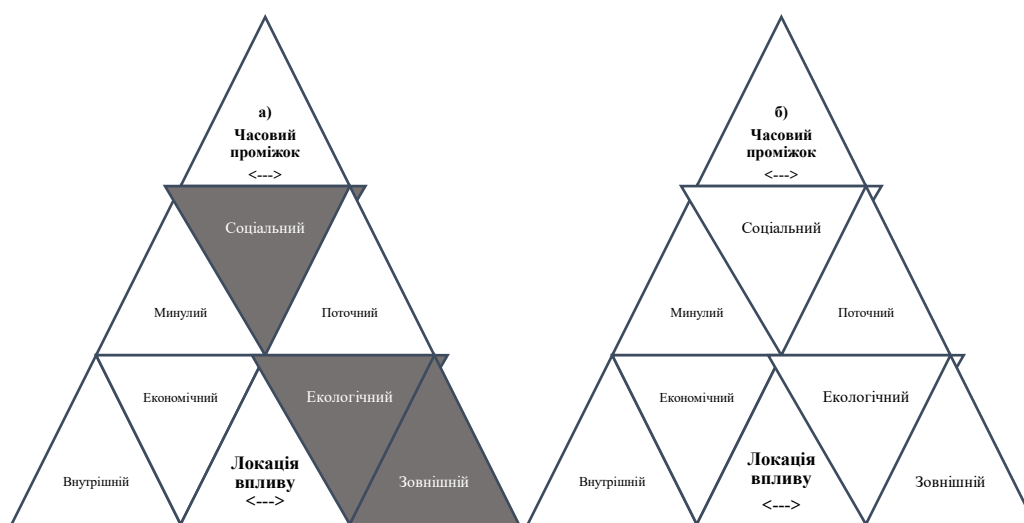


Рисунок 2 – Порівняння охоплення факторів впливу на діяльність підприємства фінансового обліку (а) та обліку з урахуванням ESG-критеріїв (б)

Таким чином, облік з урахуванням ESG спрямований на вивчення усіх трьох вимірів впливу у повному обсязі. При цьому вирішальне значення має відповідь організації на питання, чи готова вона при звітуванні до максимального розкриття інформації, зокрема щодо інтелектуального капіталу [13]. Попри наявну практику складання звітів зі сталого розвитку,

підприємства досі стикаються з проблемами впровадження звітності з урахуванням ESG-критеріїв, оскільки цей механізм не є чітко прописаним. Через це компаніям складно визначити золоту середину в розкритті інформації, аби можливі ризики та нові можливості було збалансовано. Орієнтовна дорожня карта з впровадження ESG подана на рис.3.



Рисунок 3 – Дорожня карта зі впровадження ESG підприємствами

Варто зазначити, що не лише складання звітності за критеріями ESG, а й імплементация засад ESG означає розширення меж відповідальності компанії. Водночас як інструмент забезпечення подальшого

збалансованого розвитку ESG покращує управління впливом COVID-19 в середньо- і довгостроковій перспективі.

Загалом, можна виокремити чотири етапи

впровадження ESG: підготовчий, етап управлінських рішень, етап вибору інструментів обліку та завершальний.

Згідно запропонованого підходу, на підготовчому етапі після затвердження ідеї імплементації засад ESG у діяльність підприємств, аналізують наявні вихідні дані (діяльність у сфері КСВ, розвиток енергоефективних технологій, розвиток персоналу тощо).

Під час першого етапу визначають групи зацікавлених сторін, оцінюють стійкість постачальників і межі впливу компанії на довкілля та суспільство. На даному етапі важливо передбачити можливі репутаційні ризики. Водночас цей етап спрямований на захист бізнесу — реагування на фінансову життєздатність та безпеку співробітників, що актуально в умовах пандемії.

На другому етапі визначають інструменти обліку. Суть даного етапу зводиться до включення екологічних та соціальних витрат, що раніше не відображалися. Залучення до звітності даної інформації дозволяє також відобразити і додаткові доходи внаслідок прийняття стратегії стійкого розвитку (внаслідок переробки вторинної сировини, економії через зниження витрат на утилізацію, уникнення нормативних витрат або отримані гранти).

На нашу думку, перш ніж набути широкого поширення, практика імплементації ESG має пройти перехідний період та бути адаптованою до українських реалій. Водночас ряд українських підприємств уже демонструють високі рівні корпоративної стійкості за ESG-критеріями для моніторингу руху в напрямі досягнення Цілей сталого розвитку (табл.1).

Таблиця 1 — Вихідні дані для побудови матриці поведінки соціально-відповідальних компаній

Компанія	Рейтинг зі стійкого розвитку з фокусом на оцінку ESG-сфер (ініціатива Sustainable Ukraine 2019)	Рейтинг за успішністю стійкого розвитку бізнесу (ум. од (max - 1000) на основі Global Compact Network Ukraine 2020) [14]
Енергоатом	AAA	520
Kernel	AA	584
Carlsberg Ukraine	A	684
ДТЕК	A	660
Укрзалізниця	BBB	490
Приватбанк	CC	608
Київстар	CC	622
JTI Ukraine	CC	642

Якщо взаємопов'язати показники успішності ведення бізнесу з урахуванням ESG-критеріїв та досягнення у сфері стійкого розвитку, можна визначити модель поведінки компанії. Для цього ми пропонуємо побудувати графік (рис. 4), у якому вісь

абсцис відповідає за показник компанії у рейтингах зі сталого розвитку, а вісь ординат — у рейтингах ESG-успішності (знак «-» умовно вказує на пріоритетність лідируючих позицій). Для порівняння візьмемо обрані раніше для аналізу компанії.

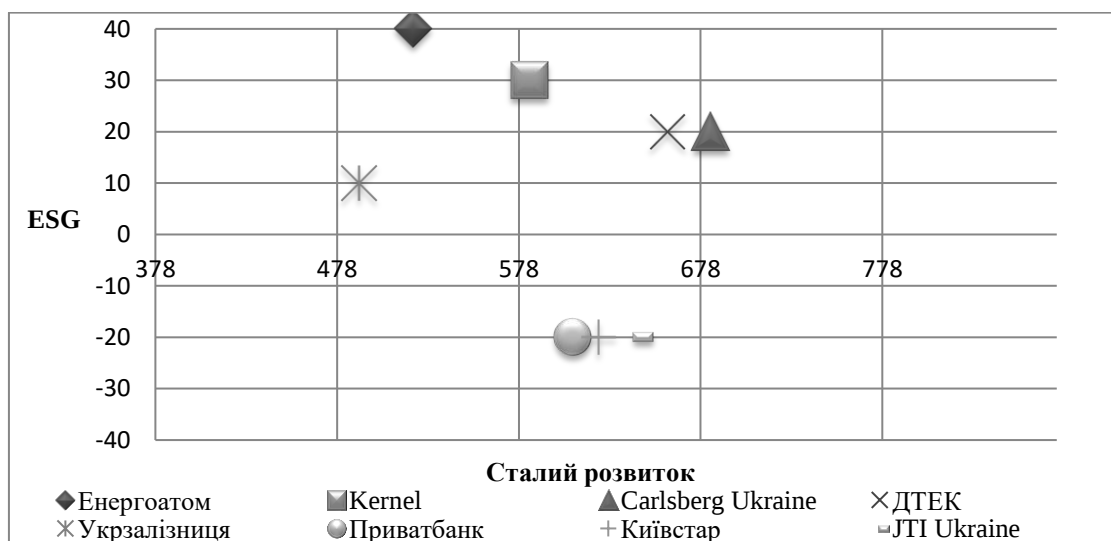


Рисунок 4 – Матриця моделей поведінки соціально-відповідальної компанії з урахуванням критеріїв ESG

Отже, компанії розмістились переважно у верхньому лівому та правому верхньому кутках матриці, яку можна умовно розділити на чотири чверті. Кожна з чвертей характеризує поведінку компанії. Починаючи з верхнього правого кутка (І чверть) та рухаючись за годинниковою стрілкою, можна виокремити такі поведінкові моделі:

1) трансформована – одночасне підтримання лідируючих позицій за критеріями ESG та забезпечення сталого розвитку, який розглядається компанією у якості бізнес переваги;

2) частково трансформована – лідерство у сфері сталого розвитку та неуспішна на фоні інших бізнес-метрика;

3) умовна – неефективна, порівняно з іншими, стратегія сталого розвитку та низька ефективність бізнесу;

4) перехідна – випередження колег по галузі за ESG- критеріями та докладання зусиль для забезпечення сталого розвитку (переважно з фінансових міркувань).

Компанії, обрані для аналізу, характеризуються перехідною та трансформованою моделями поведінки. Це свідчить про намагання забезпечити високі показники стійкого розвитку навіть при незначних фінансових можливостях.

Таким чином, за умов поступового переходу до використання критеріїв ESG, вони будуть розглядатися підприємствами як невід'ємна частина соціально-відповідального бізнесу.

Висновки і пропозиції. Нині у трансформації економічної моделі беруть участь багато компаній, одночасно своїм прикладом надихаючи колег до переходу до більш екологічного та раціонального використання ресурсів. Варто зазначити, що зі ста найбільших компаній, що щорічно входять до списку Fortune Global, майже половина протягом останньої декади обрали стратегію кругової економіки для майбутнього розвитку виробництва.

Таким чином, ми припускаємо, що результатом поширення ESG-практик у довготривалій та середньотривалій перспективі може стати покращення прозорості та підзвітності компаній, які поєднують якісне традиційне корпоративне управління з ESG-факторами, підвищуючи власну інвестиційну привабливість та створюючи репутаційні переваги для України й бізнес-середовища загалом.

Список літератури

1. Райко, Д., Маслак, О., Маслак, М. (2021). Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (3), 131–134. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.3.131>
2. Новікова О.Ф., Амоша О.І., Антонюк В.П. та ін. Сталій розвиток промислового регіону: соціальні аспекти: моногр. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2012. 534 с.
3. Касич А. О. Сучасні науково-теоретичні підходи до визначення сутності поняття стійкого розвитку / А.О. Касич, Я.Ю. Яковенко // Економіка та держава. – 2016. – №10. – С. 14–20.

4. Global Compact Network Ukraine. Рейтинг устойчивого развития украинского бизнеса-2021. URL: <https://esg-rating-2021.korrespondent.net>
5. McKinsey & Company. Social Responsibility Report 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/about-us/social-responsibility/2020-social-responsibility-report/overview>
6. Morningstar. The Sustainable Funds U.S. Landscape Report. URL: <https://www.morningstar.com/lp/sustainable-funds-landscape-report>
7. Nancy E. Landrum, Sandra Edwards (2009). «Sustainable Business: An Executive's Primer». –Business Expert Press. – 206 p.
8. Friedman M. The social responsibility of business is to enhance its profits. New York Times. 1970. № 32 (13). P. 122–126.
9. Маслак О. І., Гришко Н.Є., Глазунова О.О., Гришко Б.В. Промислові інновації: механізм управління з урахуванням стадій їх життєвого циклу. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки. Харків. № 5, 2020. С. 68–71.
10. Brundtland H. (1987), «Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development». – Oxford: Oxford University Press – 512 p.
11. Маслак О.І. Диверсифікація інноваційного розвитку промисловості в контексті перспективної інвестиційної політики / О.І. Маслак // Інвестиції: практика та досвід. Науково-практичний журнал. - 2010. - №4 (лютий). - С. 13–16.
12. Яковенко Я.Ю. Концепція управління стійким розвитком підприємств: наук. вісник Херсонського держ. університету; Економічні науки № 36, 2019, с. 75–81. doi: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-36-13>
13. Maslak O. Intellectual capital as a factor of economic development of Ukraine/ Maslak O. Grishko N., Hlazunova O., Maslak M.// Journal of Turiba University "Acta Prosperitatis". – 2016. – No. 7. – P. 104–118.
14. Результаты рейтингу SUSTAINABLE UKRAINE 2020. URL: <https://sustainableukraine.com/ua/index.html#block-8>

References (transliterated)

1. Raiko, D., Maslak, O. and Maslak, M. (2021). Solution to the problems of the sustainable development strategy. ["Stratehiya stiykoho rozvytku: problemy ta shlyakhy vyryshennya"] Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). 3 (Apr. 2021), 131–134. doi: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.3.131>.
2. Novikova, O.F., Amosha, A. I. & Antonyuk, V.P. (2012), Staliy rozvytok promyslovogo regionu: sotsialni aspekty [Sustainable development of the industrial region: social aspects], NAN of Ukraine, Institut yekonomiko-pravovykh doslidzhen, Donetsk.
3. Kasich, A. O. & Yakovenko, Ya.Yu. (2016), Suchasni naukovoteoretychni pidkhody do vyznachennia sutnosti poniattia stiykoho rozvytku [Modern scientific and theoretical approaches to defining the essence of the concept of sustainable development] The economy and the state, vol. 10, pp. 14–20.
4. Global Compact Network Ukraine. URL: <https://esg-rating-2021.korrespondent.net>
5. McKinsey & Company. Social Responsibility Report 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/about-us/social-responsibility/2020-social-responsibility-report/overview>
6. Morningstar. The Sustainable Funds U.S. Landscape Report. URL: <https://www.morningstar.com/lp/sustainable-funds-landscape-report>
7. Nancy E. Landrum, Sandra Edwards (2009). «Sustainable Business: An Executive's Primer». –Business Expert Press. – 206p.
8. Friedman M. The social responsibility of business is to enhance its profits. New York Times. 1970. № 32 (13). P. 122–126.
9. Maslak O. I., Grishko N. Ye., Hlazunova O.O., Hryshko B.V. (2020). Promyslovi innovatsii: mekhanizm upravlinnia z urakhuvanniam stadii yikh zhyttievoho tsykladu [Industrial innovations: a management mechanism based on the stages of their life cycle]. Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI». Ekonomichni nauky. Kharkiv. № 5, 2020. pp. 68–71.
10. Brundtland H. (1987), «Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development». – Oxford: Oxford University Press – 512 p.
11. Maslak O.I. (2010) Dyversyfikatsiia innovatsiinoho rozvytku

- promyslovosti v konteksti perspektyvnoi investytsiinoi polityky [Diversification of innovative industrial development in the context of long-term investment policy] Investytsii: praktyka ta dosvid. Naukovo-praktychnyi zhurnal. - 2010. - Vol. 4. - pp. 13-16.
12. Yakovenko, Ya. Yu. (2019). The concept of managing enterprise sustainable development ["Kontseptsiya upravlinnya stiykym rozvytkom pidpryyemstv"]. Scientific Bulletin of Kherson State University; Economic sciences No. 36, 2019, pp. 75-81. doi: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-36-13>
13. Maslak O. Intellectual capital as a factor of economic development of Ukraine/ Maslak O. Grishko N., Hlazunova O., Maslak M.// Journal of Turiba University "Acta Prosperitatis". - 2016. - No. 7. - P. 104-118.
14. SUSTAINABLE UKRAINE 2020 Results. URL: <https://sustainableukraine.com/ua/index.html#block-8>

Надійшло(received)15.06.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Маслак Ольга Іванівна (Maslak Olga Ivanivna) – доктор економічних наук, професор, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, професор кафедри економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6793-4367>; e-mail: oimaslak2017@gmail.com

Гришко Наталія Євгеніївна (Grishko Natalya Yevheniyivna) – кандидат економічних наук, доцент, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, доцент кафедри економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1644-3861>; e-mail: 2nata.grishko@gmail.com

Яковенко Ярослава Юріївна (Yakovenko Yaroslava Yuriivna) – PhD з економіки, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, старший викладач кафедри економіки; м. Кременчук, Україна, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5042-2701>; e-mail: yaroslavayakovenko@gmail.com

Пирогов Антон Дмитрович (Pyrohov Anton Dmytrovych) – здобувач ОС магістр, ОПП Економіка, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, кафедра економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0868-8044>; e-mail: pyrogov_ad@gmail.com

Дубовик Ольга Ігорівна (Dubovyk Olga Ihorivna) - здобувач ОС бакалавр, ОПП Економіка, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, кафедра економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4361-5366>; e-mail: olgadubovykolga@gmail.com

*М. В. ЛІТВИНЕНКО, М. В. МІРОШНИК***РЕЗУЛЬТАТИ ВИМУШЕНОГО «АПГРЕЙДУ» ЕЛЕКТРОНОЇ КОМЕРЦІЇ**

В статті досліджено трансформацію електронної комерції, яка за останні п'ять років стала невід'ємною складовою глобальної системи роздрібною торгівлі. Виявлено проблеми, що насуваються на цю сферу бізнесу, бо споживачі стали більш обережними у своїх витратах через інфляцію, наслідки війни в Україні, порушення ланцюгів постачання та загальне відчуття невизначеності. Зазначено, що підприємницькі структури намагаючись вижити в існуючих умовах трансформуються в нові бізнес форми та відшуковують нові форми просування товарів. В роботі показано, що на практиці ці дії не завжди є ефективними. Детально досліджено «апгрейд» торговельної площадки Prom.ua – інноваційний каталог ProSale, який є інструментом для відображення та просування товарів на Prom і основною метою якого є залучення покупців та збільшення продажів. Показано, що розробники Prom зобов'язали усіх клієнтів, окрім промислових, використовувати Модель CPA, яка передбачає єдину ставку виплат за продажі, що є однаковою для всіх товарів певної категорії. А головне, що при цьому клієнт втратив вплив на частоту та пріоритетність видачі своїх товарів у Каталогі ProSale. За даними власного дослідження авторів встановлено, що кількість зареєстрованих на маркетплейсі клієнтів після вимушеного «апгрейду» тільки за червень-липень зменшилась на 6 %. Звісно, що це відбулося під сукупним впливом різних факторів, однак дослідження показало, що зміни у просуванні товарів на Prom мають на це значний вплив і клієнти-продавці на Prom відчули різке зниження саме кількості показів (видачі в категоріях) у Каталогі ProSale. Показано ситуацію коли продавець потрапив у коло, з якого дуже складно вибратися. Надано пояснення чому: саме рейтинг магазину від тепер грає важливу роль у видачі товарів Каталогу ProSale як для нових продавців так і для «продвинутих» продавців на платформі (які знаходяться на платформі рік і більше). Розроблено пропозиції щодо маркетплейсу Prom: повернути рекламу CPC та завдяки цьому зробити здорову конкуренцію між продавцями на платформі. Очікується: цінність для платформи – збільшення прибутку, завдяки купівлі пакетів розміщення, зріст витрат серед користувачів на рекламні послуги; цінність для продавця – збільшення продажів і відповідне збільшення прибутку; цінність для покупців – зменшення цін на товари і відповідно можливість зробити більшу кількість покупок.

Ключові слова: онлайн-покупки; електронна комерція; підприємницькі структури; трансформація; бізнес форми; схеми просування товарів; інноваційний каталог ProSale

*M.V. LITVYNENKO, M.V. MIROSHNIK***RESULTS OF FORCED «UPGRADE» OF ELECTRONIC COMMERCE**

The article examines the transformation of e-commerce, which has become an integral part of the global retail system over the past five years. Challenges looming for this area of business have been identified, as consumers have become more cautious in their spending due to inflation, the effects of the war in Ukraine, supply chain disruptions and a general sense of uncertainty. It is noted that business structures, trying to survive in the existing conditions, transform into new business forms and look for new forms of product promotion. The work shows that in practice these actions are not always effective. The «upgrade» of the Prom.ua trading platform was studied in detail – the innovative ProSale catalog, which is a tool for displaying and promoting goods on Prom and whose main goal is to attract buyers and increase sales. Prom's developers are shown to have required all but industrial customers to use the CPA Model, which assumes a single sales payout rate that is the same for all products in a given category. And most importantly, the client lost influence over the frequency and priority of issuing their goods in the ProSale Catalog. According to the data of the authors' own research, it was established that the number of customers registered on the marketplace after the forced «upgrade» decreased by 6% only in June-July. Of course, this happened under the combined influence of various factors, but the study showed that changes in the promotion of goods on Prom have a significant impact on this, and customers selling on Prom experienced a sharp decrease in the number of impressions (issues in categories) in the ProSale Catalog. The situation is shown when the seller got into a circle from which it is very difficult to get out. An explanation has been provided as to why: it is the store rating that now plays an important role in issuing ProSale Catalog products for both new sellers and «advanced» sellers on the platform. Recommendations for the Prom marketplace have been developed: bring back CPS advertising and thereby create healthy competition between sellers on the platform. Expected: value for the platform – increase in profit due to the purchase of accommodation packages, increase in spending among users on advertising services; value for the seller – increased sales and a corresponding increase in profit; value for buyers – a reduction in the prices of goods and, accordingly, the opportunity to make a larger number of purchases.

Keywords: online shopping; electronic commerce; business structures; transformation; business forms; product promotion schemes; innovative catalog ProSale

Вступ. Електронна комерція за останні п'ять років стала невід'ємною складовою глобальної системи роздрібною торгівлі. Саме після появи Інтернету роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін, і завдяки триваючій цифровій трансформації сучасного життя споживачі практично з усіх країн тепер отримують вигоду від онлайн-транзакцій. У зв'язку з розширенням мережі Інтернету швидко росте у всьому світі і кількість користувачів цифрових технологій.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження трансформації електронної комерції та нових форм просування товарів на торговельній площадці Prom.ua, розробка пропозицій щодо маркетплейсу Prom.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідженню проблеми сучасного стану електронного бізнесу в Україні, характерні риси формування середовища бізнесу, особливості роботи інтернет-платформ та трансформація підприємницьких

структур в нові бізнес форми, враховуючи зміни у просуванні товарів досліджено у роботах [1,2].

Викладення основного матеріалу дослідження. Загалом європейський ринок електронної комерції у 2021 р. зріс на 13 % та досягнув обсягу в 718 млрд євро (дані Ecommerce Europe та EuroCommerce [1]. Вітчизняний напрямок електронного бізнесу вибудував аналогічний вектор розвитку ще під час карантинних обмежень, які були пов'язані з пандемією COVID-19 та прискорили тенденцію переходу українців в сферу онлайн-покупок (рис. 1).

Відбувається постійна трансформація бізнес-моделей електронної комерції. Так, наприклад, під час локдауна продуктові магазини ввели нову послугу click & collect, що дозволяє забрати продукти в магазині після онлайн-покупки. В Україні кількість безконтактних платежів за 2020 р. зросла в два рази.

Значного навантаження із збільшенням продажів відчули служби доставки. У головних поштових

операторів України «Нова Пошта» та «Укрпошта» кількість посилок збільшилася на 25-35% [2]. Але клієнти інтернет-магазинів хочуть швидко отримувати свої замовлення, без можливих затримок. Ця ситуація стала поштовхом для розвитку українських служб доставки.

Проте результати досліджень фахівців свідчать про те, що на цю сферу бізнесу насуваються серйозні проблеми. Виділимо дві ключові тенденції:

- по-перше, продажі в електронній комерції починають нормалізуватися після зростання продажів у період пандемії, а саме зростання повільно стабілізується;

- по-друге, споживачі стали більш обережними у своїх витратах через інфляцію, наслідки війни в Україні, порушення ланцюгів постачання та загальне відчуття невизначеності.

Що б там не було, але багато учасників ринку уже тепер говорять про зменшення купівельної спроможності споживачів через значне подорожчання енергоносіїв, інфляцію та інші важливі чинники. Така ситуація створює відчуття невизначеності у звичайних людей, які починають економити гроші навіть тоді, коли вони у них є, й через це на локальних відрізках часу спостерігалось навіть деяке зниження обсягів продажів.

За перше півріччя 2022 р. вітчизняні інтернет-магазини та інтернет-платформи болісно відчували, що люди почали купувати менше. Але це факт і адекватна поведінка покупців в умовах війни в Україні. Тому стає зрозумілим, що у таких сферах, як одяг, взуття, посуд, меблі та ін. доведеться складно. Потрібно дивувати свого клієнта оригінальністю, а якщо в тебе не власне виробництво, то дивувати просто нема чим.

Допоможе збивання ціни, але як наслідок йде зниження маржинальності. А з нинішнім плаваючим курсом доллара, це робота заради роботи.

Війна продовжує вносити свої корективи до всіх без винятку сфер нашого життя. Через військові дії відбулося суттєве скорочення бізнес-діяльності та інтересу до покупок. Як наслідок, незмінні e-commerce гіганти України Rozetka.com.ua та Prom.ua вперше за останні 7 років опустилися в рейтингу найпопулярніших сайтів (13-й та 16-й рядки відповідно) [3].

Тому підприємницькі структури намагаючись вижити в існуючих умовах трансформуються в нові бізнес форми та відшуковують нові форми просування товарів. На практиці бачимо, що ці дії не завжди є ефективними.

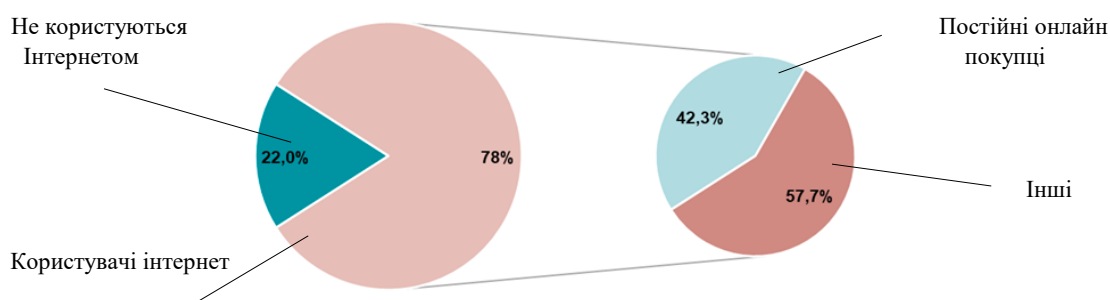


Рисунок 1 – Доля користувачів інтернету в Україні у 2021 р., %

Так у червні 2022 р. маємо яскравий приклад «апгрейду» торгівельної площадки Prom.ua (09.06.2022), а саме клієнтам площадки запропоновано інноваційний каталог ProSale – інструмент для відображення та просування товарів на Prom.

Основна мета інноваційного каталогу ProSale – залучення покупців та збільшення продажів.

На сьогодні площадка має дві моделі оплати в Каталозі ProSale:

Модель CPA (cost per action, або ціна за дію) – передбачає оплату відсотка від ціни товару за цільову дію – замовлення товару. Ця модель доступна для товарів, які замовляють через кошик.

Модель CPC (cost per click, або ціна за клік) – оплата за перехід покупця по товару. Ця модель доступна для послуг та товарів, які замовляють здебільшого телефоном.

Розробники Prom зобов'язали усіх клієнтів, окрім промислових, використовувати Модель CPA. Вона

передбачає єдину ставку – це незмінна ставка, однакова для всіх товарів певної категорії. Особливістю є те, що клієнт втратив вплив на частоту та пріоритетність видачі своїх товарів у Каталозі ProSale.

За даними сайту Prom.ua, у 2021 р. на маркетплейсі зареєстровано понад 60 тис. компаній та представлено близько 100 млн товарів. Щорічно аудиторія та кількість товарів маркетплейсу зростали на 20 %, а щомісяця сайт відвідували близько 48 млн користувачів. У 2021 р. українці витратили 24 млрд грн. на товари з каталогу та сайтів компаній Prom.ua (рис. 2).

За даними власного дослідження авторів кількість зареєстрованих на маркетплейсі клієнтів після вимушеного «апгрейду» тільки за червень-липень зменшилась на 6%. Звісно, що це відбулося під сукупним впливом усіх наведених вище факторів. Однак, зміни у просуванні товарів на Prom мають на це

значний вплив. Клієнти-продавці на Prom відчули різке зниження саме кількості показів (видачі в категоріях) у Каталогі ProSale (рис. 3,4).

Видача в категоріях Каталогів ProSale відбувається за наступним алгоритмом [4]:

Етап 1. Формування вибірки товарів (відбираються товари, у яких вказана певна категорія).

Етап 2: Ранжування всередині вибірки товарів (для кожного товару розраховується рейтинг і далі товари ранжуються за ним).

Для моделі CPC враховуються такі параметри:

- співвідношення переходів за товаром до його показів;

- ставка за перехід;

- рейтинг позитивних відгуків – додатковий пріоритет мають товари продавців з показником позитивних відгуків від 90%;

- наявність Пром-оплати – товари з Пром-оплатою отримують додатковий пріоритет.

Для моделі CPA враховуються наступні параметри:

- співвідношення обороту CPA замовлень до показів товару;

- оплата за CPA замовлення, згенерована з цього обороту;

- рейтинг позитивних відгуків – додатковий пріоритет мають товари продавців з показником позитивних відгуків від 90%;

- наявність Пром-оплати – товари з Пром-оплатою отримують додатковий пріоритет.

Проаналізуємо показники торгівельної діяльності типового магазину «А», який розташований на сайті Prom.ua, за червень місяць теперішнього та минулого років (рис. 3,4). Цей період яскраво демонструє вплив моделі просування товарів на Prom на результати торгівельної діяльності. Так на рис. 4 бачимо сильне падіння показів товару (у чотири рази), як наслідок зменшення переходів (кликів) на конкретні позиції товарів та відповідно зменшення замовлень (з 81-го до 6-ти). Ця ситуація склалася в результаті зміння умов просування товарів на платформі, бо тепер продавці не можуть вагомо впливати на кількість показів товару.

Спостерігаємо ситуацію коли продавець потрапив у коло, з якого дуже складно вибратися. Надаємо пояснення чому: саме рейтинг магазину від тепер грає важливу роль у видачі товарів Каталогів ProSale.



Рисунок 2 – Статистичні показники роботи сайту Prom.ua за 2019-2021 р.р.

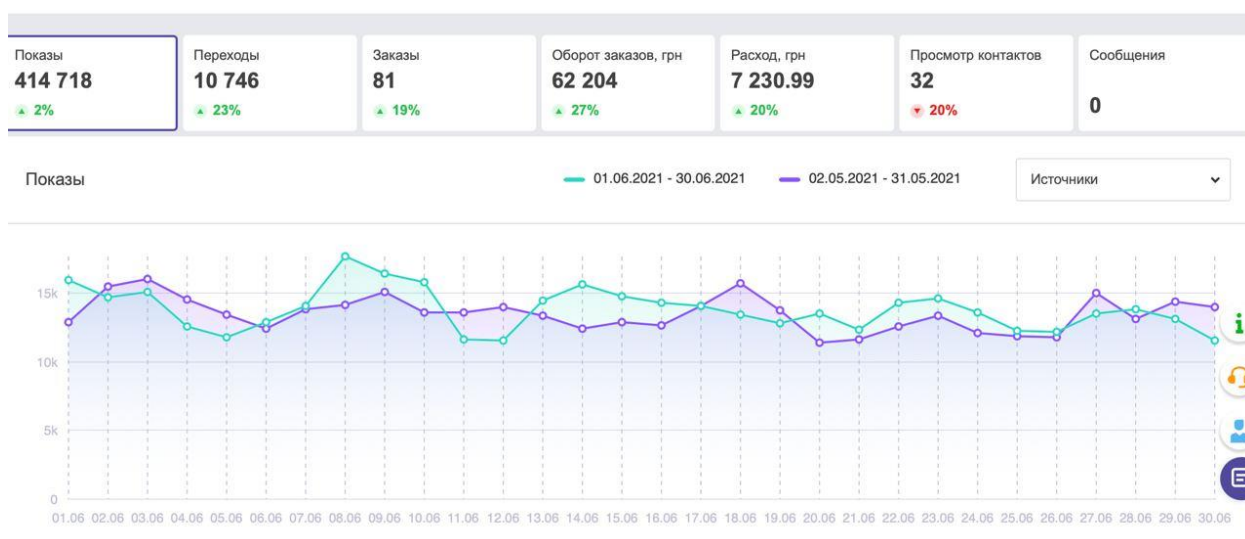


Рисунок 3 – Показники торгівельної діяльності, червень 2021 р. (модель CPC)

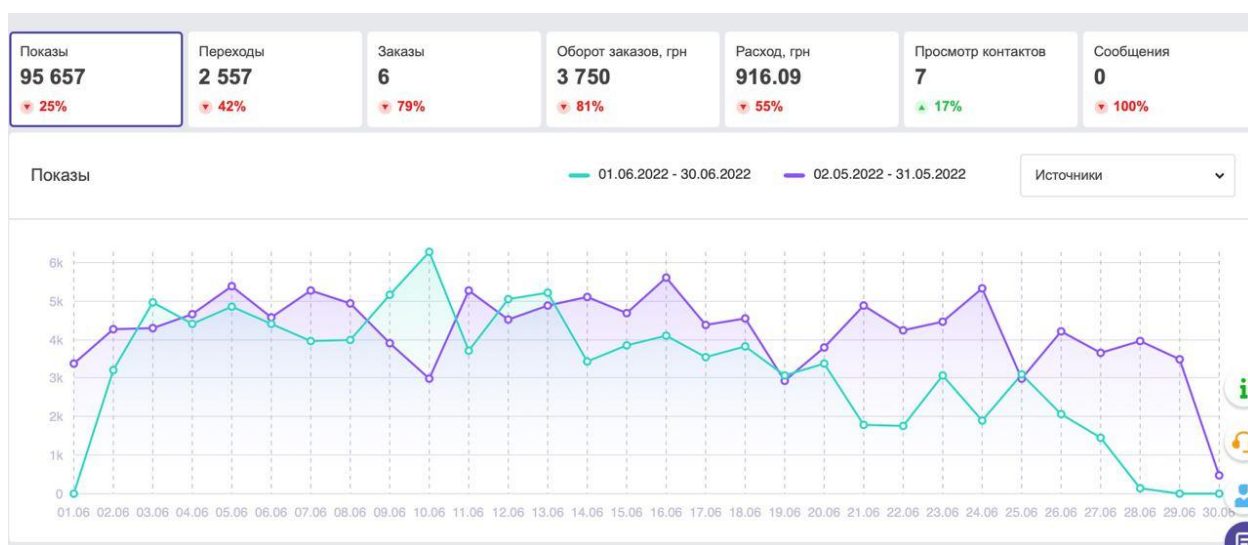


Рисунок 4 – Показники торгівельної діяльності, червень 2022 р. (модель CPA)

Тобто якщо ти новий продавець, то в тебе малий шанс взагалі отримати замовлення, бо в тебе ще не має рейтингу, відгуків та переваг, які вже мають «продвинуті» продавці на платформі (продавці, які знаходяться на платформі рік і більше). А якимось чином вплинути на кількість замовлень після змін в просуванні продавець не може, бо замовлення напряму пов'язані з показами.

Щодо «продвинутих» продавців ситуація також неоднозначна, якщо в тебе класний рейтинг, але галузь товару конкурентна (одяг, аксесуари тощо), покази отримати складно.

Умови Prom: чим кращий рейтинг, тим вище продавець у каталозі серед конкурентів. Дивись формулу:

Рейтинг CPA товарів = (оборот CPA, грн/кількість показів) × 100.

Згідно формули бачимо, що оборот CPA ділиться на кількість показів (оборот CPA – це кількість коштів утриманих платформою за успішне замовлення), а якщо в тебе мала кількість показів, то відповідно мало замовлень – відповідно низький оборот CPA. Маємо абсурду та безглузду ситуацію.

Спираючись на статистику магазину «А», то у червні 2021 р. витрати на рекламу склали 7230,99 грн (у той час продавець міг сам регулювати витрати та впливати на кількість показів у видачі, користуючись рекламою CPC – виставляючи власну ціну за клік та перебиваючи ставки своїх конкурентів), а у червні 2022 р. – 916,09 грн, коли вимушено користувалися рекламою CPA. Тобто платформа теж суттєво втратила прибуток від затрачених продавцем коштів на рекламу.

Ще один вагомий недолік переходу на модель CPA – оплата (фіксований відсоток від вартості товару), яка стягується з продавця – призвела до подорожчання цін на товари. Так наприклад з кожного продажу у розділі одяг комісія буде складати у середньому 12,61 %, окуляри – 15,86 %, дитячі іграшки – 10 %. Продавець вимушений підняти ціну на товар, так як тепер реклама подорожчала.

Висновки:

1 Сфера онлайн-покупок стала невід'ємною складовою життя вітчизняного споживача і кількість тих, що роблять покупки у Інтернет складає більшу половину загальної кількості покупок.

2 Сьогодні e-commerce відчуває серйозні проблеми через наслідки війни в Україні: інфляцію, порушення ланцюгів постачання та загальне відчуття невизначеності.

3 Трансформація підприємницьких структур в нові бізнес форми йде шляхом відшукування нових форм просування товарів, які на практиці є не завжди ефективними. Запровадження інноваційного каталогу ProSale, як інструмента для відображення та просування товарів на Prom за місяць призвело до 6%-го зниження кількості зареєстрованих на маркетплейсі клієнтів.

4 Рекомендації маркетплейсу Prom: повернути рекламу CPC та завдяки цьому зробити здорову конкуренцію між продавцями на платформі. Це призведе до збільшення нових користувачів платформи серед продавців. Очікується:

- цінність для платформи – збільшення прибутку, завдяки купівлі пакетів розміщення, зріст витрат серед користувачів на рекламні послуги;
- цінність для продавця – збільшення продажів і відповідне збільшення прибутку;
- цінність для покупців – зменшення цін на товари і відповідно можливість зробити більшу кількість покупок.

Список літератури

1. Літвиненко М.В., Алфімцева О.І., Потапенко С.В. Особливості маркетингу в сучасному електронному бізнесі. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2020*. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХП». 2020. С. 26.
2. Тверська Я.М., Літвиненко М.В. Зміни в стратегії розвитку малого підприємництва у зв'язку зі світовою пандемією COVID-19. *Вісник Національного технічного університету «ХП» (економічні науки)*. Збірник наукових праць. Харків: НТУ «ХП». 2021. № 2. С. 43-47.
3. URL: <https://logist.fm/news/elektronna-kommerciya-u-ievropi-zrosl-na-13-ale-eksperti-govoryat-pro-poyavu-novih-viklikiv> (дата звернення 12.07.22).

4. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/e-commerce-2021-v-ukraine/> (дата звернення 13.07.22).
5. URL: <https://itc.ua/news/rozetka-i-prom-ua-vpervye-za-poslednie-7-let-opustilis-v-rejtinge-samyh-populyarnykh-v-ukraine-sajtov/> (дата звернення 13.07.22).
6. URL: <https://support.prom.ua/hc/ru/articles/360004989338> (дата звернення 12.07.22).

References (transliterated)

1. Litvynenko M.V., Alfimtseva O.I., Potapenko S.V. Osoblyvosti marketynhu v suchasnomu elektronnomu biznesi. [Peculiarities of marketing in modern electronic business]. *Informatsiini tekhnologii: nauka, tekhnika, tekhnolohiia, osvita, zdorov'ia: tezy dopovidei KhXVIII mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii MicroCAD-2020* [Information technologies: science, technology, education, health: abstracts of reports of the XXVIII international scientific and practical conference MicroCAD-2020]: u 5 ch. Ch. III. / za red. prof. Sokola Ye.I. – Kharkiv: NTU «KhPI». P. 26.
2. Tverska Ya.M., Litvynenko M.V. Zminy v stratehii rozvytku maloho pidpriemnytstva u zv'iazku zi svitovoiu pandemiieiu COVID-19. [Changes in the strategy of small business development in connection with the global pandemic of COVID-19]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI» (ekonomichni nauky)* [Bulletin of the National Technical University "Khpi" (economic sciences). Collection of scientific papers]. Kharkiv: NTU «KhPI». 2021. No. 2. p.p. 43–47.
3. URL: <https://logist.fm/news/elektronna-komerciya-u-ievropi-zrosla-na-13-ale-eksperti-govoryat-pro-poyavu-novih-viklikiv> (data zvernennja 12.07.22).
4. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/e-commerce-2021-v-ukraine/> (data zvernennja 13.07.22).
5. URL: <https://itc.ua/news/rozetka-i-prom-ua-vpervye-za-poslednie-7-let-opustilis-v-rejtinge-samyh-populyarnykh-v-ukraine-sajtov/> (data zvernennja 13.07.22).
6. URL: <https://support.prom.ua/hc/ru/articles/360004989338> (data zvernennja 12.07.22).

Надійшла (received) 18.06.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Літвиненко Марія Владиславна (Litvynenko Mariia Vladislavna) – кандидат технічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7422-8302>, e-mail: dozeentt@gmail.com

Мірошнік Марія Володимирівна (Miroshnik Marija Vladimirovna) – кандидат технічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7422-8302>, email: mariamiroshnik77@gmail.com

I.B. ЩУРОВ**КРИТЕРІАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ БЕЗПЕКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАФТОГАЗОВОЇ ГАЛУЗІ**

Актуалізовано сучасну концепцію безпекової діяльності економічних систем, яка полягає у формуванні безпекової стратегії суб'єкта господарювання, яка б не порушила ті безпекові параметри, що диктує зовнішнє середовище. Підкреслено, що рівень захищеності енергопостачання держави характеризується певною вразливістю до загроз і доведено, що стійкість загрозам притаманна підприємствам, так як можливість виконувати свої функції з енергозабезпечення для інших підприємств формує явище забезпечення енергетичної безпеки залежних суб'єктів господарювання. В процесі дослідження запропоновано використовувати такі безпекові параметри як економічний, енергетичний, екологічний та інформаційний і здійснено обґрунтування їх вибору та критеріїв їх оцінювання. Для кожного із виокремлених безпекових параметрів визначено ключові загрози з урахуванням галузевої специфіки. Безпеку підприємства розглянуто в контексті виокремлених параметрів. Відображено взаємодію безпеки суб'єкта господарювання та державної безпеки. Узагальнено основні заходи та напрями, які дозволять забезпечити ключові параметри безпечної діяльності нафтогазової галузі. Запропоновано на основі отриманих теоретичних напрацювань сформулювати методiku оцінювання рівня безпеки підприємств нафтогазової галузі.

Ключові слова: безпека (енергетична, економічна, екологічна, інформаційна), безпекові параметри, концепція безпекової діяльності

IGOR SHCHUROW**CRITERIAL APPROACHES TO THE OIL AND GAS INDUSTRY SECURITY ACTIVITIES ASSESSMENT**

The modern concept of economic systems security activity has been updated, which consists in the formation of a business entity security strategy that would not violate the security parameters dictated by the external environment. It is emphasized that the level of the state's energy supply security is characterized by a certain vulnerability to threats, and it is proved that the resistance to threats is inherent in enterprises, since the ability to perform their functions of energy supply for other enterprises forms the phenomenon of ensuring the energy security of dependent economic entities. In the process of research, it is proposed to use such security parameters as economic, energy, ecological and informational, and the justification of their choice and their evaluation criteria is carried out. For each of the selected security parameters, key threats are defined taking into account the specifics of the industry. Enterprise security is considered in the context of selected parameters. The interaction of the security of the business entity and state security is reflected. The main measures and directions that will enable the key parameters of security operation in the oil and gas industry are summarized. It is proposed to form a methodology for assessing the level of security of oil and gas enterprises based on the obtained theoretical studies.

Keywords: security (energy, economic, environmental, informational), security parameters, security activity concept

Аналіз і постановка проблеми. Україна на сучасному етапі розвитку має дефіцит безпеки. Він відчувається саме за рахунок того, що відбуваються воєнні дії на її території, руйнуються об'єкти енергетичного сектору та його інфраструктура. Постає потреба у визначенні та обґрунтуванні таких параметрів, які дозволять знайти шляхи забезпечення ефективного функціонування паливно-енергетичної галузі та її елементних складових

Сталий розвиток економіки та, в її складі, бізнесу опирається на розвиток нафтогазової галузі, як однієї з енергетично ефективних та стратегічно важливих. Як свідчать показники паливно-енергетичного балансу України, структуро формуючим джерелом енергії є природний газ. Інколи в науковій літературі, яка стосується дослідження проблем енергетичної безпеки можна зустріти твердження, що природний газ буде перехідним джерелом енергії до використання альтернативних джерел енергії. Зокрема такі думки притаманні Гораль Л. Т. [1], Шийко В. І. [2], Прохоровій В. В., Чобіток В. І. [3], Геецю В. М. [4] та іншим.

Розвиваючи теорію про природний газ як джерело енергії на найближчі 25-30 років, вважаємо, що до переліку джерел енергії необхідно додати нафту, нафтовий конденсат та водень. Ці вуглеводневі сполуки за об'єктивними причинами будуть переважати в паливно-енергетичному балансі. Тому, оцінюючи рівень енергетичної безпеки необхідно застосовувати авторську методiku, яка опирається на формування, визначення та застосування системи

кількісно-якісних показників, що їх назовемо «безпековими параметрами».

Енергетична безпека часто досліджується в глобальному вимірі, тобто в контексті державної енергетичної безпеки. Зокрема, проблеми енергетичної безпеки держави досліджували В. Микитенко [14], В. Фортгов [15], Є. А. Бобров [16], Г. О. Горіна [17], Ю. П. Стародуб [18], А. М. Пасічник [19], Н. Мешко [20], С. Білоцький [21], С. В. Войтко [22], О. С. Літвінов [23]. Дослідженням інформаційної безпеки суб'єктів господарювання займалися Рамазанов С. К. [28], Шопін А. Ю. [29], Коваленко Ю. О. [30], Абакумов В. М. [31], Чередниченко А. О. [32, 33], Волкова В. В. [34], Сороківська О. А. [35], Нашинець-Наумова А. Ю. [36], Гриджук [37]. Однак, малодослідженим залишається питання енергетичної безпеки суб'єктів господарювання в системі національної енергетичної безпеки.

Виклад основного матеріалу. Для повного оцінювання рівня економічної безпеки діяльності економічних систем пропонуємо стратегічну бізнес-модель, що поєднує в ланцюгу взаємодії енергетичну, екологічну та інформаційну безпеку держави, нафтогазової галузі та окремого підприємства і фокусується на комплексності та оперативній взаємодії.

Створення та використання системи економічної безпеки на підприємстві поступово має стати повноправною сучасною управлінською парадигмою, вона дозволить відкрити та використати нові можливості ефективного функціонування

підприємства у надскладних зовнішніх умовах. Умови функціонування підприємств енергетичної сфери є саме такими: на них впливають не лише ринкові закони, а й, у значній мірі, держава, зі своїм баченням місця та ролі цих підприємств у галузевій структурі економіки. Використання такої управлінської парадигми як домінуючої в управлінні сучасними енергетичними підприємствами дає можливість вивести ці підприємства на вищий рівень результативності, а у деяких випадках – просто врятувати підприємства.

Система економічної безпеки підприємства формує та структурує сукупності загроз, що породжені величезною кількістю небезпек, які впливають на діяльність підприємств енергетичної сфери. Сукупності загроз та відповідні їм системні реакції можуть бути методологічною платформою управління цими підприємствами, що ґрунтується на удосконаленні інкорпорування антагоністичних стратегічних орієнтирів діяльності. Створення системи економічної безпеки енергетичного підприємства повинно одночасно відповідати як загальносистемним вимогам та принципам, так і сучасним викликам, породженим державною енергетичною політикою [13].

Виходячи з концепцій економічної безпеки та ґрунтуючись на накопиченому теоретичному базисі етимології поняття «економічної безпеки» [6, 7, 8, 9], пояснення її природи [10, 11] можна визначити, що саме поняття «економічної безпеки» має декілька сутнісних характеристик серед яких можна виокремити: стан ефективного використання ресурсів, можливість нейтралізації загроз, забезпечення розвитку, адаптивність, здатність досягати цілей, конкурентоспроможність, підтримуючий потенціал [5].

Автор [9] обґрунтовує системний підхід до визначення сутнісної характеристики «економічної безпеки» і виокремлює такі елементи: інтелектуальна, інформаційна, технологічна, маркетингова, правова, екологічна, інноваційна та фінансова. Особливу увагу Марценюк Л. звертає на інформаційну безпеку і таким чином визначає п'ять базових блоків цифрових загроз: системні, структурні, галузеві, підприємницькі, особистісні.

Скриньковський Р. М. розширює дану класифікацію і визначає вісім складових економічної безпеки: фінансову, кадрово-інтелектуальну, інвестиційну, інноваційно-техніко-технологічну, маркетингово-ринкову, політико-правову, обліково-аналітико-інформаційну, екологічну [12].

Зважаючи на проведені теоретичні дослідження у сфері економічної безпекології можна зробити висновки, що енергетична безпека нафтогазового підприємства це, перш за все, збалансований розвиток підприємства, який забезпечить необхідний рівень економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання без здійснення негативного впливу на економічну безпеку країни.

За результатами теоретичних досліджень поняття «енергетична безпека» підприємства можна зазначити, що це є ступінь захищеності його енергопостачання від

зовнішніх і внутрішніх загроз в умовах нормального функціонування з урахуванням перспективи розвитку, а також ступінь енергозабезпечення мінімально необхідних потреб в енергії в надзвичайній ситуації» [24], захищеність виробничих об'єктів від зовнішніх і внутрішніх чинників, що порушують нормальне функціонування систем енергозабезпечення, ставлять під загрозу ефективну роботу виробничих систем та систем життєзабезпечення» [25]. В. О. Самборський в свою чергу визначає енергетичну безпеку як сукупність умов і чинників, які забезпечують стабільність функціонування операційної системи підприємства, чинників від яких залежить безперервний процес відтворення продукції.

Таким чином, якщо рівень захищеності енергопостачання підприємства буде характеризуватися певною вразливістю до загроз (таблиця 1), то можливість підприємства виконувати свої функції може знизитися, оскільки це підприємство є системою енергозабезпечення для інших підприємств можна спостерігати непоправні явища зниження енергетичних безпек залежних суб'єктів господарювання та країни в цілому. Крім того, важливо відмітити, що забезпечення належного рівня енергетичної безпеки нафтогазових підприємств стає одним із найбільш суттєвих заходів з переходу на шлях сталого розвитку та підтримання концепції декарбонізації нафтогазової галузі.

Сьогодні концепція безпеки енергетичних підприємств є інтеграцією економічної, енергетичної, екологічної та інформаційної безпеки. Кожна складова має свої критерії та індикатори їх вимірювання. Для визначення рівня безпеки підприємства необхідно провести аналіз та оцінку усіх визначених складових. Слід відмітити, що кожен безпековий параметр характеризується визначеною системою загроз, а для його оцінки необхідно сформувати перелік одиничних показників-індикаторів. Традиційно, всі загрози поділяють на зовнішні і внутрішні. У таблиці 1 зведено перелік ключових загроз безпеці нафтогазового підприємства.

Таблиця 1 - Ключові загрози безпеці нафтогазовидобувних підприємств

Вид загрози	Характеристика
ЕКОНОМІЧНІ ЗАГРОЗИ	Несприятливі зміни у формування цін на сировину та обладнання
	Конкуренція
	Зміни на споживчому ринку
	Формування бар'єрів бар'єрів для ефективної діяльності
	Складність державного регулювання діяльності
	Відсутність суттєвих інвестицій у галузь
	Застарілі системи управління виробництвом, фінансами та відносинами з клієнтами
	Низький кадровий та інтелектуальний потенціал
	Відсутність ліквідного майна для залучення комерційних кредитів
	Застарілі енергоємні технології виробництва
	Зношеність необоротних активів

Вид загрози	Характеристика
ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАГРОЗИ	Шахрайство з боку клієнтів
	Копіювання цінних файлів, пошкодження носіїв з інформацією
	Донесення даних до компаній-конкурентів
	Викрадення інформації за допомогою інсайдерів
	Переманювання працівників на інше підприємство
	Промислове шпигунство, хакерські атаки
	Недостатня забезпеченість цифрових технологіями, компетентними кадрами
	Крадіжка корпоративних даних
	Зараження інформації вірусами або псування документів безпосередньо персоналом фірми
ЕКОЛОГІЧНІ ЗАГРОЗИ	Відбирання земельних ресурсів для будівництва очисних споруд, свердловин, накопичувальних резервуарів, транспортних комунікацій, житла
	Забруднення викидами газоподібних речовин атмосфери відбирання з нафтопродуктами супутніх вод з високою мінералізацією, та скид цих вод в пониження рельєфу
	Аварійні розливи нафти, що призводить до випаровування
	Вплив електромагнітних і шумових полів антропогенного походження та радіоактивних полів природного походження, які можуть спричинити негативний вплив та заворування різного характеру
ЕНЕРГЕТИЧНІ ЗАГРОЗИ	Залежність від імпорту значної частини виробничого енергоукомплектування, матеріалів
	Відсутність ефективної політики енергозбереження та енергоефективності підприємства
	Застарілість і високий рівень зношення основних засобів
	Неефективне використання енергоресурсів
	Надмірна енергоємність виробництва

Джерело: сформовано автором на основі досліджень [1-37]

Екологічна безпека нафтогазового підприємства є двохаспектним явищем, тому з одного боку її можна визначити як стан захищеності від негативних впливів внутрішнього та зовнішнього середовища, а з іншого – це здатність швидко усувати загрози з еколого-орієнтованих техніко-технологічних та управлінських інновацій, що унеможливають нанесення шкоди навколишньому природному середовищу, життю та здоров'ю людей [27].

Слід відмітити, що недотримання або порушення умов екологічної безпеки призводить до зростання витрат підприємства, що відповідно має вплив на економічну безпеку. Тому, екологічну безпеку пов'язують з:

- відсутністю суттєвих збитків для навколишнього середовища завдяки використанню еколого-безпечних технологій, застосуванню екологічно чистого виробництва або використання очисних споруд, які мінімізують негативні впливи (викиди в атмосферу, скиди у воду, забруднення ґрунтів не перевищують граничнодопустимі норми);

- відсутністю негативного впливу на здоров'я людей – жителів території, де розміщене підприємство і працівників підприємства;
- дотриманням норм чинного екологічного законодавства та зменшення витрат і втрат від забруднення навколишнього середовища;
- створенням на підприємствах безпечних умов праці, забезпечення техніки безпеки;
- можливістю отримання переваг за умови екологобезпечної діяльності (підвищення конкурентоспроможності за рахунок позитивного іміджу, зниження непродуктивних витрат, збільшення прибутків за рахунок вищих цін на екологічно чисту продукцію; підвищення експортного потенціалу) [28].

В сучасних умовах активної цифровізації важливо відмітити в безпековій діяльності економічних систем інформаційний безпековий параметр. На даний час цей параметр є визначальним і забезпечуючим, тому що саме він дозволяє проводити якісну діагностику енергетичного, економічного та екологічного параметрів.

Насичення усіх видів діяльності електронно-цифровими пристроями та засобами, системами та технологіями налагодження електронного комунікаційного обміну між ними є характерною ознакою сучасного глобалізованого світу. Проте, поряд із позитивними сторонами цього процесу, він ще й стає привабливим для кіберзлочинців по всьому світі. Тому така неоднозначність інформатизації суспільства вимагає уважного ставлення до їх використання, а також вимагає застосування певних заходів інформаційної безпеки. Загрози в інформаційному світі можуть виникнути в будь-який момент використання Інтернету, де кіберзлочинці можуть скористатися доступом до конфіденційної інформації через фішинг-повідомлення, пошкоджене обладнання, підроблення в мережах і т. д.

Таким чином, можна визначити, що інформаційна безпека – це стан або рівень захищеності важливої корпоративної інформації суб'єкта господарювання. Тому сутність інформаційного параметра безпеки полягає у формуванні принципів, методів і заходів щодо виявлення, аналізу, запобігання та нейтралізації негативних джерел, причин і умов впливу на інформацію щодо господарювання підприємства.

Зараз інформація на підприємстві є важливим комерційним активом, що вимагає створення відповідної системи захисту, оскільки вона в процесі господарювання наражається на все більшу кількість та різноманітність загроз і вразливих місць. Головною метою системи інформаційної безпеки підприємства є забезпечення стійкого функціонування підприємства через запобіганням погрозам його безпеці, захист законних інтересів від протиправних посягань, недопущення розкрадання фінансових коштів, розголошення, втрати, спотворення і знищення службової інформації, забезпечення нормальної виробничої діяльності всіх підрозділів підприємства. Для досягнення зазначених цілей необхідно:

- виділити і віднести інформацію з найбільш важливих інформаційних потоків до категорії комерційної таємниці з обмеженим доступом;

- прогнозування і своєчасне виявлення загроз безпеці інформаційним ресурсам;
- визначення причин та умов, які ведуть до фінансового, матеріального і морального збитку, порушення нормального функціонування і розвитку суб'єкта господарювання;
- створення механізму оперативного реагування на інформаційні загрози та прояви негативних тенденцій у функціонуванні;
- формування умов для максимально можливого відшкодування і локалізації збитків, які спричинені неправомірними діями зі сторони юридичних чи фізичних осіб;
- зниження негативного впливу наслідків порушення інформаційної та економічної безпеки на досягнення стратегічних цілей.

Тому схематично пропонуємо зображати систему безпеки підприємств нафтогазової галузі як взаємодію безпекових параметрів (рис. 1), яка дозволить на основі визначеної системи показників оцінювання кожного визначеного безпекового параметру змодельовати інтегральний показник рівня безпеки діяльності підприємства. Вважаємо ключовими безпековими параметрами економічний, енергетичний, екологічний та інформаційний.

Зважаючи на значну роль підприємств нафтогазової галузі в господарській діяльності держави можна визначити, що поряд з ключовою

роллю даної галузі в енергетичній безпеці можна відмітити й значний вплив на економічну безпеку держави. На рисунку 2 визначено взаємозв'язок між безпековими параметрами суб'єктів господарювання та безпекою держави.

Таким чином, сучасна концепція безпекової діяльності підприємств полягає у формуванні такої безпекової стратегії суб'єкта господарювання, яка б не порушила ті безпекові параметри, що диктує зовнішнє середовище, тобто політика економічної, екологічної безпеки та вектори розвитку міжнародного енергетичного ринку, і при цьому був забезпечений такий рівень безпеки підприємства, який би дозволив вільно конкурувати на ринку та забезпечувати ефективну діяльність (прибуткову діяльність). Тобто зовнішні безпекові параметри, по суті, можуть вносити обмеження щодо діяльності підприємств з одного боку, а з іншого – підприємство на виході свого функціонування має забезпечити такий вплив своєї діяльності на безпеку спочатку галузі, а потім держави щоб не сильно змінити в наслідку вхідні зовнішні параметри від держави на наступному етапі свого розвитку. Максимальне балансування вхідних безпекових параметрів та вихідного рівня безпеки підприємства є важливою задачею всіх суб'єктів господарювання.

Безпека підприємств нафтогазової галузі

Екологічний параметр	Енергетичний параметр	Економічний параметр	Інформаційний параметр
з одного боку здійснюється вплив зовнішніх екологічних чинників на діяльність підприємств, а з іншого - підприємство має забезпечити мінімальний негативний вплив на зовнішнє середовище	з одного боку може розглядатися як ступінь забезпеченості енергетичними ресурсами для здійснення власної діяльності, з іншого - саме підприємство є генератором енергетичних ресурсів	визначається як розвиток підприємства, який дозволяє забезпечити економічну ефективність діяльності суб'єкта господарювання без негативного впливу на економічну безпеку держави	ступінь інформаційного захисту підприємства для уникнення загроз, які можуть виникати в процесі господарювання

Рисунок 1 - Безпекові параметри розвитку підприємств нафтогазової галузі та їх характеристики

Джерело: Сформовано автором

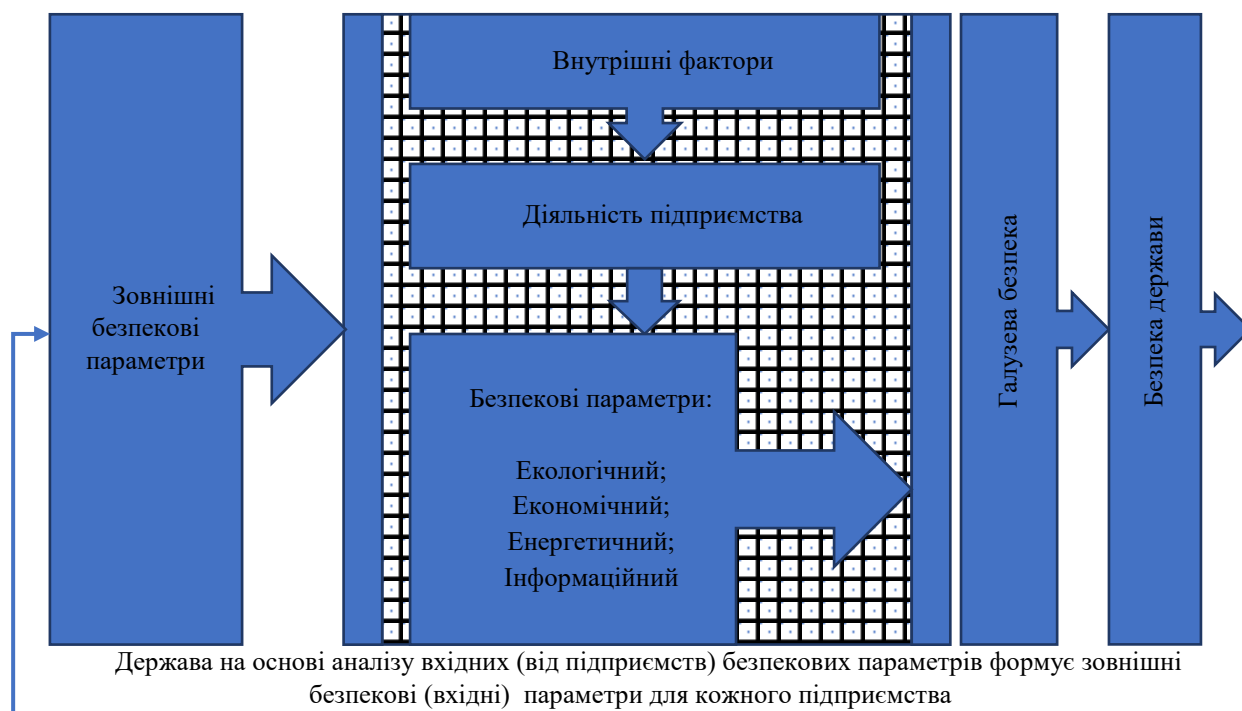


Рисунок 2 – Взаємодія безпеки суб'єкта господарювання та державної безпеки

Джерело: сформовано автором

Висновок. Екологізація виробничих процесів, енергозбереження та енергоефективність, інформатизація та підтримання економічної безпеки на відповідному рівні для підприємства відображають довготермінові цілі розвитку підприємства, тому всі ці питання в системі менеджменту підприємств слід розглядати як критерії прийняття стратегічних рішень. Вважаємо, що для побудови оптимальної системи менеджменту безпековою діяльністю підприємства як символу економічного, екологічного, енергетичного та інформаційного параметру слід розробити методику оцінювання та діагностики безпекової діяльності підприємства з урахуванням рівня кожного виокремленого безпекового параметру, що дозволить визначити вузькі місця та використати актуальні можливості безпекової діяльності галузі та держави.

Список літератури

1. Гораль Л. Т., Шийко В. І., Шкварилук М. В. Вдосконалення системи бюджетування на підприємствах газотранспортної галузі. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7092>
2. Гораль Л. Т. Багатоаспектність формування процесу управління безпекою розвитку промислового підприємства. Проблеми економіки. 2020. №2. С. 240–246.
3. Прохорова В.В., Чобіток В.І. Організаційно-управлінське забезпечення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві в умовах цифровізації. Бізнес Інформ. 2021. №1. С. 279–285. URL: https://www.businessinform.net/article/?year=2021&abstract=2021_1_0_279_2_85
4. Гець В. М. Розвиток соціального капіталу – найбільше багатство у світі. Віче. 2011. № 1. С. 22–26.
5. Зубко Т. Генезис поняття "економічна безпека підприємства" [Електронний ресурс] / Т. Зубко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2021. - № 1. - С. 75-89. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2021_1_8
6. Марценюк Л. В. Економічна безпека на залізничному транспорті як ефективна складова стабільного розвитку залізничних перевезень [Електронний ресурс] / Л. В. Марценюк, О. В. Кокітко,

- Д. О. Скубченко // Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. - 2021. - № 1. - С. 307-315. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdduvs_2021_1_52
7. Яковюк І. В. Економічна безпека України як передумова забезпечення її суверенітету [Електронний ресурс] / І. В. Яковюк, А. Ю. Туренко // Проблеми законності. - 2021. - Вип. 154. - С. 8-36. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pz_2021_154_3
8. Архипенко Т. А. Систематизація визначень поняття "економічна безпека підприємства" [Електронний ресурс] / Т. А. Архипенко, М. І. Іванова // Нобелівський вісник. - 2021. - № 1. - С. 6–14. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmef_2021_1_3
9. Марценюк Л. В. Економічна безпека українських залізниць: шляхи виходу з кризи [Електронний ресурс] / Л. В. Марценюк, К. А. Батмангліч // Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. - 2021. - № 3. - С. 304-311. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdduvs_2021_3_50
10. Карачина Н. П. Економічна безпека підприємства у термінологічному ланцюгу "розвиток — стійкість — ефективність" [Електронний ресурс] / Н. П. Карачина, В. М. Семцов, В. М. МIRONЧУК, М. В. Бальзан // Інвестиції: практика та досвід. - 2021. - № 10. - С. 28-33.
11. Ляхович О. О. Економічна безпека та прозорість підприємств в умовах цифровізації [Електронний ресурс] / О. О. Ляхович, І. О. Оплачко // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. - 2021. - Вип. 2. - С. 100-111. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnugvp_ekon_2021_2_12
12. Скриньковський Р.М. Економічна безпека підприємства: сутність, класифікація та система діагностики / Р.М. Скриньковський // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Випуск 3. – С. 414 – 418. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/404-skrinkovskij-r-m-ekonomichna-bezpeka-pidpriemstva-sutnist-klasifikatsiya-ta-sistema-diaagnostiki>
13. Овчаренко Є. І. Енергетична безпека держави vs економічна безпека підприємства енергетичної сфери: суть протистояння та шляхи його послаблення [Електронний ресурс] / Є. І. Овчаренко // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2016. - № 1. - С. 83-96. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2016_1_14
14. Микитенко В. На чому базується енергетична безпека держави [Електронний ресурс] / В. Микитенко // Вісник Національної

- академії наук України. - 2005. - № 3. - С. 41-46. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnanu_2005_3_7
15. Фортов В. Глобальна енергетична безпека: проблеми і шляхи розв'язання [Електронний ресурс] / В. Фортов, А. Макаров, Т. Митрова // Вісник Національної академії наук України. - 2007. - № 8. - С. 40-50. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnanu_2007_8_6
16. Бобров Є. А. Значення енергетичної безпеки у формуванні економічної безпеки Європейського Союзу [Електронний ресурс] / Є. А. Бобров. // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. - 2012. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvif_2012_1_23
17. Горіна Г. О. Забезпечення енергетичної безпеки як основний напрямок підвищення конкурентоспроможності держави [Електронний ресурс] / Г. О. Горіна // Економічний простір. - 2013. - № 71. - С. 47-55. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_71_7
18. Стародуб Ю. П. Проект енергетичної безпеки України на основі власних геотермальних ресурсів [Електронний ресурс] / Ю. П. Стародуб, В. М. Карпенко, В. М. Стасенко, М. С. Никорук, О. В. Карпенко // Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності. - 2012. - № 6. - С. 107-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vldubzh_2012_6_17
19. Пасічник А. М. Проблеми та перспективи розвитку ГТС України з урахуванням енергетичної безпеки держави [Електронний ресурс] / А. М. Пасічник, І. В. Нестеренко, В. А. Пасічник, Я. С. Добриніна // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Технічні науки. - 2009. - № 1. - С. 91-97. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsutn_2009_1_16
20. Мешко Н. Інноваційний розвиток підприємств рециклінгу як фактор посилення енергетичної безпеки держави [Електронний ресурс] / Н. Мешко // Вісник Львівського університету. Сер.: Міжнародні відносини. - 2012. - Вип. 31. - С. 331-339. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2012_31_39
21. Білоцький С. Правове забезпечення зв'язку енергетичної безпеки та альтернативної енергетики в рамках права Європейського Союзу [Електронний ресурс] / С. Білоцький // Європейське право. - 2012. - № 2-4. - С. 115-122. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpr_2012_2-4_13
22. Войтко С. В. Системний аналіз енергетичної безпеки країн: аспект використання відновлювальних джерел енергії [Електронний ресурс] / С. В. Войтко // Економічний форум. - 2013. - № 4. - С. 29-35. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2013_4_8
23. Літвінов О. С. Методичні засади розрахунку рівня енергетичної безпеки [Електронний ресурс] / О. С. Літвінов, В. О. Літвінова // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2012. - Вип. 1. - С. 231-238. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2012_1_36
24. Сутність енергетичної безпеки підприємства: теоретичні підходи / В. О. Самборський // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. - Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 21 (994) - С. 179-182
25. Перебийніс В. І. Проблеми енергетичної безпеки у контексті енергетичного менеджменту // Матеріали міжнародної науково-практ. конф. “Теоретичні і практичні засади формування системи менеджменту та регіональному рівні”. - Полтава: “Фірма” “Техсервіс”, 2001. - 2001. - С. 37-47
26. Надтока Т. Б. Енергетична безпека підприємства як інструмент забезпечення його сталого соціально-економічного розвитку / Т. Б. Надтока, О. В. Амеліницька // Економіка та організація управління. - 2010. - Вип. № 2 (8). - С. 15-24.
27. Черчик Л. Екологічна безпека в системі менеджменту підприємства / Л. Черчик // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. РОЗДІЛ III. Економіка та управління підприємствами. 1, 2019. - С. 55 - 61
28. Рамазанов С. К. Концепція інформаційно-аналітичного веб-ресурсу проведення експертних оцінок в забезпеченні економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / С. К. Рамазанов, В. В. Чмельов // Бізнес Інформ. - 2012. - № 4. - С. 221-223. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_4_68
29. Шопін А. Ю. Інформаційна безпека як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / А. Ю. Шопін // Управління розвитком. - 2013. - № 17. - С. 155-157. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_17_61
30. Коваленко Ю. О. Забезпечення інформаційної безпеки на підприємстві [Електронний ресурс] / Ю. О. Коваленко // Економіка промисловості. - 2010. - № 3. - С. 123-129. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2010_3_20r
31. Абакумов В. М. Суб'єкти забезпечення інформаційної безпеки підприємництва [Електронний ресурс] / В. М. Абакумов // Право і Безпека. - 2013. - № 2. - С. 65-70. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pib_2013_2_14
32. Чердніченко А. О. Категорії інформаційної безпеки та категорії “інформаційної системи” в системі корпоративного управління підприємств будівельної галузі [Електронний ресурс] / А. О. Чердніченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2014. - Вип. 45. - С. 216-220. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_45_49
33. Чердніченко А. О. Удосконалення підходів до оцінки інформаційної безпеки будівельних підприємств [Електронний ресурс] / А. О. Чердніченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2014. - Вип. 47. - С. 104-107. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_47_22
34. Волкова В. В. Визначення витрат на забезпечення інформаційної безпеки підприємства на засадах математичного моделювання [Електронний ресурс] / В. В. Волкова, М. Р. Васютенко // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка. - 2014. - Т. 22, вип. 8(2). - С. 222-227. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2014_22_8\(2\)_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2014_22_8(2)_36)
35. Сороківська О. А. Інформаційна безпека підприємства в умовах застосування бенчмаркінгу [Електронний ресурс] / О. А. Сороківська, Н. М. Шведа // Регіональна бізнес-економіка та управління. - 2013. - № 2. - С. 55-61. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_2_11
36. Нашинець-Наумова А. Ю. Питання забезпечення інформаційної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / А. Ю. Нашинець-Наумова // Юридичний вісник. Повітряне і космічне право. - 2012. - № 3. - С. 58-62. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npna_2012_3_13
37. Гриджук Г. С. Визначення економічно ефективного підходу до організації роботи служби інформаційної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / Г. С. Гриджук // Вісник [Національного транспортного університету]. - 2010. - № 21(1). - С. 295-299. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vntu_2010_21\(1\)_74](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vntu_2010_21(1)_74)

References (transliterated)

1. Horal L. T., Shyiko V. I., Shkvaryliuk M. V. Vdoskonalennia systemy biudzhetuвання na pidpriemstvah hazotransportnoi haluzi. Efektyvna ekonomika. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7092>
2. Horal L. T. Bahatoaspektnist formuvannya protsesu upravlinnia bezpekoiu rozvytku promyslovoho pidpriemstva. Problemy ekonomiky. 2020. №2. С. 240–246.
3. Prokhorova V.V., Chobitok V.I. Orhanizatsiino-upravlinnske zabezpechennia reinzhynirnyhu biznes-protseviv na pidpriemstvi v umovakh tsyfrovizatsii. Biznes Inform. 2021. №1. С. 279–285. URL: https://www.businessinform.net/article/?year=2021&abstract=2021_1_0_279_2_85
4. Heiets V. M. Rozvytok sotsialnoho kapitalu – naibilshe bahatstvo u sviti. Viche. 2011. № 1. S. 22–26.
5. Zubko T. Henezys poniattia "ekonomichna bezpeka pidpriemstva" [Elektronnyi resurs] / T. Zubko // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. - 2021. - № 1. - S. 75-89. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2021_1_8
6. Martseniuk L. V. Ekonomichna bezpeka na zaliznychnomu transporti yak efektyvna skladova stabilnoho rozvytku zaliznychnykh perevezhen [Elektronnyi resurs] / L. V. Martseniuk, O. V. Kokitko, D. O. Skubchenko // Naukovyi visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnogo universytetu vnutrishnikh sprav. - 2021. - № 1. - S. 307-315. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdduvs_2021_1_52
7. Yakoviuk I. V. Ekonomichna bezpeka Ukrainy yak peredumova zabezpechennia yii suverenitetu [Elektronnyi resurs] / I. V. Yakoviuk, A. Yu. Turenko // Problemy zakonnosti. - 2021. - Vyp. 154. - S. 8-36. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pz_2021_154_3
8. Arkhypenko T. A. Systematyzatsiia vyznachen poniattia "ekonomichna bezpeka pidpriemstva" [Elektronnyi resurs] / T. A. Arkhypenko, M. I. Ivanova // Nobelivskiy visnyk. - 2021. - № 1. - S. 6–14. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmef_2021_1_3
9. Martseniuk L. V. Ekonomichna bezpeka ukrainskykh zaliznyts: shliakhy vykhodu z kryzy [Elektronnyi resurs] / L. V. Martseniuk, K. A. Batmanhlich // Naukovyi visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnogo universytetu vnutrishnikh sprav. - 2021. - № 3. - S. 304-311. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdduvs_2021_3_50

10. Karachyna N. P. Ekonomichna bezpeka pidpriemstva u terminologichnomu lantsiuhu "rozvytok — stiikist — efektyvnist" [Elektronnyi resurs] / N. P. Karachyna, V. M. Semstov, V. M. Myronchuk, M. V. Balzan // Investysii: praktyka ta dosvid. - 2021. - № 10. - S. 28-33.
11. Liakhovych O. O. Ekonomichna bezpeka ta transparentnist pidpriemstv v umovakh tsyfrovizatsii [Elektronnyi resurs] / O. O. Liakhovych, I. O. Oplachko // Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya. Ekonomichni nauky. - 2021. - Vyp. 2. - S. 100-111. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnuvvp_ekon_2021_2_12
12. Skrynkovskiy R.M. Ekonomichna bezpeka pidpriemstva: sutnist, klasyfikatsiya ta systema diagnostyky / R.M. Skrynkovskiy // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. - 2015. - Vypusk 3. - S. 414 – 418. [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/404-skrinkovskij-r-m-ekonomichna-bezpeka-pidpriemstva-sutnist-klasifikatsiya-ta-sistema-diaagnostiki>
13. Ovcharenko Ye. I. Enerhetychna bezpeka derzhavy vs ekonomichna bezpeka pidpriemstva enerhetychnoi sfery: sut protystoiannia ta shliakhy yoho poslablennia [Elektronnyi resurs] / Ye. I. Ovcharenko // Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva. - 2016. - № 1. - S. 83-96. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2016_1_14
14. Mykytenko V. Na chomu bazuietsia enerhetychna bezpeka derzhavy [Elektronnyi resurs] / V. Mykytenko // Visnyk Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy. - 2005. - № 3. - S. 41-46. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnanu_2005_3_7
15. Fortov V. Hlobalna enerhetychna bezpeka: problemy i shliakhy rozv'iazannia [Elektronnyi resurs] / V. Fortov, A. Makarov, T. Mytrova // Visnyk Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy. - 2007. - № 8. - S. 40-50. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnanu_2007_8_6
16. Bobrov Ye. A. Znachennia enerhetychnoi bezpeky u formuvanni ekonomichnoi bezpeky Yevropeiskoho Soiuzu [Elektronnyi resurs] / Ye. A. Bobrov. // Naukovyi visnyk Ivano-Frankivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu nafty i hazu. - 2012. - № 1. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvif_2012_1_23
17. Horina H. O. Zabezpechennia enerhetychnoi bezpeky yak osnovnyi napriamok pidvyshchennia konkurento-spromozhnosti derzhavy [Elektronnyi resurs] / H. O. Horina // Ekonomichni prostir. - 2013. - № 71. - S. 47-55. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_71_7
18. Starodub Yu. P. Proekt enerhetychnoi bezpeky Ukrainy na osnovi vlasnykh heotermalnykh resursiv [Elektronnyi resurs] / Yu. P. Starodub, V. M. Karpenko, V. M. Stasenko, M. S. Nykoriuk, O. V. Karpenko // Visnyk Lvivskoho derzhavnogo universytetu bezpeky zhyttiedialnosti. - 2012. - № 6. - S. 107-114. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vldubzh_2012_6_17
19. Pasichnyk A. M. Problemy ta perspektyvy rozvytku HTS Ukrainy z urakhuvanniam enerhetychnoi bezpeky derzhavy [Elektronnyi resurs] / A. M. Pasichnyk, I. V. Nesterenko, V. A. Pasichnyk, Ya. S. Dobrynina // Visnyk Akademii mytnoi sluzhby Ukrainy. Ser. : Tekhnichni nauky. - 2009. - № 1. - S. 91-97. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsutn_2009_1_16
20. Meshko N. Innovatsiyni rozvytok pidpriemstv retsyklinu yak faktor posylennia enerhetychnoi bezpeky derzhavy [Elektronnyi resurs] / N. Meshko // Visnyk Lvivskoho universytetu. Ser. : Mizhnarodni vidnosyny. - 2012. - Vyp. 31. - S. 331-339. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2012_31_39
21. Bilotskiy S. Pravove zabezpechennia zviazku enerhetychnoi bezpeky ta alternatyvnoi enerhetyky v ramkakh prava Yevropeiskoho Soiuzu [Elektronnyi resurs] / S. Bilotskiy // Yevropeiske pravo. - 2012. - № 2-4. - S. 115-122. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpr_2012_2-4_13
22. Voitko S. V. Systemnyi analiz enerhetychnoi bezpeky krain: aspekt vykorystannia vidnovliuvalnykh dzherel enerhii [Elektronnyi resurs] / S. V. Voitko // Ekonomichni forum. - 2013. - № 4. - S. 29-35. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2013_4_8
23. Litvinov O. S. Metodychni zasady rozrakhunku rinvia enerhetychnoi bezpeky [Elektronnyi resurs] / O. S. Litvinov, V. O. Litvinova // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. - 2012. - Vyp. 1. - S. 231-238. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2012_1_36
24. Sutnist enerhetychnoi bezpeky pidpriemstva: teorytychni pidkhody / V.O.Samborskyi // Visnyk NTU „KhPI”. Seria: Tekhnichnyi proghres i efektyvnist vyrobnytstva. – Kh.: NTU „KhPI”. - 2013. - No 21 (994) - S. 179-182
25. Perebyinis V.I. Problemy enerhetychnoi bezpeky u konteksti enerhetychnoho menedzhmentu// Materialy mizhnarodnoi naukovo-prakt. konf. “Teoretychni i praktychni zasady formuvannia systemy menedzhmentu ta rehionalnomu rinvni”. – Poltava: “Firma” “Tekhservis”, 2001. – 2001. – S. 37-47
26. Nadtocha T. B. Enerhetychna bezpeka pidpriemstva yak instrument zabezpechennia yoho staloho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku / T. B. Nadtocha, O. V. Amelnytska // Ekonomika ta orhanizatsiia upravlinnia. - 2010. - Vyp. No 2 (8). - S. 15-24.
27. Cherchuk L. Ekologichna bezpeka v systemi menedzhmentu pidpriemstva / L. Cherchuk // Ekonomichni chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. ROZDIL III. Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. 1, 2019. - S. 55 – 61
28. Ramazanov S. K. Kontseptsiiia informatsiino-analitychnoho veb-resursu provedennia ekspertnykh otsinok v zabezpechenni ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / S. K. Ramazanov, V. V. Chmelov // Biznes Inform. - 2012. - № 4. - S. 221-223. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_4_68
29. Shopin A. Yu. Informatsiina bezpeka yak faktor zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / A. Yu. Shopin // Upravlinnia rozvytkom. - 2013. - № 17. - S. 155-157. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_17_61
30. Kovalenko Yu. O. Zabezpechennia informatsiinoi bezpeky na pidpriemstvi [Elektronnyi resurs] / Yu. O. Kovalenko // Ekonomika promyslovosti. - 2010. - № 3. - S. 123-129. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2010_3_20g
31. Abakumov V. M. Sub'iekty zabezpechennia informatsiinoi bezpeky pidpriemnytstva [Elektronnyi resurs] / V. M. Abakumov // Pravo i Bezpeka. - 2013. - № 2. - S. 65-70. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pib_2013_2_14
32. Cherednychenko A. O. Katehoriia informatsiinoi bezpeky ta katehoriia "informatsiinoi systemy" v systemi korporatyvnoho upravlinnia pidpriemstv budivelnoi haluzi [Elektronnyi resurs] / A. O. Cherednychenko // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. - 2014. - Vyp. 45. - S. 216-220. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_45_49
33. Cherednychenko A. O. Udoslakennia pidkhodiv do otsinky informatsiinoi bezpeky budivelnykh pidpriemstv [Elektronnyi resurs] / A. O. Cherednychenko // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. - 2014. - Vyp. 47. - S. 104-107. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_47_22
34. Volkova V. V. Vyznachennia vytrat na zabezpechennia informatsiinoi bezpeky pidpriemstva na zasadakh matematychnoho modeliuвання [Elektronnyi resurs] / V. V. Volkova, M. R. Vasiutenko // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Ser. : Ekonomika. - 2014. - T. 22, vyp. 8(2). - S. 222-227. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2014_22_8\(2\)_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2014_22_8(2)_36)
35. Sorokivska O. A. Informatsiina bezpeka pidpriemstva v umovakh zastosuvannia benchmarkingu [Elektronnyi resurs] / O. A. Sorokivska, N. M. Shveda // Rehionalna biznes-ekonomika ta upravlinnia. - 2013. - № 2. - S. 55-61. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_2_11
36. Nashynets-Naumova A. Yu. Pytannia zabezpechennia informatsiinoi bezpeky pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / A. Yu. Nashynets-Naumova // Yurydychni visnyk. Povitriane i kosmichne pravo. - 2012. - № 3. - S. 58-62. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnau_2012_3_13
37. Hrydzuk H. S. Vyznachennia ekonomichno efektyvnoho pidkhodu do orhanizatsii roboty sluzhby informatsiinoi bezpeky pidpriemstva [Elektronnyi resurs] / H. S. Hrydzuk // Visnyk [Natsionalnoho transportnoho universytetu]. - 2010. - № 21(1). - S. 295-299. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vntu_2010_21\(1\)_74](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vntu_2010_21(1)_74)

Надійшло (received) 23.06.2022

Відомості про автора / About the Author

Шуров Ігор Вячеславович (Igor Shchurov) - докторант кафедри фінансів, банківського бізнесу та оподаткування Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», igor_shchurov@nupp.edu.ua, ORCID: 0000-0002-9256-1264

*І.І. СИТАК, А.В. ІВАХНЕНКО***ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті здійснено систематизацію наукових поглядів щодо визначення підходів управління стійкістю підприємства. Проаналізовано літературні джерела, що стосуються дослідження питань управління стійкістю підприємства. В роботі доведено, що вирішення завдань забезпечення економічної стійкості підприємства вимагає сполучення системних методів якісного аналізу, імітаційного моделювання, оптимізаційних методів управління запасами. Обґрунтовано ряд принципів вибору методів управління та впливу на певні фактори внутрішнього й зовнішнього середовища. Оскільки управлінські дії з метою забезпечення належного рівня економічної стійкості повинні ґрунтуватися на результатах комплексного аналізу, в роботі розроблено послідовність управління економічною стійкістю, яка охоплює всі елементи запропонованої функціональної залежності, що моделює стійкість підприємства. Основу проведення аналізу передумов забезпечення стійкості повинні складати методики оцінки впливу зовнішнього оточення на стійкість роботи підприємства. Сформульовано завдання, які повинні вирішувати процес управління економічною стійкістю підприємства. На основі аналізу визначено мету та завдання управління економічною стійкістю підприємства, основні з котрих можна визначити як виявлення причин і основних факторів забезпечення фінансової стійкості, цілеспрямований пошук прийомів і методів управління фінансовою стійкістю. Надано характеристику управління економічною стійкістю як одного із найважливіших завдань фінансового менеджменту підприємств у сучасних економічних умовах. Доведено, що підвищення ефективності діяльності підприємства залежить від обґрунтованості, своєчасності та доцільності прийнятих управлінських рішень у цій сфері. Обґрунтовано доцільність застосування системного підходу до управління фінансовою стійкістю як підходу, що дозволяє враховувати вплив внутрішніх та зовнішніх факторів на стан фінансів підприємства. Описано проблематику фінансових проблем, з якими стикаються машинобудівні підприємства. Доведено, що за своєю економічною сутністю ці проблеми багато в чому ідентичні і тому їх вирішення можливе під час використання універсального інструментарію та типових заходів, що утворюють послідовність управління економічною стійкістю підприємства

Ключові слова: економічна стійкість; платоспроможність; фінансова стратегія; банкрутство; управління економічною стійкістю; управлінські дії

*І.І. СИТАК, А.В. ІВАХНЕНКО***FEATURES OF MANAGEMENT OF ECONOMIC SUSTAINABILITY IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE**

The article systematizes scientific views on the definition of enterprise sustainability management approaches. Literary sources related to the study of enterprise sustainability management are analyzed. The work proves that the solution to the tasks of ensuring the economic stability of the enterprise requires a combination of systematic methods of qualitative analysis, simulation modeling, and optimization methods of inventory management. A number of principles for choosing management methods and influencing certain factors of the internal and external environment are substantiated. Since management actions aimed at ensuring the appropriate level of economic sustainability should be based on the results of a comprehensive analysis, the work has developed a sequence of economic sustainability management, which covers all elements of the proposed functional dependence that models the sustainability of the enterprise. The basis of the analysis of the prerequisites for ensuring sustainability should be methods of assessing the impact of the external environment on the sustainability of the enterprise. The tasks that the process of managing the economic sustainability of the enterprise must solve are formulated. On the basis of the analysis, the purpose and task of managing the economic stability of the enterprise is determined, the main of which can be defined as the identification of the causes and main factors of ensuring financial stability, the purposeful search for techniques and methods of financial stability management. The characteristics of economic sustainability management are given as one of the most important tasks of financial management of enterprises in modern economic conditions. It has been proven that increasing the efficiency of the enterprise depends on the validity, timeliness and expediency of the management decisions made in this area. The expediency of applying a systemic approach to managing financial stability as an approach that allows taking into account the influence of internal and external factors on the state of the company's finances is substantiated. The problem of financial problems faced by machine-building enterprises is described. It has been proven that these problems are largely identical in their economic essence, and therefore their solution is possible when using a universal toolkit and typical measures that form a sequence of managing the economic stability of an enterprise

Keywords: economic stability; solvency; financial strategy; bankruptcy; management of economic stability; management actions

Вступ. В ході розвитку ринкових стосунків позначилася потреба у формуванні нових механізмів управління. Більшість великих вітчизняних підприємств, що мали в розпорядженні налагоджену систему виробничо-господарської діяльності, планування і обліку, виявилися нездібними адекватно реагувати на умови зовнішнього середовища, що постійно змінюються, в силу нерозвиненості ринкових інструментів адаптивного управління. Відмінності в розумінні цілей реального сектора економіки, неузгодженість дій, відсутність науково обґрунтованого підходу зумовили переважання стихійних, вузькоспеціалізованих рішень, що не мають необхідного стратегічного потенціалу.

Закономірним наслідком цього стало формування «гібридних» форм господарювання і управління, що складаються з різномірних елементів, що містять масу внутрішніх протиріч, надмірних, бракуючих або нефункціонуючих зв'язків. Умови, що склалися, привели до того, що на цьому етапі на підприємствах існує проблема оптимізації шляхів та методів управління стійкістю підприємства.

Аналіз стану питання. Практика господарювання на підприємствах індустріально розвинених країн показує, що загальним орієнтиром в досягненні конкурентоспроможності є вироблення грамотної стратегії, створення ефективної системи управління, мінімізація витрат, підвищення рівня якості

продукції, прискорення обороту власних і залучених коштів, зміцнення своєї ніші на ринку товарів, робіт, послуг.

На сьогоднішній день в умовах глобалізації та інтенсифікації виробництва значна увага приділяється проблемам забезпечення стійкості підприємств, їх здатності адекватно реагувати на зміни, що відбуваються у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства. Складність проблеми забезпечення економічної стійкості підприємства полягає в багатогранності і неоднозначності самого цього поняття. Економічна стійкість має забезпечувати певний стан гармонії і такий керований процес змін, в якому масштаб експлуатації ресурсів, величина і цілеспрямованість капіталовкладень, технічний розвиток та інституційні зміни узгоджуються з поточними і майбутніми потребами.

Забезпечити досягнення мети управління стійкістю дозволить така складова системи управління, як послідовність управління стійкістю, розроблена і впроваджена у компанії. Для вирішення проблем забезпечення стійкості компанії необхідно використовувати принципи системного підходу.

Оцінка підприємства з погляду забезпечення стійкості необхідна для отримання інформації про його здатність функціонувати та розвиватися в сучасних ринкових умовах, що сприяє створенню репутації надійного та платоспроможного підприємства.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження теоретичних і практичних засад формування системи управління стійкістю підприємства.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблеми використання сучасних методів і підходів щодо оцінки та управління стійкістю, її забезпечення в господарській діяльності, а також організаційні аспекти управління підприємствами машинобудування розглядалися в працях багатьох провідних вчених, як: В. Александрова, І. Ансофф, О. Ареф'єва, С. Архієреєв, І. Бланк, П. Бубенко, О. Віханський, А. Гальчинський, В. Геєць, В. Дікань, М. Дорогіна, В. Забродський, С. Ілляшенко, О. Кизим, Т. Клебанова, Г. Козаченко, М. Кондратьєв, Н. Краснокутська, О. Кузьмін, Л. Лігоненко, Т. Лепейко, Ю. Лисенко, Б. Мільнер, Д. Наркотт, П. Перерва, В. Подсолонко, В. Пономаренко, О. Пушкар, О. Раєвська, А. Старостіна, О. Терещенко, О. Тищенко, О. Тридід, А. Чернявський, М. Чумаченко, З. Шершньова, В. Шинкаренко, Й. Шумпетер, О. Ястремська та інших. Проте, питання формування комплексного підходу до управління стійкістю, її оцінки та прогнозування, інтеграції управління стійкістю в роботу інформаційної системи машинобудівних підприємств є недостатньо вирішеними та потребують подальшого розгляду та поглиблення. Таким чином, розробка та наукове обґрунтування теоретичних і науково-методичних підходів до

управління стійкістю підприємств є актуальним науково-практичним завданням, яке потребує подальшого доопрацювання.

Виклад основних результатів дослідження.

Однією з найважливіших умов забезпечення стійкості промислових підприємств сьогодні є постійне вдосконалення системи адаптації підприємств і організацій до змін зовнішнього і внутрішнього оточення. Не дивлячись на зміну умов функціонування багато промислових підприємств відрізняються відсутністю мобільності своєї поведінки на вимоги ринку. Найважливішим чинником підвищення конкурентоспроможності в підприємницькій діяльності є система управління ефективністю і стійкістю. Небагато українських підприємств сьогодні включили системи формування і управління ефективністю в основні напрями стратегій своєї поведінки в ринковому середовищі.

Забезпечення стійкості підприємств потребує врахування цілого комплексу факторів і параметрів під впливом якого вона формується: ефективність менеджменту, етика ведення бізнесу, успішність бізнес-розвитку, якість послуг, операційні і фінансові показники, інформаційна активність, кадровий потенціал, соціальна відповідальність, стійкість зв'язків з постачальниками і споживачами та ін.

Аналіз та оцінка факторів, які впливають на підприємство, є необхідною умовою реалізації керівниками машинобудівних підприємств ефективною організацією та стимулювання економічної стійкості. Одним з основних факторів, що впливають на цей об'єкт є наявність на підприємстві підготовлених фахівців, які володіють відповідною освітою, досвідом роботи і мають особисті якості, які дозволяють їм своєчасно виконувати поставлені завдання і проявляти ініціативу щодо удосконалення реалізації ними функцій організації взаємодії і мотивації. Ефективність реалізації цих функцій може характеризуватись різними показниками. Найважливішими з них є: рівень продуктивності праці; плінність кадрів; рівень участі працівників у розробці рішень щодо розв'язання проблемних ситуацій; ритмічність виробничих технологічних процесів; кількість фактів несвоечасності виконання планів структурними підрозділами підприємства тощо.

В ході розвитку ринкових стосунків позначилася потреба у формуванні нових механізмів управління. Більшість великих вітчизняних підприємств, що мали в розпорядженні налагоджену систему виробничо-господарської діяльності, планування і обліку, виявилися нездібними адекватно реагувати на умови зовнішнього середовища, що постійно змінюються, в силу нерозвиненості ринкових інструментів адаптивного управління. Відмінності в розумінні цілей реального сектора економіки, неузгодженість дій, відсутність науково обґрунтованого підходу зумовили переважання стихійних,

вузькоспеціалізованих рішень, що не мають необхідного стратегічного потенціалу. Закономірним наслідком цього стало формування «гібридних» форм господарювання і управління, що складаються з різнорідних елементів, що містять масу внутрішніх протиріч, надмірних, бракуючих або нефункціонуючих зв'язків. Умови, що склалися, привели до того, що на цьому етапі на підприємствах існує проблема оптимізації механізму управління стійкістю підприємства.

Мета управління стійкістю підприємства має бути органічно поєднана з головною метою фінансового менеджменту в цілому й головною метою діяльності підприємства та реалізуватися в єдиному комплексі.

Особливістю досягнення стійкості вітчизняними підприємствами в сучасних умовах, є поетапність впровадження концептуальних принципів, де на перший план висувається завдання акумуляції коштів для забезпечення стану фінансової рівноваги, з метою гарантування подальшого розвитку в соціальному та екологічному аспектах. Розробка шляхів забезпечення стійкості промислових підприємств має бути обґрунтована на ретельному, усебічному вивченні існуючого стану підприємства, а також на аналізі потенційних можливостей його поліпшення.

Ефективне поєднання матеріальних та нематеріальних ресурсів є головним завданням менеджменту підприємств у процесі досягнення стратегічних цілей стійкості. Проте керівництво завжди стоятиме перед дилеммою отримання як найбільшого економічного ефекту або урахування соціальних факторів за найменших витрат. Дана ситуація є свідченням виникнення суперечностей подолання яких приводить до стійкості. Причому величезна роль відводиться персоналу компетентнісний рівень якого здатний до роботи в умовах обміління ресурсів, в їх умілому використанні та отриманні кінцевого продукту у вигляді продукції робіт та послуг.

Складність завдань забезпечення стійкості полягає в тому, що рішення приймаються в умовах неповноти даних, обмеженості у часі, варіативності розвитку ситуації. Отже, завжди існує ризик при впровадженні програм. Рішення щодо прийняття програм забезпечення стійкості повинні повною мірою враховувати можливі ризики від впровадження даних програм. В умовах обмеженості ресурсів встає завдання визначення пріоритетності факторів, значимість яких обумовлюється поставленими цілями. Для досягнення кожної цілі існує свій ряд пріоритетності факторів. Виявлення цих рядів є одним з основних завдань формування конкретного механізму. Сформований механізм повинен забезпечувати також раціональний розподіл ресурсів між цілями прогресивного розвитку й

продовженням функціонування. Завдання пошуку оптимального компромісу між функціонуванням і стійкістю за ресурсними параметрами складається із двох основних підзадач:

1) визначення рівня ресурсних резервів, достатніх для пошукового маневрування, відшукування найбільш перспективних й ефективних шляхів і форм забезпечення стійкості;

2) знаходження оптимальної пропорції розподілу ресурсів системи між її поточним функціонуванням, якісним удосконалюванням і розширеним відтворенням.

Рішення цих завдань вимагає сполучення системних методів якісного аналізу, імітаційного моделювання, оптимізаційних методів управління запасами. Формування системи, надалі, здійснюється шляхом вибору методів впливу на певні фактори внутрішнього й зовнішнього середовища. Вибір методів управління повинен ґрунтуватися на ряді принципів, основні з яких, наведено в табл. 1.

Серед проблем, які заважають впроваджувати механізм забезпечення стійкості підприємств можна зазначити:

- відсутність стабільної правової основи переходу до забезпечення стійкості та концепції, ухвалені державою та визнані окремими суб'єктами господарювання;
- відсутність механізму підтримки суб'єктів господарювання, що здійснюють перетворення на користь стійкості глобальної системи;
- відсутність реальної відповідальності за недотримання принципів розвитку суспільства;
- відсутність мети та усвідомлення необхідності переходу до стійкого розвитку взагалі;
- значні витрати на впровадження заходів екологічних перетворень та підвищення соціальної захищеності населення, здійснення перетворень;
- відсутність стимулів переходу до стійкості як наслідок попередньої причини.

Характер впливу залежить від природи фактору і його сприйнятливості до тих або інших методів впливу. Якщо ж не може бути мобілізований потрібний обсяг ресурсів, слід або переглянути методи, або заново спроектувати механізм.

Комплексність методів впливу на фактори різної природи визначає об'єктивну необхідність формування комплексної системи управління стійкістю. З одного боку, систему можна розглядати як процес, як послідовність дій спрямованих на досягнення певної мети, з іншого боку – як явище, як систему взаємозалежних між собою елементів, які взаємодіють на підставі певних правил і процедур, для реалізації програми або цілі.

Таблиця 1 - Принципи формування системи управління економічною стійкістю підприємства

Принцип	Характеристика
Системності	максимальний ефект можна одержати, лише оптимізуючи як всі елементи системи, так й окремі, найбільш значні з них
Системоутворюючих відносин	вимагає визначення саме тих зв'язків між елементами механізму, які забезпечують його існування, цілісність та стійкість
Постійної адаптації	необхідність підтримки стійкої рівноваги системи під впливом факторів зовнішнього й внутрішнього середовища й активного реагування на зміни
Самоорганізації	здатність системи самостійно зменшувати небажані відхилення
Об'єктивності дослідження	формування механізму повинен базуватися на повній, достовірній інформації про реальне положення підприємства
Динамічності оцінок	фактори, що впливають на підприємство, необхідно розглядати як динамічні функції з метою прогнозування й вироблення ефективних рішень
Безперервності	безперервна оцінка всіх процесів, що відбуваються, створення системи моніторингу дозволяють сформувати ефективну й раціональну стратегію забезпечення стійкості
Комплексності	дозволить представити формований механізм як комплекс взаємозалежних підсистем, об'єднаних загальною метою, розкрити його інтегративні властивості, внутрішні й зовнішні зв'язки
Інформаційної відкритості	визначає наявність інформаційних каналів між зовнішнім середовищем підприємства й кожним елементом формованого механізму
Випереджального відображення	визначається наявністю кризових явищ, нейтралізація яких припускає прогнозування найбільш імовірного в майбутньому стану системи
Пропорційності	визначення правильного співвідношення різних елементів й об'єктів механізму
Оптимальності	необхідність не тільки забезпечення стійкості, але й оцінки ступеня ефективності його досягнення
Збалансованості	вказує на необхідність врахування того як рішення прийняті керівниками машинобудівних підприємств відбиватимуться на показниках як економічного, так і соціального розвитку
Позитивного розвитку	передбачає необхідність формування і реалізації керівниками підприємств комплексу цілеспрямованих дій, що націлені на досягнення підприємством такої динаміки показників економічної стійкості, яка характеризується позитивними змінами приростів значень показників
Альтернативності рішень	вказує на необхідність прорахунку різних варіантів досягнення визначених керівниками машинобудівного підприємства цілей

Узагальнено автором за [1,2,3,4]

Управління стійкістю при цьому буде складатися з нейтралізації факторів, що найбільш негативно впливають на завершальне явище, та реалізації всіх можливостей, що відкриваються перед підприємством. Реалізація цієї функції буде полягати в розробці регулюючих заходів щодо досягнення запланованих результатів. Саме тому одним з найбільш ефективних є організаційний метод управління розвитком, спрямований на найбільш інерційні елементи для формування стабільності й пропорційності між елементами й підсистемами.

Вплив на структуру системи веде до істотної зміни її критеріїв, функцій, характеристик і вимагає приведення у відповідність із цими параметрами всіх елементів і підсистем, що змінилися. Економічні ж регулятори направляють стійкість системи й складових її підсистем на максимізацію її ефективності, тобто якщо організаційний вплив є разовим, імпульсним, що різко приводить систему у відповідність із зміненими умовами функціонування, то система економічних впливів працює протягом усього етапу [11, с.13].

Підприємство, як усяка складна система, характеризується певним складом функціональних елементів і характеризується рядом важливих властивостей. У тому числі: наявністю ієрархічної структури, рівня організації, здатністю системи сприймати вплив від зовнішніх умов й у свою чергу впливати на них.

Структура характеризує взаємозв'язок і співвідношення елементів системи та їхню субординацію. Організація виражає також взаємодію елементів, забезпечуючи функціонування й стійкість системи, підтримку самого її існування. При цьому єдність складу й структури системи будуть формувати її конструкцію.

Будучи відносно стабільною й довгостроковою стороною системи, структура повинна відповідати як вимогам функціонування, так і стійкості. Оскільки функціонування системи може здійснюватися в декількох напрямках (причому ці напрямки звичайно розрізняються як за своєю значимістю для вирішення протиріч, так і за частотою й характером реалізації), то, мабуть, конструкція повинна бути орієнтована на всі напрямки функціонування з урахуванням характеру, питомої ваги й значимості кожного з них.

У той же час, одним із завдань організаційної складової формованої системи управління економічною стійкістю є створення оптимальних можливостей для стійкості конструкції системи. Нерідко висока ефективність системи для реалізації завдань функціонування обертається організаційною "жорсткістю", тобто труднощами перетворень при зміні умов середовища, еволюції цілей і т.ін. Тому конструкція системи, що розвивається, повинна забезпечувати її організаційну пластичність у визначальних напрямках стійкості. Із цієї позиції під

організаційної складового механізму управління стійкістю можна розуміти властивість системи, що прагне зберегти свою структуру, упорядкувати внутрішні зв'язки й на цій основі здійснити своє подальше вдосконалювання й цілеспрямованість на забезпечення стійкості.

Діяльність підприємства повинна здійснюватися з урахуванням результатів дослідження структури й взаємозв'язків виникаючих відносин, що складаються між учасниками трудового процесу. Ці відносини мають загальні, повторювані характеристики, які дозволяють згрупувати їх у певні структурні елементи в цілісній системі організаційно-економічних відносин.

Саме ця система піддається в першу чергу впливу змін, що відбуваються на рівні елементів продуктивних сил. За допомогою організаційно-економічних відносин здійснюється вплив як на всю систему виробничих відносин, так і на продуктивні сили. У зв'язку із цим економічні системи необхідно розглядати як системи, що мають соціальний характер, у яких визначальна роль належить людині.

Механізм, що забезпечує стійкість підприємства, є механізм людський, функціонуючий у вигляді відносин між людьми в процесі виробництва, розподілу, споживання. Він не діє автоматично, на нього вирішальним образом впливає виробниче поведіння трудових колективів, у значній мірі сформоване їхньою психологією й свідомістю. Якісний рівень, ступінь досконалості механізму забезпечення стійкості залежить від підготовки кадрів, їхнього вміння виявляти й об'єктивно оцінювати існуючі елементи й зв'язки, особливості їхнього прояву та наслідки розвитку виявлених тенденцій. Саме це характеризує значну організаційну роль соціальної підсистеми.

На думку автора, одним з основних елементів системи управління економічною стійкістю є фінансовий механізм, що органічно пов'язаний із системою його економічних відносин. Відмінністю структури господарського механізму від структури фінансового механізму є те, що основною центральною підсистемою господарського механізму є планування, а у фінансовому механізмі – фінансові важелі й стимули. Всі елементи фінансового механізму повинні базуватися на такій системі методів, які оформлені нормативними актами держави й спрямовані на використання об'єктивно існуючих кредитно-грошових відносин в інтересах реалізації політики підприємства.

В сучасних умовах структурно-інноваційного розвитку національної економіки головними факторами підвищення ефективності роботи підприємства є ріст продуктивності праці, прискорення технічного розвитку, кооперація в прийнятті й реалізації управлінських рішень тощо. Настання кризи вимагає проводити зміни в управлінні,

котрі націлені на забезпечення стійкості шляхом ефективного використання ресурсів, оптимізації витрат та розробці механізмів адаптації підприємства до негативних впливів зовнішнього середовища.

Таким чином, система управління економічною стійкістю являє собою цілісну систему, що варто враховувати як у процесі її дослідження, так і практичного вдосконалювання. Неузгодженість між окремими елементами й підсистемами знижує її ефективність, а основою для успішного її функціонування є комплексне, взаємопогоджуване вдосконалювання кожної із взаємодіючих складових. Організаційна складова системи покликана визначати роль і взаємозв'язки кожної виробничої ланки, її завдання, функції, методи, способи функціонування й забезпечення стійкості. Соціальна складова системи повинна забезпечити взаємодію суспільних, колективних й індивідуальних інтересів. Економічна складова спонукає підприємство до розширення виробництва, оптимального використання ресурсів, особливо трудових і матеріальних, досягнень НТП.

Досягнута машинобудівним підприємством економічна стійкість відображає взаємозв'язки між соціально-економічним потенціалом і рішеннями керівників щодо його використання. На рис. 1 наведені методи забезпечення економічної стійкості машинобудівних підприємств.

Керівники машинобудівних підприємств приймають рішення про вибір способів використання соціально-економічного потенціалу під впливом аналізу інформації про вже досягнутий рівень економічної стійкості. Сформовані рішення призводять до використання потенціалу. Як наслідок, відбувається зміна значень показників стійкості.

До цих методів належать: інтенсифікація виробництва; реорганізація структури управління; оптимізація та реорганізація логістики; впровадження технологій інноваційного характеру; впровадження мотиваційних стимулів для підвищення якості та продуктивності праці; ліквідація правових актів, які сприяють зниженню витрат машинобудівних підприємств; державне замовлення на машинобудівну продукцію; створення нових або удосконалення існуючих комунікацій на національному і міжнародному рівні; створення, придбання або отримання на інших умовах (банківський кредит, лізинг) нового обладнання; дія міжнародних, національних або регіональних програм розвитку тощо. Ознайомлення із працями вітчизняних та зарубіжних науковців, а також матеріалами окремих машинобудівних підприємств дає підстави стверджувати, що фактично усі фактори, які діють на машинобудівні підприємства, впливають також на їх економічну стійкість.

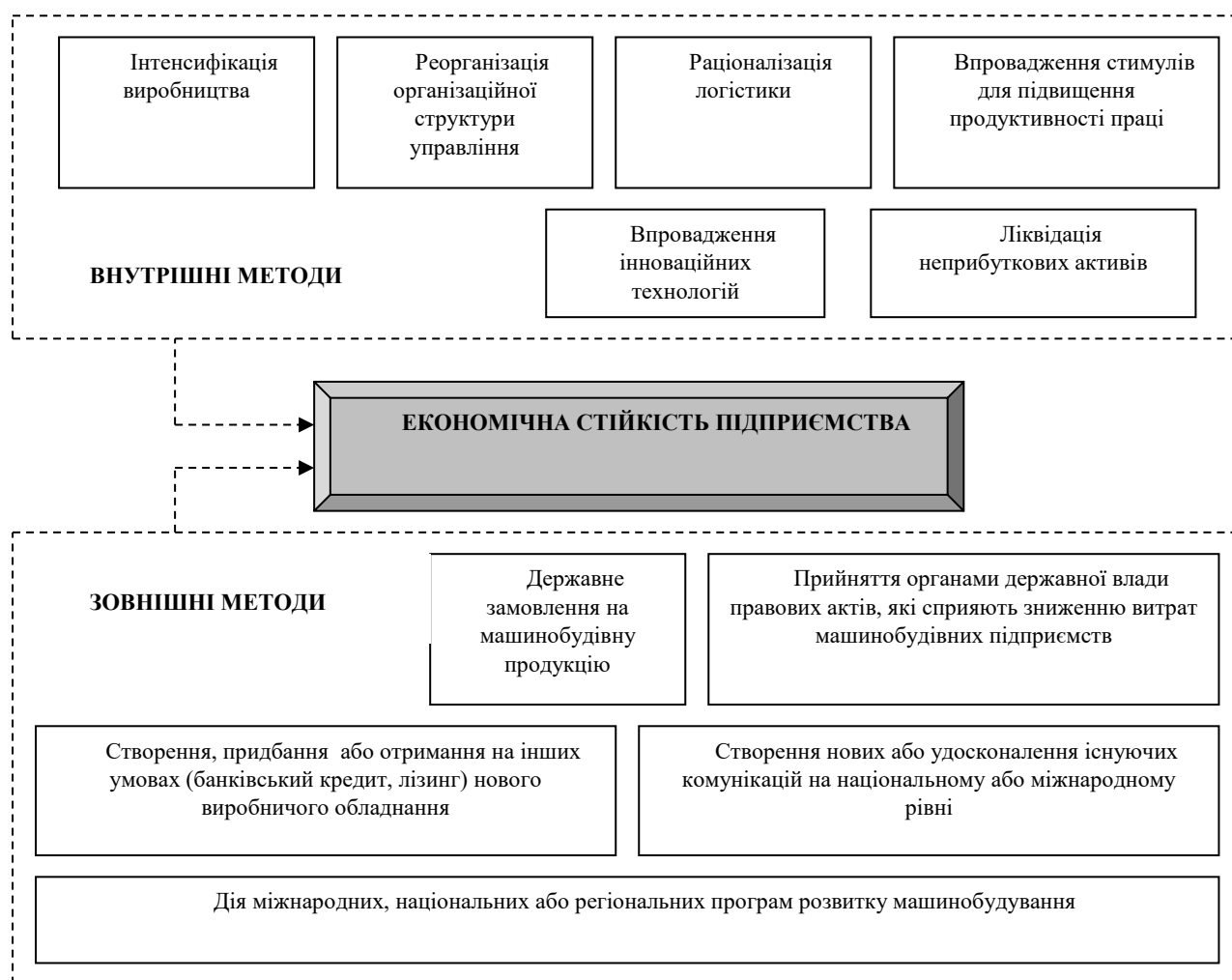


Рисунок 1 - Методи забезпечення економічної стійкості машинобудівними підприємствами

Складено автором за [5,6,7,8]

До пріоритетних цілей забезпечення економічної стійкості підприємства слід віднести забезпечення ефективності діяльності підприємства.

Основними завданнями системи забезпечення економічної стійкості є:

- моніторинг і прогнозування загроз економічній стійкості підприємства;
- оцінка ризиків і загроз кількісними і якісними методами;
- розробка інструментів і механізму нівелювання загроз і підтримки стабільного розвитку підприємства;
- постійне вдосконалення механізму та шляхів забезпечення економічної стійкості.

Наявність загроз стабільному функціонуванню підприємства обумовлює необхідність застосування відповідних методологічних прийомів дослідження економічної стійкості підприємства.

Практичні дії щодо забезпечення економічної стійкості базуються на нормативно-правовій основі

діяльності підприємств, мотивації персоналу, заходах економічного стимулювання, адміністративних важелів управління, ресурсозбереження та інших прийомах. Основні заходи, а також методи і інструменти дозволяють сформулювати механізм забезпечення економічної стійкості підприємства.

Формування передумов забезпечення економічної стійкості підприємства потребує розроблення відповідного управлінського забезпечення, яке передбачає взаємопогоджене функціонування методів і важелів, спрямованих на досягнення підприємством достатнього рівня економічної стійкості та його регулювання в умовах нестабільного ринкового середовища. В таблиці 2 запропоновано перелік управлінських дій, спрямованих на забезпечення економічної стійкості підприємства на основі компонент економічної стійкості підприємства.

Таблиця 2 - Управлінські дії, спрямовані на забезпечення економічної стійкості підприємства

Складові економічної стійкості	Управлінські дії
Фінансова	Активізація пошуку джерел фінансування діяльності підприємства. Оптимізація структури капіталу. Збільшення вартості підприємства Робота з інвесторами Поліпшення структури фінансування інновацій Підвищення стійкості підприємства
Виробнича	Оновлення обладнання і технологій Впровадження високопродуктивного, сучасного обладнання Освоєння маловідходних, економічних і екологоорієнтованих технологій виробництва на усіх його стадіях Оновлення обладнання і технологій Впровадження високопродуктивного, сучасного обладнання Освоєння маловідходних, економічних і екологоорієнтованих технологій виробництва на усіх його стадіях
Маркетингова	Уточнення ринкових позицій господарюючого суб'єкта і його місця на ринку, проведення заходів комплексу маркетингу, удосконалення роботи служби маркетингу Пошук напрямків діяльності і товарів, які у найбільшому ступені відповідають запитам економічних контрагентів підприємства (споживачів, посередників, постачальників тощо). Пошук компромісів. Зменшення ступеню неточності, неповноти та суперечливості інформації шляхом проведення ринкових досліджень. Встановлення відносин взаємної економічної зацікавленості з економічними контрагентами Освоєння методик проведення досліджень на комп'ютерних імітаційних моделях ринкових ситуацій з метою економії коштів і розширення горизонтів збуту
Кадрова	Навчання і перепідготовка кадрів Стимулювання творчої праці Формування ефективних організаційних структур управління Активізація науково-дослідної діяльності, розширення обсягів її фінансування Прийом на роботу висококваліфікованих фахівців
Соціальна	Покращення умов праці Підвищення рівня оплати праці Підвищення престижності професій Гарантування соціальних пільг та виплат Поліпшення показників динаміки кадрів (плинності та обороту)

Складено автором за [10,11,12]

Висновки. На шляху до стійкого розвитку Україна стикається з багатьма проблемами, які, незважаючи на їх широкість, зазначаються лише однобічно в працях спеціалістів певного виду діяльності. Ці проблеми стосуються або навколишнього середовища, або соціальної відповідальності підприємств, або економічного зростання та підвищення ефективності їхньої діяльності. Для подолання цих проблем необхідне не лише їх визначення, а й узагальнення, що сприятиме подальшим розробкам способів їх усунення.

Стійкість підприємства полягає в його здатності адаптуватися до змін зовнішніх і внутрішніх факторів і протистояти цим змінам, забезпечуючи стабільний розвиток підприємства у відповідності з поставленими цілями. Проблема забезпечення стійкості промислових підприємств стала особливо актуальною у зв'язку з глибокою економічною кризою, що охопила всю соціально економічну систему.

Для реалізації багатовекторної політики управління підприємством необхідно сформувати комплексну систему стратегічних цілей, яка повинна включати аналіз та моніторинг показників як фінансового, так і нефінансового характеру. Це розширить інформаційну

базу для прийняття управлінських рішень, призведе до використання збалансованої системи управління керівниками підприємства. Така система управління дозволить поєднувати результати різних аспектів діяльності підприємства для досягнення довгострокових цілей.

Список літератури

1. Ячменьова В.М. Ідентифікація стійкості діяльності промислових підприємств: монографія. Сімферополь: ДОЛЯ. 2007. 384 с.
2. Воронов А.С. Устойчивое развитие предприятия как стратегическая цель маркетинга. *Маркетинг*. 2002. №3. С. 31-37.
3. Шандова Н.В. Оцінка загальної стійкості розвитку промислового підприємства. *Економічний простір*. № 21. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. С.276-292.
4. Мельник О.М. Фінансова стійкість підприємства в сучасній економіці. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"* Сер. Економічна. 2010. № 691. С. 188- 192.
5. Усатюк К.К. Фінансова стійкість підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. С.196- 200.
6. Чечетова Н.Ф. Фінансова стійкість регіональної економічної системи: методологія і практика: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.05 розвиток продуктивних сил і регіональна економіка [Текст]. Донецький державний університет управління, 2011. 40 с.

7. 35 Іванов В.Л. Управління економічною стійкістю промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудівного комплексу): монографія. Луганськ. ЧНУ ім. В. Даля. 2005. 268 с.
8. Мельник Г.Г. Методи та моделі оцінки фінансової стійкості підприємств регіону в антикризовому управлінні. *Економічний вісник Донбасу*. 2011. №3. С. 108-111.
9. Захарова Н.Ю. Оцінка фінансової стійкості аграрних підприємств. *Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції*. 2012. №3. С. 28-32.
10. 86 Тхор С.О. Управління економічною стійкістю підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата екон. наук: спец. 08.00.05 розвиток продуктивних сил і регіональна економіка [Текст]. Луганськ. 2005. 21 с.
11. Колесников А.А., Лепейко Т.И. Управление формированием стратегического потенциала предприятия. *Економіка розвитку*. 2004. №4(32). С.98 – 101.
12. Кремень В. М., Шепетков С. Я. Оцінювання фінансової стійкості підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 1 (115). С. 107-115.
13. Сітак І. Л., І. М. Мурашко Діагностика фінансової стійкості підприємства на основі руху грошових потоків. *Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво*. 2019. № 2 (107). С. 121-126. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2019/2_2019/23.pdf
5. Usatyuk K. K. (2011), Finansova stiiikist pidpriemstva [Financial sustainability of enterprise], Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy [Scientific bulletin of NLTU Ukraine], pp. 196- 200.
6. Chechetova, N. F. (2011), Finansova stiiikist rehionalnoi ekonomichnoi systemy: metodolohiia i praktyka [Financial stability of regional economic system: methodology and practice], Ph.D. Thesis, Economy, Donetsk State University of Management, Donetsk, Ukraine.
7. 35 Ivanov V.L. (2005). Upravlinnia ekonomichnoiu stiiikistiu promyslovykh pidpriemstv (na prykladi pidpriemstv mashynobudivnoho kompleksu): monohrafiia. [Management of economic stability of industrial enterprises (on the example of enterprises of the machine-building complex): monograph]. Luhansk. SNU im. V. Dalia. 2005. 268 p.
8. Mel'nyk, H.H. (2011), Metody ta modeli otsinky finansovoi stiiikosti pidpriemstv rehionu v antykrizovomu upravlinni [Methods and models for assessing financial stability of enterprises in the region in crisis management], Ekonomichnyi visnyk Donbasu [Economic bulletin of Donbass], vol. 3, pp. 108-111.
9. Zakharova, N.Yu. (2012), Otsinka finansovoi stiiikosti ahrarykh pidpriemstv [Assessment of financial stability of agricultural enterprises], Naukovyi visnyk: Finansy, banky, investytsii [Scientific Bulletin: Finance, banks, investment]. vol. 3, pp. 28-32.
10. 86 Tkhor S.O. (2005). Upravlinnia ekonomichnoiu stiiikistiu pidpriemstva [Management of the economic stability of the enterprise: autoref. thesis for obtaining sciences], avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kandydata ekon. nauk: spets. 08.00.05 rozvytok produktyvnykh syl i rehionalna ekonomika [Candidate of Economics degree. Sciences: specialist 08.00.05 development of productive forces and regional economy], [Tekst] . Luhansk. 2005. 21 p.
11. Kolesnykov A.A., Lepeiko T.Y. (2004). Upravlenye formirovanyem stratezhicheskoho potentsyala predpriyatiya [Management of the formation of the strategic potential of the enterprise]. *Ekonomika rozvytku* [Development economics]. 2004. no 4(32). pp. 98 – 101.
12. Kremen', V. M. and Shepetkov, S. Ya. (2011) Otsiniuvannia finansovoi stiiikosti pidpriemstva [Evaluation of enterprise financial stability], Aktualni problemy ekonomiky [Actual problems of economy], vol. 1 (115), pp. 107-115.
13. Sitak I.L. and I.M. Murashko Diahnostyka finansovoi stiiikosti pidpriemstva na osnovi rukhu hroshovykh potokiv [Diagnosis of financial stability of the enterprise on the basis of cash flows]. *Derzhava ta rehiony. Ser.: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. [State and regions. Ser.: Economics and Entrepreneurship]. 2019. no 2 (107). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2019/2_2019/23.pdf

References (transliterated):

1. Yachmenova V.M. (2007). Identyfikatsiia stiiikosti diialnosti promyslovykh pidpriemstv: monohrafiia [Identification of sustainability of industrial enterprises: monograph.]. Simferopol: DOLiA. 2007. 384 p.
2. 19 Voronov A.S. (2002). Ustoichyvoe razvytie predpriyatiya kak stratezhicheskaiia tsel marketynha. [Sustainable development of the enterprise as a strategic goal of marketing] *Marketynh*. [Marketing] 2002. no 3. pp. 31-37.
3. Shandova N.V. (2009). Otsinka zahalnoi stiiikosti rozvytku promyslovoho pidpriemstva [Assessment of the overall sustainability of industrial enterprise development]. *Ekonomichnyi prostir* [Economic space]. no 21. Dnipropetrovsk: PDABA, 2009. pp. 276-292.
4. Mel'nyk, O. M. (2010), Finansova stiiikist pidpriemstva v suchasni ekonomitsi [Financial stability of the enterprise in the modern economy], Management and Entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and development problems; Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika" [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"] - Economical Ser, vol. 691, pp. 188-192.
11. Kolesnykov A.A., Lepeiko T.Y. (2004). Upravlenye formirovanyem stratezhicheskoho potentsyala predpriyatiya [Management of the formation of the strategic potential of the enterprise]. *Ekonomika rozvytku* [Development economics]. 2004. no 4(32). pp. 98 – 101.
12. Kremen', V. M. and Shepetkov, S. Ya. (2011) Otsiniuvannia finansovoi stiiikosti pidpriemstva [Evaluation of enterprise financial stability], Aktualni problemy ekonomiky [Actual problems of economy], vol. 1 (115), pp. 107-115.
13. Sitak I.L. and I.M. Murashko Diahnostyka finansovoi stiiikosti pidpriemstva na osnovi rukhu hroshovykh potokiv [Diagnosis of financial stability of the enterprise on the basis of cash flows]. *Derzhava ta rehiony. Ser.: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. [State and regions. Ser.: Economics and Entrepreneurship]. 2019. no 2 (107). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2019/2_2019/23.pdf

Надійшла (received) 23.06.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Сітак Ірина Леонідівна (Sitak Iryna Leonidivna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кандидат економічних наук, старший викладач кафедри міжнародного бізнесу та фінансів; тел.: (093) 150-25-01; e-mail: Irina.Sitak@khpi.edu.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1146-5730>

Івахненко Андрій Володимирович (Ivakhnenko Andriy Vladimirovich) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кандидат економічних наук, старший викладач кафедри міжнародного бізнесу та фінансів; тел.: (050) 138-63-79; e-mail: Andriy.Ivakhnenko@khpi.edu.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4113-7789>

С.О. ВАСИЛЬЦОВА, А.Ю. ОБОРИНА**ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ**

У статті проаналізовано сутність такої категорії як інформаційні технології та їх використання в маркетинговій діяльності підприємства. Були виявлені фактори як зовнішні так і внутрішні, які мають великий вплив на цю категорію. Безперервна регенерація інформаційних технологій породила інформаційні системи. Інформаційні системи - це сукупність правил, які вирішують, які дані відбирати і як їх обробляти. Розвиток інформаційних технологій викликав великі зміни в структурі організації і вплинув на всі операції бізнесу. Комунікація, купівля-продаж, отримання інформації, маркетинг і реклама, управління, охорона здоров'я, логістика, банківська справа набувають нових форматів завдяки інформаційним технологіям. В даному дослідженні було розглянуто вплив ІТ на маркетинг. ІТ вплинули на маркетинг як маркетингові інформаційні системи, що підтримують всі маркетингові операції бізнесу, так і диверсифікацію маркетингового процесу. Ми мали на меті проаналізувати ці два основні ефекти в нашому дослідженні. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій вніс багато нового та прискорив сучасні процеси. Інформаційні технології вплинули на стиль роботи організації. Економічні та соціальні наслідки цих змін викликали великі зміни в структурі організації. Організації, які хотіли вижити, інвестували в інформаційні технології і таким чином зробили свої стилі роботи сумісними з інформаційними технологіями. Цим обміни не обмежилися, і вони направили організації на інвестиції в оновлення, оновлення та відновлення апаратного та програмного забезпечення. Інвестиції організації зробили організаційну структуру більш плоскою, збільшили кількість співробітників і бюрократичних робіт, зменшили витрати на комунікацію, формування та збереження документів. Вона також використовується від найнижчого рівня управління до найвищого рівня і підтримує всі рівні управління у прийнятті рішень. Це забезпечило гнучкість організаціям, які надають перевагу центральному або місцевому управлінню, і вплинуло на організаційний контроль, комунікацію, механізм повноважень і процес прийняття рішень. Інформаційні технології, які використовуються на всіх рівнях управління, сьогодні є стратегічним інструментом для ділового світу. Інформаційні технології сприяють створенню основи організації та виконують такі функції, як маркетинг, логістика, продаж, надання послуг, закупівля, управління людськими ресурсами, менеджмент. Вони також зміцнюють ланцюжок створення вартості між організаціями, клієнтами та постачальниками. Всі рівні управління здійснюються за допомогою інформаційних технологій. З цим новим інформаційним етапом організації повинні змінити свої маркетингові дії.

Ключові слова: інформаційні технології; маркетинг; онлайн-комунікації; прийняття рішень; просування

S.O. VASYLTSOVA, A.Y. OBOIRINA**USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN MARKETING**

The article analyzes the essence of such a category as information technology and its use in the marketing activities of the enterprise. The factors both external and internal that have a great influence on this category were identified. The continuous regeneration of information technology has given rise to information systems. Communication, buying and selling, obtaining information, marketing and advertising, management, healthcare, logistics, banking are taking on new formats thanks to information technology. This study examined the impact of IT on marketing. IT has influenced marketing as marketing information systems that support all marketing operations of the business, and diversification of the marketing process. We aimed to analyze these two main effects in our study. Organizations that wanted to survive invested in information technology and thus made their work styles compatible with information technology. The exchanges were not limited to this and they directed organizations to invest in upgrading, updating and restoring hardware and software. The investments of the organizations have made the organizational structure flatter, increased the number of employees and bureaucratic work, and reduced the costs of communication, document generation and storage. It is also used from the lowest level of management to the highest level and supports all levels of management in decision making. It has provided flexibility to organisations that prefer central or local management and has impacted on organisational control, communication, authority arrangements and decision-making. Information technology, used at all levels of management, is today a strategic tool for the business world. Information technologies contribute to the foundation of the organization and perform functions such as marketing, logistics, sales, service delivery, procurement, human resource management, management. They also strengthen the value chain between organizations, customers and suppliers. All levels of management are carried out with the help of information technology. With this new information phase, organizations must change their marketing actions.

Keywords: information technology; marketing; online communications; decision-making; promotion

Вступ. Сьогодні неможливо вирішувати задачі з великою кількістю кореляційних параметрів класичними способами без використання інформаційних технологій, телекомунікаційних систем, спеціалізованих програмних продуктів аналізу, моделювання, прогнозування. Важливою передумовою для впровадження нових інформаційних технологій та організації маркетингових інформаційних систем є вдосконалення організації управління маркетингом, високі вимоги до якості цього процесу. На підприємствах, організаціях, фірмах та акціонерних товариствах утворюються маркетингові служби, які різні за структурою та розподілом функцій між спеціалістами, що базуються на використанні обчислювальної техніки, нових інформаційно-комунікаційних технологій.

Аналіз стану питання. Управління маркетинговою діяльністю пов'язане з виконанням значної кількості обчислювальних операцій, формалізацією переважної кількості задач з управління маркетингом, використанням економіко-математичних методів і моделей для розв'язання слабоструктурованих задач, прогнозуванням та оптимізацією важливих показників, розглядом значної кількості варіантів і вибором найдоцільнішого з них. Цьому сприяє масовість, типовість і повторюваність розв'язання значної кількості задач з маркетингу та процедур оброблення даних.

Розробка, реалізація та коригування маркетингової стратегії підприємства використовує значний обсяг інформації, її ефективне використання дає можливість створити систему маркетингової інформації. Тому підготовка висококваліфікованих маркетологів, які

здатні працювати в умовах насичення виробничої і невиробничої сфер використовують велику кількість потоків інформації та керують ними, що набуває особливого значення. Тим більше, що сучасні інформаційні технології дозволяють практично миттєво підключатися до будь-яких електронних масивів, одержувати всю необхідну інформацію і використовувати її для аналізу, прогнозування, прийняття управлінських рішень у сфері бізнесу, комерції, маркетингу.

Мета роботи. Використання інформаційних технологій та інструментів, як одного з напрямків аналізу інформаційної структури маркетингу.

Метою даної статті є дослідження проблеми застосування інформаційних технологій для підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Аналіз основних досягнень і літератури.

Аналізуючи останні дослідження та публікації було виявлено що цим питанням займалися багато теоретиків та практиків, таких як С.С. Гаркавенко, Н.С. Пінчук, Г.П. Галузинський, Н.С. Орленко, І.В. Березін, Д.А. Шевченко, Д.І. Квасов. В їх теоретичних та практичних розробках було розглянуто та розкрито поняття «Інформаційні технології», їх основні інструменти та використання у маркетингової діяльності підприємства.

Але, додаткову увагу необхідно приділити особливостям використання інформаційних технологій у процесі формування маркетингових рішень.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій додав багато нового та прискорив сучасні процеси. Інформаційні технології вплинули на стиль роботи організацій. Економічні та соціальні наслідки цих змін викликали великі зміни в структурі організації. Організації, які хотіли вижити, інвестували в інформаційні технології і таким чином зробили свої стилі роботи сумісними з інформаційними технологіями. Цим обміни не обмежилися, і вони направили організації на інвестиції в оновлення, оновлення та відновлення апаратного та програмного забезпечення. Інвестиції організацій зробили організаційну структуру більш плоскою, збільшили кількість співробітників і бюрократичних робіт, зменшили витрати на комунікацію, формування та збереження документів. Вона також використовується від найнижчого рівня управління до найвищого рівня і підтримує всі рівні управління у прийнятті рішень. Це забезпечило гнучкість організаціям, які надають перевагу центральному або місцевому управлінню, і вплинуло на організаційний контроль, комунікацію, механізм повноважень і процес прийняття рішень. Інформаційні технології, які використовуються на всіх рівнях управління, сьогодні є стратегічним інструментом для ділового світу. Інформаційні технології сприяють створенню основи організації та

виконують такі функції, як маркетинг, логістика, продаж, надання послуг, закупівля, управління людськими ресурсами, менеджмент. Вони також зміцнюють ланцюжок створення вартості між організаціями, клієнтами та постачальниками. Всі рівні управління здійснюються за допомогою інформаційних технологій. На цьому новому інформаційному етапі організації повинні змінити свої маркетингові дії

Маркетингова діяльність організацій починається з правильно визначеного ринку, зосереджується на потребах клієнтів, координує всі дії для досягнення клієнта і, задовольняючи його, отримує вигоду. Також вона включає в себе рекламу, дії до і після продажу, поліпшення довгострокових відносин з клієнтами...наприклад. 1. В епоху цифрових технологій з'явився новий ринок, доступ до якого є 7/24, і конкуренція була дуже інтенсивною. Тепер ринок і клієнт - це не одне і те ж; нові методи лікування, постійно зростаюча конкуренція, виклики стали особливими властивостями нового ринку. Сучасний маркетинг сформувався клієнтоорієнтованим під впливом глобалізації та інформаційних технологій. У сфері інформаційних технологій відбувається безперервний вплив на звички, очікування та потреби споживачів. Клієнти отримали доступ до всіх ринків і постійно рухаються. Їх чутливість до цін зросла, тому вони хочуть отримувати більш якісні, швидкі та дешеві продукти та послуги. Крім того, вони вважають, що відмінності між продуктами зменшилися, тому їхня прихильність до певного бренду зменшилася. Тепер клієнт не шукає єдиний підходящий продукт, він хоче найбільш підходящий продукт, і він може знайти його в Інтернеті та інших інформаційних джерелах. ІТ вплинули на маркетинг як через маркетингові інформаційні системи, які підтримують всі маркетингові операції бізнесу, так і через диверсифікацію маркетингового процесу. Ми мали на меті перевірити ці два основні ефекти в нашому дослідженні.

У традиційному маркетингу хто б реалізовував ці процеси, для яких були визначені продукти. Крім того, реалізація цих процесів займала більше часу. Також витрати на розширення сфери діяльності організації дуже високі. У веб-маркетингу кожен, хто має підключення до Інтернету, є клієнтом або постачальником один для одного. Таким чином, організації відірвалися від локального простору. У традиційному маркетингу витрати на комунікацію займають велике джерело для організацій, але у веб-маркетингу вони зменшилися. Холмlund і Кох стверджують, що традиційний маркетинг не має точки зору на встановлення довгострокового контакту з клієнтом і розвиток цих контактів. Нова економіка зробила поведінку організації більш клієнтоорієнтованою. При цьому побудова довгострокових відносин з клієнтами і перетворення їх у взаємовідносини перетворилося на ключ до

прибутковості⁶. Трансформація, що відбулася, спрямувала організацію до клієнтоорієнтованого маркетингу. Для маркетингу, орієнтованого на споживача, місія організації полягає у визначенні потреб, бажань, прибутків та інтересів цільового ринку і пропонуванні цілеспрямованого задоволення шляхом збільшення добробуту клієнтів, причому більш зачепленого і багатого, ніж у фірм-конкурентів. Зараз недостатньо, щоб організації могли задовольнити потреби клієнтів. Вони повинні задовольняти мінливі індивідуальні потреби клієнтів, і це стало необхідністю. У інтернет-маркетингу було отримано дозвіл від клієнтів⁷. Прямий маркетинг, який був удосконалений з метою маркетингу, орієнтованого на споживача, став більш ефективним в інформаційну епоху завдяки використанню баз даних про клієнтів. При цьому інформація про клієнтів, така як вік, дні народження, заробітна плата, хобі, інформація про старі покупки та інші дані стали швидше використовуватися для організації. Організація, яка має більше інформації про покупця, має можливість надсилати рекламу, промоакції, нові продукти, повідомлення та вітати з особливими днями клієнтів електронною поштою. Таким чином організації стають ближчими до своїх клієнтів. Крім того, розвиток інформаційних технологій запропонував прямий зв'язок з клієнтами. Електронні ринки та телефони обслуговування клієнтів доступні 7 днів на тиждень 24 години на добу. Використовуючи їх, клієнти можуть зробити замовлення і висловити всі думки про продукт і послуги.

Інформаційні технології надали електронній комерції нових властивостей, які дозволили їй набути реальних форм функціонування. Вона містить збір і використання демографічних даних через веб-контакти; електронну торгівлю або "віртуальні вітрини" на веб-сайтах з онлайн-каталогами, іноді зібраними у "віртуальний торговий центр"; купівлю-продаж між підприємствами; безпеку ділових операцій; електронний обмін даними (EDI), обмін даними між підприємствами, а також електронною поштою і факсом та їх використання як засобів масової інформації для охоплення потенційних і постійних клієнтів з точки зору змісту і принципів, електронна торгівля пов'язана з традиційною торгівлею і в більшості випадків використовує ті самі методи. Через це електронна комерція не є новою комерцією, яка є альтернативою традиційній комерції. Це лише новий формат торгівлі, який використовує інформаційні та комунікаційні технології.

"Електронна комерція інтегрувала послуги зв'язку, управління даними та безпеки і дозволяє здійснювати обмін інформацією між різними організаціями. Електронна комерція змінила структуру ринків товарів та послуг; спричинила появу нових стилів продукту, маркетингу та дистрибуції; дозволила розробляти нові продукти; спростила аналіз потреб клієнтів та швидке реагування на зміни попиту на ринках. Крім того,

електронна комерція сприяла збільшенню комерційних дій, розширенню ринкової території та підвищенню економічної щільності. Таким чином, електронна комерція відкрила багато нових робіт, робочих місць, місій і назв. Зменшилася кількість традиційних менеджерів і підвищилася спеціалізація та ефективність. З електронною комерцією змінилися формати конкуренції. Якщо раніше тільки великі фірми могли охопити велику кількість клієнтів, то тепер, використовуючи Інтернет, невеликі фірми можуть охопити значну кількість клієнтів. Це пов'язано з тим, що граничні витрати на охоплення та обслуговування клієнтів зменшились. Розвиток електронної комерції сприятиме підвищенню доступності ринків та зменшенню операційних витрат. Зрештою, покупці отримають інформацію про товар від багатьох продавців про властивості та вартість за допомогою Інтернету. Вони будуть порівнювати відмінності між властивостями та вартістю. Таким чином, продавці повинні диверсифікувати продукти, послуги або канали дистрибуції, або знижувати ціни. Електронна комерція спрямувала організації до трансформації. Більшість з них мають веб-сайти для комунікації, маркетингу або представлення. Ці веб-сайти є основою інтернет-маркетингу, який формується шляхом представлення продуктів або послуг в Інтернеті. Інтернет-реклама є ще одним поняттям, яке входить в інтернет-маркетинг. Це реклама товарів або послуг, які представлені в Інтернеті. У наш час люди використовують Інтернет для здійснення різноманітних операцій, тому значення веб-сайтів та кількість відвідувачів зростає. Відповідно, організації надають важливого значення змісту своїх веб-сайтів. Ця взаємодія підвищила важливість інтернет-реклами та інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетинг здійснюється шляхом представлення реклами цільовій групі на веб-сайтах. Це є маркетингом продуктів або послуг через Інтернет і використовується для реклами торгової марки, організації або веб-сайту за допомогою банерів, збільшення трафіку відвідувачів веб-сайтів, звітності про реакцію користувачів і клієнтів, а також формування стратегічних цілей рекламної кампанії. Кількість організацій, які надають перевагу інтернет-маркетингу, зростає з кожним днем. Це пов'язано з тим, що інтернет-маркетинг генерує інтерактивні, персональні, вимірювані, економічні, конкретні рішення. Він недорогий, якщо порівнювати з витратами на традиційний маркетинг. Організації можуть охопити широку аудиторію за невелику частку традиційних рекламних бюджетів, спілкуватися з цільовою групою безпосередньо, збирати багато даних і одночасно отримувати звіти про них. Компанії все більше покладаються на ІТ та комп'ютери для зберігання, індексації та аналізу все більшої кількості інформації про своїх клієнтів. Мати таку інформацію та вимірювати статистику і реакцію легко і недорого. Майже всі аспекти інтернет-маркетингової кампанії

можна відстежити, виміряти і протестувати. На цьому кібер-ринку зникло особисте спілкування. Клієнти купують товари, дивлячись на фотографії та читаючи характеристики. Клієнти інформаційної ери вивчають зміст веб-сайтів. Так що сьогодні організації оновлюють веб-сайти для форматів цієї нової купівлі-продажу. Організація, яка відкрилася для всього світу через Інтернет, може перетворити всі можливості на переваги. Їх веб-сайти та послуги повинні забезпечувати задоволення на всіх етапах, починаючи від першого візиту клієнта до використання продукту або отримання послуги.

Висновки. Вплив інформаційних технологій на маркетинг й на маркетинг зростає. В умовах сучасного світового ринку нові інформаційні технології та мережа Інтернет дозволяють зменшити витрати на виконання маркетингових функцій компанії. Тому, перспективою подальших досліджень по даному напрямку має стати поглиблене вивчення особливостей застосування інформаційних технологій у маркетингових комунікаціях.

Список літератури

1. Бернет Дж., Мориарті С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. Санкт-Петербург: Питер, 2014. С. 373
2. Іванов Ю. Б., Ус М. І. Складові інформаційного забезпечення маркетингової діяльності промислового підприємства. *Бізнес Інформ*. 2016. № 1. С. 299 – 305.
3. Київська К. І. Аналіз сучасних підходів до створення інформаційних систем маркетингу підприємств. *Технічні науки*. 2018. №10. С. 24 – 27.
4. Коляденко С. В. Маркетинговий підхід до формування іміджу регіону: сучасні інструменти та актуальні завдання. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2018. №17. С. 152–157.
5. Крижко О. В., Дарчук В. Г. Інформаційні системи в маркетинговій діяльності. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 4. С. 113 – 120.
6. Петруня Ю. Є., *Маркетинг: навчальний посібник*. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. С. 362
7. Фроленко О. М. Маркетингова інформаційна система як засіб реалізації стратегічного потенціалу промислового підприємства. *Маркетинг і ринкові відносини*. 2016. №6. С. 238 – 244
8. Яковенко Т. І., Педченко Н. С. Система маркетингової інформації як умова забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємств рекламної. *Бізнес Інформ*. 2014. № 7. С. 384 – 388

References (transliterated)

1. Bernet Dzh., Moryarty S. *Marketingovyie kommunikatsyy: yntehrirovanniy podkhod*. [Marketing communications: an integrated approach] Sankt-Peterburh: Piter, 2014. p. 373
2. Ivanov Yu. B., Us M. I. Skladovi informatsiynoho zabezpechennia marketynhovoї diialnosti promyslovoho pidpriemstva. [Components of information support of marketing activities of an industrial enterprise] *Biznes Inform*. [Business Inform] 2016. no 1. pp. 299 – 305.
3. Kyivska K. I. Analiz suchasnykh pid khodiv do stvorennia informatsiynykh system marketynhu pidpriemstv. [Analysis of modern approaches to the creation of enterprise marketing information systems.] *Tekhnichni nauky*. [Technical sciences] 2018. no 10. pp. 24 – 27.
4. Koliadenko S. V. Marketynhovy pidkhid do formuvannia imidzhu rehionu: suchasni instrumenty ta aktualni zavdannia. [Marketing approach to the formation of the region's image: modern tools and current tasks.] *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti*. [Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property] 2018. no 17. pp. 152–157.
5. Kryzhko O. V., Darchuk V. H. Informatsiini systemy v marketynhovii diialnosti. [Information systems in marketing activities] *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. [Economy. Management. Business.] 2016.no 4. pp. 113 – 120.
6. Petrunia Yu. Ye., *Marketing: navchalnyi posibnyk*. 3-tie vyd., pererobl. i dopovn. [Marketing: a textbook. 3rd edition, revised and supplemented.] Dnipropetrovsk: Universytet mytnoi spravy ta finansiv, 2016. p. 362
7. Frolenko O. M. Marketynhova informatsiina systema yak zasib realizatsii stratehichnoho potentsialu promyslovoho pidpriemstva. [Marketing information system as a means of realizing the strategic potential of an industrial enterprise.] *Marketing i rynkovi vidnosyny*. [Marketing and market relationships] 2016. no 6. pp. 238 – 244
8. Iakovenko T. I., Pedchenko N. S. Systema marketynhovoї informatsii yak umova zabezpechennia efektyvnoi marketynhovoї diialnosti pidpriemstv reklamnoi. [Marketing information system as a condition for ensuring effective marketing activities of advertising enterprises] *Biznes Inform*. [Business Inform] 2014. no 7. pp. 384 – 388

Надійшла (received) 14.08.2022

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Васильцова Світлана Олександрівна (Vasyltsova Svitlana Oleksandrivna) – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки і маркетингу Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3750-9922>; e – mail: Svitlana.Vasyltsova@khpi.edu.ua

Оборіна Анастасія Юрївна (Oborina Anastasiia Yuriivna) – магістр Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту»; м. Харків, Україна; e –mail: Anastasia.rdt@gmail.com

Н.В. ЯКИМЕНКО-ТЕРЕЩЕНКО, В.Д. ХОЛОДОК**УПРАВЛІННЯ ІНКЛЮЗИВНИМ ТУРИЗМОМ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

Визначено ключове місце інклюзивного туризму в структурі системи організації соціального туризму. Визначено теоретичні засади та вивчено практичний досвід управління інклюзивним туризмом як ключового напрямку соціально-економічного розвитку Харківського регіону. Основними причинами, які гальмують розвиток інклюзивного туризму в регіонах, є: недостатньо розвинена інфраструктура регіону; відсутність умов доступу до закладів розміщення та харчування туристів; неможливість відвідування музеїв, історичних будівель, пам'яток архітектури; відсутність інформації щодо доступних для людей з обмеженими можливостями туристичних місць та об'єктів; відсутність розроблених туристських маршрутів для осіб з обмеженими можливостями; недостатньо кваліфікований персонал з обслуговування осіб з обмеженими можливостями. Рівнями управління інклюзивним туризмом окреслено державний, регіональний та рівень територіальних громад. Акцентовано увагу на ролі кожного рівня управління та основну увагу приділено діяльності регіональних центрів туризму. На прикладі діяльності та реалізованих проєктів ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» продемонстровано провідний досвід вирішенні проблем розвитку інклюзивного туризму в регіонах. Надано опис реалізованих заходів щодо: поширення інформації щодо доступності туристичних об'єктів; визначення доступності туристичних об'єктів з метою їх подальшого включення до маршрутів; участі в організації та проведенні щорічних фестивалів з проблем інклюзії в туризмі; туристичного обслуговування соціально незахищених верств населення; супутнього покращення інклюзивного поля. Подолання проблем становлення та розвитку інклюзивного туризму залежить від консолідації зусиль всіх учасників туристичної сфери, у т.ч. в напрямку створення унікальних туристичних маршрутів для осіб з особливими потребами.

Ключові слова: інклюзивний туризм; соціальний туризм; управління; центр туризму; інфраструктура туризму; туристичний об'єкт

N.V. YAKYMENKO-TERESHCHENKO, V.D. HOLODOK**MANAGEMENT OF INCLUSIVE TOURISM AT THE REGIONAL LEVEL**

The key place of inclusive tourism in the structure of the social tourism organization system is determined. Theoretical principles were defined and practical experience of management of inclusive tourism as a key direction of social and economic development of Kharkiv region was studied. The main reasons that hinder the development of inclusive tourism in the regions are: insufficient developed infrastructure of the region; lack of conditions of access to establishments of accommodation and food of tourists; lack of possibility to visit museums, historical buildings, architectural monuments; lack of information on accessible tourist places and facilities for people with disabilities; lack of qualified staff to service people with disabilities. The state, regional and territorial levels of management of inclusive tourism are defined. The focus is on the role of each level of management and the main attention is paid to the activities of regional tourism centers. The leading experience of solving problems of development of inclusive tourism in the regions was demonstrated on the example of activity and implemented projects of Kharkiv organizational and methodical center of tourism. The implemented measures was established: dissemination of information on availability of a tourist destination; determination of availability of tourist objects with the purpose of their further inclusion in routes; participation in organization and conducting annual festivals on problems of inclusion in tourism; tourist service of socially disadvantaged groups; accompanying improvement of the inclusive field. Overcoming the problems of establishment and development of inclusive tourism depends on consolidation of efforts of all participants of the tourist sphere, including in the direction of creation of unique tourist routes for persons with special needs.

Keywords: inclusive tourism; social tourism; management; tourism center; tourism infrastructure; tourist object

Вступ. За роки незалежності в українському суспільстві сформувалося цілком позитивне ставлення до туризму, як чинника індивідуального та колективного вдосконалення, запоруки сталого розвитку країни, регіонів. Туризм перестає бути розкішшю, надбанням лише заможного прошарку населення й перетворюється у загальнодоступну соціальну потребу людей, звичайну складову образу їхнього життя. Всесвітня Конференція з туризму в Манілі (1990 р.) у своїй Декларації виступила проти надмірної комерціалізації туризму, звернула увагу урядів на їхній важливий обов'язок - здійснювати заходи, що дозволяють кожному громадянину брати участь у внутрішньому та міжнародному туризмі.

Соціальний туризм у вузькому змісті є різновидом туризму. Це туризм, доступний кожному громадянину, з урахуванням його віку, здоров'я, соціального стану, здійснюваний насамперед в інтересах менш забезпечених людей. Його основні учасники - певні категорії населення: учні, студенти, пенсіонери, інваліди, ветерани війни та праці, малозабезпечені родини.

Соціальний туризм, за рахунок мінімальних фінансових витрат учасників або їх повну відсутність, дозволяє залучити до подорожей певні специфічні аудиторії. Даний вид діяльності є інструментом популяризації внутрішнього туризму. Крім того, ця форма роботи служить досить продуктивним

механізмом популяризації туризму взагалі, формуючи у екскурсантів прагнення до подальших подорожей.

Як підтверджує європейський досвід, в структурі системи організації соціального туризму ключове місце належить підсистемі, яка надає послуги людям з особливими потребами. Отже, надзвичайно злосудним питанням є розвиток інклюзивного туризму. Згідно статті 9, статті 30 «Конвенції ООН про права осіб з інвалідністю» особи з інвалідністю мають право брати участь нарівні з іншими в культурному житті, у проведенні дозвілля, відпочинку та мати доступ до культурних об'єктів, заходів, послуг, освіти та інші.

Аналіз основних досягнень і літератури. В науковій літературі напрямками дослідження є «соціальний туризм», «доступний туризм», «інклюзивний туризм». Серед науковців, які розглядають множину соціальної проблематики туризму, розробляють концептуальні засади, застосовують системний та стратегічний підходи до забезпечення розвитку соціального туризму в Україні з урахуванням європейського досвіду, формують інструментарій щодо сприяння поширенню інклюзивного туризму серед суб'єктів туристської індустрії, є Безугла Л.С., Белоусова Н., Влащенко Н., Герасименко Т. В., Кравченко О., Коляда Н., Куваєва Т. В., Ладонько Л., Матвійчук Л., Оболенцева Л., Переверзева А., Писаревський І., Феленчак Ю. та

інші [1-11]. Беручи до уваги вагомий науковий внесок у вирішення проблем інклюзивного туризму в Україні, які мають зазначені науковці, потребує додаткового вивчення провідний досвід реалізації заходів та проєктів, що спрямовані на розвиток туризму як стилю життя сучасної людини, в тому числі людей з обмеженими фізичними можливостями, та реалізуються у регіонах.

Мета роботи. Визначення теоретичних засад та вивчення практичного досвіду управління інклюзивним туризмом як ключового напрямку соціально-економічного розвитку Харківського регіону.

Викладення основного матеріалу дослідження. Інклюзивний туризм – це сучасний вид туризму, який дозволяє включити у туристичну діяльність будь-яку людину, незалежно від її фізичних можливостей, з урахуванням особливостей її фізично-психологічного стану і забезпеченням доступності до об'єктів туристичної інфраструктури.

Інклюзивний туризм - процес розвитку туризму, який має на увазі доступність туризму для всіх, в плані пристосування інфраструктури туристичних центрів і об'єктів туристського показу до різних потреб усіх людей.

Актуальний інклюзивний туризм для людей з інвалідністю, тимчасовими проблемами здоров'я, людей великого та маленького зросту, батьків з маленькими дітьми та вагітних жінок, мандрівників з важким багажем, людей похилого віку.

Вперше інклюзія була підтримана Всесвітньою декларацією прав людини у 1948 р. і знаходить відображення у всіх міжнародних документах. В Декларації прав дитини 1959 року визначено принципи, за якими дитина, яка є неповноцінною у фізичному, психічному або соціальному відношенні, повинна забезпечуватися спеціальним режимом, освітою і піклуванням, необхідним зважаючи на її особливий стан. Відповідно до 23 статті Конвенції ООН «Про права дитини» (1989 р.), неповносправна в розумовому або фізичному відношенні дитина має вести повноцінне й достойне життя в умовах, які забезпечують її гідність, сприяють почуттю впевненості в собі й полегшують її активну участь у житті суспільства. Принцип інклюзивного суспільства визначено Стандартними правилами ООН щодо зрівняння можливостей інвалідів (1993 р.) та Саламанською Декларацією (1994 р.). Дакарська Декларація (2000 р.) та Конвенція ООН щодо осіб з особливими потребами (2005 р.) відстоюють права людей з особливими потребами на життя без будь-якої дискримінації.

Вперше в Україні про специфіку забезпечення інклюзивного простору згадується в Указі Президента України № 900/2005 «Про першочергові заходи щодо створення сприятливих умов життєдіяльності осіб з обмеженими фізичними можливостями». З метою забезпечення безперешкодного доступу осіб з обмеженими фізичними можливостями до об'єктів соціальної інфраструктури, а також ураховуючи Стандартні правила забезпечення однакових можливостей для інвалідів (Резолюція Генеральної

Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 20 грудня 1993 року № 48/96) у грудні 2015 року Україна ратифікувала основні міжнародні документи у сфері забезпечення прав людини згідно зі світовими стандартами освіти, соціального захисту та охорони здоров'я. В травні 2016 року в Україні була створена та зареєстрована Асоціація «Інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму» [12, с.17-19].

Вважаємо, що причинами, які гальмують розвиток інклюзивного туризму в регіонах, є:

- недостатньо розвинена інфраструктура регіону: відсутність умов доступу до закладів розміщення та харчування туристів; неможливість відвідування музеїв, історичних будівель, пам'яток архітектури, тощо;
- відсутність інформації щодо доступних для людей з обмеженими можливостями туристичних місць та об'єктів;
- відсутність розроблених туристських маршрутів для осіб з обмеженими можливостями;
- недостатньо кваліфікований персонал з обслуговування осіб з обмеженими можливостями – нерозуміння як себе поводити для задоволення потреб клієнтів з особливими потребами;
- відсутність інформації щодо існуючих організацій медичної допомоги інвалідам у туристсько-інформаційних пунктах.

Інфраструктура туризму – одне з найслабших місць України, другим слабким місцем є доступність туристичних об'єктів та міського середовища для людей з обмеженими фізичними можливостями. Водночас, однією з світових тенденцій сучасної архітектури міського середовища є створення простору, зручного для всіх. Україна ж, через її прагнення увійти до Євросоюзу, має відповідати стандартам та нормам, прийнятним для сучасності, через що в українських містах мають бути елементи простору «зручного для всіх» (пандуси, підйомники, з'їзди з бордюрів, розмітка для незрячих, озвучені світлофори). Проте перешкода для людей з обмеженими фізичними можливостями має не тільки просторову, але й інформаційну форму. Так, актуальним є створення як загальноукраїнських карт доступності, так і окремих карт за містами, на яких позначені об'єкти інфраструктури, а також ступінь їх доступності. Таким чином, мають реалізовуватися такі принципи комфортності як: а) зміна способів діяльності, правил і процедур, що включає зміну правил використання території і обладнання, зміну реєстраційних правил; б) усунення бар'єрів пересування; в) забезпечення допоміжними засобами та службами (перекладами позбавлених слуху, звуковими допоміжними системами, текстовими телефонами для людей з вадами слуху, спеціальними брошурами з випуклим шрифтом Брайля, кваліфікованими читачами для людей з вадами зору та незрячих); г) усунення архітектурних бар'єрів; д) усунення структурних комунікаційних бар'єрів [12].

Таким чином, формування безбар'єрного середовища для осіб з обмеженими фізичними можливостями в туризмі є суспільним благом, що

пов'язане з економічним та соціальним розвитком країни в цілому та регіонів.

Управління інклюзивним туризмом має декілька рівнів управління: державний, регіональний, територіальний.

На державному рівні затверджено комплекс вагомих нормативно-правових актів, які визначають основні положення державної соціальної політики, що стосується створення комфортних умов життя та соціального забезпечення осіб з інвалідністю. Серед них Закони України «Про державні соціальні стандарти і державні соціальні гарантії», «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні», «Про соціальні послуги», «Про реабілітацію осіб з інвалідністю в Україні», Конвенція про права осіб з інвалідністю, Національна Стратегія із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року [13], тощо. В Законі України «Про туризм» визначено, що державна політика у галузі туризму повинна здійснюватися на основі «забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб» [14]. В Україні затверджено спеціальні Державні будівельні норми, які визначають стандарти будівництва об'єктів з урахуванням вимог безбар'єрної архітектури та забезпечення транспортною інфраструктурою з урахуванням вимог інклюзії. Проте відсутній механізм контролю використання цих будівельних норм на практиці при зведенні об'єктів туристського призначення чи розвитку інфраструктури туристських дестинацій.

На регіональному рівні розвитком інклюзивного туризму обіймаються регіональні органи влади. Так, у 2019 році рішенням Харківської районної ради Харківської області затверджено Програму розвитку культури та туризму, оновлення культурної спадщини у Харківському районі на 2020 – 2021 роки, де серед першочергових завдань визначено розвиток туризму, розробка та реклама туристичних маршрутів, використання культурної спадщини і природних ресурсів району для розвитку культурного й «зеленого» туризму (особливо у сільській місцевості), сприяння розвитку сільського туризму та залученню інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази об'єктів туризму; підтримка соціального туризму, тобто пільгових туристичних, відпочинкових послуг для малозабезпечених груп населення тощо.

27 лютого 2020 року Харківською обласною радою затверджено Стратегію розвитку Харківської області на 2021-2027 роки. Стратегічною ціллю визначено «забезпечення високої якості життя населення на всьому просторі регіону». Для її досягнення визначено оперативну ціль 1.7 «Розвиток внутрішнього та в'їзного туризму». Для цього актуалізовано увагу на таких завданнях як розбудова туристичної інфраструктури, підтримка розвитку туристичних дестинацій, формування туристичного іміджу Харківщини.

У вирішенні проблем розвитку інклюзивного туризму в регіонах вагому роль відіграють регіональні

центри туризму. Флагманом цього процесу є ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» (ОКЗ «ХОМЦТ»), що сприяє розвитку інклюзивному туризму завдяки наступним напрямам [15]:

1. Поширення інформації щодо доступності туристичних об'єктів.

В рамках кампанії «Цифрове перетворення Харківської області» у співпраці з ОКЗ «ХОМЦТ», Харківською фундацією «Громадська альтернатива» та компанією Google Україна було проведено квест Харковом з метою аудиту суспільних об'єктів та закладів на предмет доступності для людей з обмеженими фізичними можливостями за допомогою інструменту Google Maps. Аудит об'єктів міста – перший та важливий крок до більших можливостей на інклюзивності міста. Результатом квесту є створення «Карта доступності», яку будь-яка людина зможе надалі доповнювати, даючи можливість людям з обмеженими фізичними можливостями відвідувати більшу кількість доступних місць.

2. Визначення доступності туристичних об'єктів з метою їх подальшого включення до маршрутів.

Орієнтуючись на досвід обслуговування ОКЗ «ХОМЦТ» туристів, тільки один з харківських музеїв повністю доступний і може приймати у себе групи, в складі яких є туристи, котрі пересуваються на візках. Це Національний меморіальний комплекс «Висота маршала І.С. Конєва» (Харківська область, Дергачівський район, смт Солоницівка). Активно розширюють межі своєї доступності Художній та Історичний музеї.

Посилаючись на офіційне інспектування громадською організацією інвалідів «Креавіта» суспільних об'єктів та закладів Харкова (зокрема, й туристичних об'єктів) на предмет доступності для людей з інвалідністю, було визнано доступними для відвідування наступні об'єкти: Комунальний заклад «Соціальний готель», Міжнародний аеропорт «Харків», Харківський національний академічний театр опери та балету ім. М. В. Лисенка, Харківська обласна філармонія (вул. Римарська 21), Кінотеатр «8 1/2», Бібліотека Національного юридичного університету ім. Ярослава Мудрого, «Premier Palace Hotel Kharkiv», Центральний парк культури та відпочинку. Експерти по доступності вивчали прилеглу територію установ, наявність місць для паркування, доступність поверхів, вхідних груп, наявність в будівлях санвузлів для людей з інвалідністю, інформаційну доступність і роботу персоналу. Наразі до цього переліку додано Харківську обласну філармонію та низку центрів з надання послуг.

В 2017 році ОКЗ «ХОМЦТ» взяв участь у розробці грантового проекту регіонального розвитку в межах програми Підтримки секторальної політики – Підтримка регіональної політики України. «Проект розвитку інклюзивного туризму» було спрямовано на створення та вихід на ринки ЄС національного туристичного продукту інклюзивних реабілітаційно-соціальних туристичних маршрутів для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення

у Харківській області. Серед основних заходів в проєкті передбачалось: створення 10 інклюзивних реабілітаційно-соціальних туристичних маршрутів для відвідування особами з інвалідністю та іншими маломобільними групами населення, створення доступності простору для людей з інвалідністю за рахунок адаптації туристичних об'єктів (9 музеїв та туристсько-інформаційний пункт) для можливості відвідування людей з обмеженими можливостями. У зв'язку з тим, що проєкт не отримав фінансування, його результатами стали попередньо розроблені маршрути (вище зазначені) та рекомендації до збірника інформаційно-методичних матеріалів «Туристичне обслуговування осіб з інвалідністю».

3. Участь в організації та проведенні щорічного фестивалю «ІнклюзіОН».

У партнерстві з Харківською обласною фундацією «Громадська альтернатива» проводиться фестиваль «ІнклюзіОН. Туризм та інклюзія». Організовано тренінг для волонтерів та забезпечено проведення інклюзивних заходів.

До Всесвітнього дня туризму, Дня туризму в Україні та фестивалю ІнклюзіОН», було організовано проведення екскурсій в музеях Харкова для інклюзивних груп, підготовлено аудіоекскурсію для незрячих відвідувачів Харківського художнього музею, його філіалу – Пархомівського художнього музею ім. П. Ф. Луньова та Національного літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди. Презентовано перший аудіогід у Харківському художньому музеї.

4. Проведення заходів для соціально незахищених верств населення.

Керуючись тим, що інклюзивний туризм актуальний не лише для людей з інвалідністю та людей з тимчасовими проблемами здоров'я, ОКЗ «ХОМЦТ» з метою залучення до активних подорожей осіб з невисоким рівнем доходів, в тому числі, соціально незахищених громадян (серед яких пенсіонери, діти з особливими потребами; діти, що позбавлені батьківського піклування, воїни АТО, вимушені переселенці, підопічні територіальних центрів соціального захисту) виступив з ініціативою розробки і проведення соціальних екскурсій для зазначених категорій. Започатковано проєкт «Відкрита долоня» для організації безкоштовних екскурсій. Адже в туризмі не повинно бути дискримінації, яка пов'язана не тільки зі станом здоров'я, але і з соціальним статусом людини, його віком, матеріальним достатком.

Підписано Меморандум про співпрацю між ОКЗ «ХОМЦТ» і Управлінням пробації. Туризм розглянуто як одну з форм роботи із соціальної інтеграції умовно засуджених, що передбачає залучення на туристичні та екскурсійні маршрути людей, чий життєвий обставини привели до порушення закону.

Розширено спектр пішохідних соціальних екскурсій, серед яких: «Золотий вінець Харкова»; «Королева доріг – Південна залізнична магістраль»; «Вулиця Римарська. На хвилях століть»; «Від фортеці до столиці»; «Вогні Новорічного міста»; «Харків козацький» та «Від Правди до Свободи».

5. Супутнє покращення інклюзивного поля.

До основних напрямів покращення інклюзивного поля можна віднести: кампанію «Цифрове перетворення Харківщини»; функціонування сайту «Харківський обласний туристсько-інформаційний центр» і акаунтів у соціальних мережах «Харківщина туристична»; робота обласної пересувної туристичної виставки Харківщина: туристичні відкриття»; встановлення інформаційних табличок з QR-кодами; проведення презентацій «Харківщина: туристичні відкриття» на базі Харківського обласного туристсько-інформаційного центру.

Висновки. Іклюзивний туризм може суттєво вплинути на туристичні напрямки з точки зору доходів, економічної активності та зайнятості у секторі за рахунок збільшення ринку (через збільшення кількості потенційних клієнтів з особливими потребами), поліпшення іміджу території та можливість виникнення ринкової сезонності. Тим не менш, цей вплив часто обмежується відсутністю реальних індивідуальної доступності для клієнтів з особливими потребами. Фактично, згідно з принципами самостійного життя, повного включення та повної участі (індивідуальність, самовизначення, повага, обґрунтований вибір, розширення можливостей, гнучкості) багато хто з цих клієнтів не можуть бути частиною туристичних груп, де потреби розглядаються стандартизованим способом. Зростає попит на доступність високоякісних індивідуальних послуг, адаптованих до конкретних потреб клієнтів.

Подолання проблем становлення та розвитку інклюзивного туризму полягає у необхідності консолідації зусиль всіх учасників туристичної сфери у створенні унікальних туристичних маршрутів для осіб з особливими потребами. Значна частина проблем пов'язана з доступністю туристичних дестинацій для осіб з особливими потребами та відсутність адаптованих туристичних продуктів, потребує вирішення низки завдань на рівні держави, регіональних органів місцевої влади, громадських організацій та постачальників послуг.

Список літератури

1. Белоусова Н.В. Характеристика основных направлений инклюзивной реабилитации та социального туризма в Украине. *Економічна і соціальна географія*. 2019. № 81. Р. 18-28.
2. Белоусова Н.В. Развитие инклюзивного реабилитационно-социального туризма в Украине. *Научные записки Сумского государственного педагогического университета имени А.С.Макаренка. Географические науки*. 2019. Вып. 10. С. 130-137.
3. Влащенко Н. М. Забезпечення розвитку соціального туризму в Україні. *БізнесІнформ*. 2019. № 3. С. 155-161.
4. Кравченко О. О., Коляда Н. М., Каштан С. М., Молоченко І. А. Громадські організації та спілки осіб з інвалідністю як суб'єкти надання соціальних та реабілітаційних послуг засобами інклюзивного туризму в громаді : монографія. Умань : Візаві, 2020. 202 с.
5. Ладонько Л. С., Переверзева А. В. Понятійно-термінологічні основи інклюзивного туризму як нового напрямку розвитку регіональної економіки. *Економіка та суспільство*. 2021. №28.
6. Матвійчук Л. Ю., Чепурда Л. Формування доступного середовища інклюзивного туризму. *Економічний форум*. 2020. № 2. С. 74-80.
7. Оболенцева Л. В. Розробка концепції стратегії розвитку соціального туризму в Україні: європейський досвід та національні реалії. *Проблеми економіки*. 2020. №4 (46). С 58-66.

8. Писаревський І.М., Давидов Є.О., Черкас Я.В. Імплементация засад інклюзивності у закладах розміщення та підприємствах тур індустрії URL: <https://cutt.ly/vNpZTXq>.
9. Феленчак Ю. Б. Підходи до визначення соціального туризму в контексті формування соціальної доктрини туризму. *Інноваційна економіка*. 2019. №3-4. С. 119-124.
10. Феномен туризму: розмаїття сенсів : монографія ; за ред.О. О.Красноручького, Н. І.Моїсєєвої. Харків: Видавництво «Стильнатиографія», 2019. 252 с.
11. Безугла Л.С., Куваєва Т. В., Герасименко Т. В. Проблеми та перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні та Європі. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL: <https://bit.ly/3N6dmb6>.
12. Барна Н.В., Коротєєва А.В. Інклюзивно-реабілітаційний туризм: посібник. Київ: Університет «Україна», 2020. 125 с.
13. Національна Стратегія із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. № 366-2021-р затверджена 14.04.2021. URL: <https://bit.ly/3f3gCra>.
14. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://bit.ly/3zhamTL>.
15. Туристичне обслуговування осіб з інвалідності: збірник інформаційно-методичних матеріалів / ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму». Харків, 2018. 28 с.
- ekonomiky [Terminology basis of inclusive tourism as a new direction of regional economy development]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society]. 2021. no 28.
6. Matviichuk L. Yu., Chepurda L. Formuvannya dostupnogo seregovyshcha inkluzivnogo turizmu [Formation of an accessible environment of inclusive tourism]. *Ekonomichnyi forum* [Economic and Environmental Forum] 2020. no 2. pp.74-80.
7. Obolentseva L. V. Rozrobka kontseptsii stratehii rozvytku sotsialnogo turizmu v Ukraini: yevropeyskyi dosvid ta natsionalni realii [Development of the concept of the strategy of development of social tourism in Ukraine: european experience and national realities]. *Problemy ekonomiky* [The Problems of Economy]. 2020. no 4 (46). pp 58-66.
8. Pysarevskyi I.M., Davydov Ye.O., Cherkas Ya.V. Implementatsiia zasad inkluzivnosti u zakladakh rozmishchennia ta pidpriemstvakh turindustrii [Implementation of the principles of inclusion in the establishments of accommodation and the enterprises of the tour industry]. URL: <https://cutt.ly/vNpZTXq>.
9. Felenchak Yu. B. Pidkhody do vyznachennia sotsialnogo turizmu v konteksti formuvannia sotsialnoi doktryny turizmu [Approaches to definition of social tourism in the context of formation of social doctrine of tourism]. *Innovatsiina ekonomika* [The innovative economy] 2019. no 3-4. pp. 119-124.
10. Fenomen turizmu: rozmaittia sensiv [Phenomenon of tourism: Variety of senses]: monohrafiia ; za red.O. O.Krasnorutskoho, N. I. Moisieievoi. Kharkiv: Vydavnytstvo «Stylnatypohrafiia», 2019. 252 p.
11. Bezuhla L.S., Kuvaieva T. V., Herasymenko T. V. Problemy ta perspektivy rozvytku inkluzivnogo turizmu v Ukraini ta Yevropi [Problems and prospects of the development of inclusive tourism in Ukraine and Europe]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society]. 2022. no. 43. URL: <https://bit.ly/3N6dmb6>.
12. Barna N.V., Korotieieva A.V. *Inkluzivno-reabilitatsiinyi turizm* [Inclusive -rehabilitation tourism]: posibnyk. Kyiv: Universytet «Ukraina», 2020. 125 p.
13. Natsionalna Stratehiia iz stvorennia bezbariernoho prostoru v Ukraini na period do 2030 roku [National Strategy on creation of a free space in Ukraine for the period till 2030]. no. 366-2021-r zatverdzhena 14.04.2021. URL: <https://bit.ly/3f3gCra>.
14. Pro turizm: Zakon Ukrainy [The Law of Ukraine "On Tourism"], 15 veresnia 1995 r. № 324/95-VR / Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <https://bit.ly/3zhamTL>.
15. *Turystychnе obsluhovuvannia osib z invalidnosti: zbirnyk informatsiino-metodychnykh materialiv* [Travel services for persons with disabilities: Collection of information and methodological materials] / OKZ «Kharkivskyi orhanizatsiino-metodychnyi tsentr turizmu». Kharkiv, 2018. 28 p.

Надійшла (received) 26.08.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Якименко-Терещенко Наталія Василівна (Yakymenko-Tereshchenko Natalia Vasilievna) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-2927-7989; e-mail: mtk_gd@ukr.net.

Холодок Валентина Дмитрівна (Kholodok Valentyna Dmytrivna) – кандидат наук з державного управління, Харківська державна академія культури, старший викладач кафедри туристичного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-5352-7362; e-mail: hvd_kult@ukr.net

Т.Ю. НАЗАРОВА, М. М. ШЕВЧЕНКО**МІСЦЕ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

У статті проаналізовано методологічні аспекти теорії та практики податкового менеджменту та мінімізації податкових ризиків відповідно до чинного законодавства в умовах воєнного стану. Зазначено, що вихід із сучасної економічної кризи в Україні передбачає насамперед впровадження заходів щодо підтримки, у тому числі дерегуляції роботи підприємств та зниження адміністративного тиску. Систематизовано сучасні проблеми мобілізації податків, ефективного податкового стимулювання розвитку підприємництва. Визначено головні сутнісно-типологічні проблеми державного податкового менеджменту, характерні для вітчизняної наукової думки. Обґрунтовано необхідність адаптації зарубіжного досвіду функціонування податкового менеджменту до вітчизняних соціально-економічних реалій і сформулювати пропозиції щодо модернізації управління оподаткуванням. Доведено, що важливим етапом державного податкового менеджменту є зміна традиційних підходів до управління оподаткуванням, що сформулювалися в умовах централізованої економіки. Внаслідок цього, виникає потреба оволодіти новими методами менеджменту для комплексного виконання фінансової та регулюючої функції податків. Визначено ключові особливості концепції податкової реформи, запропонованої офісом президента України, проаналізовано її складові, переваги та можливі наслідки. Розглянуто питання комплексного вирішення проблем державного податкового менеджменту через призму його функцій. Наведено прогнозний розрахунок впровадження податкової реформи. Зазначено, що в умовах війни український державний бюджет має колосальний дефіцит, який фінансується внутрішніми та зовнішніми запозиченнями, а також грантами від держав-друзів та партнерів, однак видатки, які пов'язані з армією, фінансуються лише власними силами. Обґрунтовано необхідність чіткого визначення усіх компенсаторів та шляхів, які дозволять мінімізувати можливі ризики перед впровадженням будь-яких податкових новацій. Зроблено висновок, що ефективність організації управління у державному податковому менеджменті є забезпечення формування налагодженого, взаємозв'язаного та взаємообумовленого податкового механізму, спроможного ефективно розв'язувати соціально-економічні проблеми воєнного та після воєнного стану.

Ключові слова: податки; державна податкова політика; механізми державного управління, соціально-економічний розвиток; податковий менеджмент; податковий потенціал

T. NAZAROVA, M. SHEVCHENKO**THE PLACE OF TAX MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF PUBLIC FINANCE MANAGEMENT UNDER THE CONDITIONS OF MARITAL STATE**

The article analyzes the methodological aspects of the theory and practice of tax management and minimization of tax risks in accordance with the current legislation under martial law. It is noted that the way out of the current economic crisis in Ukraine involves, first of all, the implementation of support measures, including deregulation of entrepreneurs and reduction of administrative pressure. The modern problems of tax mobilization, effective tax incentives for entrepreneurship development are systematized. The main essential and typological problems of state tax management, characteristic of the national scientific thought, are determined. The necessity of adaptation of foreign experience of functioning of tax management to domestic socio-economic realities is substantiated and proposals for modernization of tax management are formulated. It is proved that an important stage of state tax management is the change of traditional approaches to tax management, which were formulated in a centralized economy. As a result, there is a need to master new management methods for the integrated implementation of the fiscal and regulatory functions of taxes. The key features of the concept of tax reform proposed by the Office of the President of Ukraine are determined, its components, advantages and possible consequences are analyzed. The issues of complex solution of problems of state tax management through the prism of its functions are considered. The forecast calculation of the tax reform implementation is given. It is noted that in the conditions of war, the Ukrainian state budget has a huge deficit, which is financed by internal and external borrowings, as well as grants from friends and partners, but the expenditures related to the army are financed only by own resources. The need for a clear definition of all compensators and ways that will minimize possible risks before the introduction of any tax innovations is substantiated. It is concluded that the effectiveness of the organization of management in the state tax management is to ensure the formation of a well-established, interconnected and interdependent tax mechanism capable of effectively solving socio-economic problems of martial law and post-martial law.

Keywords: taxes; state tax policy; mechanisms of state administration, socio-economic development; tax management; tax potential

Вступ. Соціально-економічні перетворення, які останнім часом відбуваються в українському суспільстві, пов'язані, перш за все, з трансформацією перехідної системи управління, наближенням України до стандартів Європейського Союзу, що передбачає постановку принципово нових завдань щодо забезпечення оптимального функціонування та розвитку податкової системи та податкового менеджменту після воєнного стану. Оскільки відсутність ефективних регулюючих механізмів у період трансформації призводить до наростання хаотичних процесів, то пошук і впровадження нових моделей і технологій здійснення державної податкової політики, узагальнення та поширення досвіду державного регулювання в зарубіжних країнах зумовлюють об'єктивну необхідність методологічного переосмислення внутрішнього змісту і призначення

всіх елементів механізму регулювання у сфері оподаткування.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Проблема теоретичного та практичного обґрунтування напрямів державної податкової політики та податкового менеджменту розглядаються як вітчизняними, так і закордонними вченими: як Ф. Кене, У. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо, А. Вагнер, А. Пігу, Дж.М. Кейнс, А. Лаффер, Дж. Стігліц, В. Андрущенко, О. Василик, Вишневський, З. Варналій, І. Драган, В. Ємельянов, Ю. Іванов, П. Мельник, В. Опарін, О. Поколюда, А. Соколовська, Кравчук, А. Луцик, С. Паранчук, Л. Тарангул та ін.

Аналіз літературних джерел та наукових праць показав, що дискусійними залишаються теоретичні та практичне обґрунтування ідей державної податкової політики та державного податкового менеджменту у воєнний та після воєнний час.

Мета статті. Теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів державної податкової політики в Україні шляхом упровадження податкового менеджменту.

Постановка задачі. Вихід із сучасної економічної кризи в Україні передбачає насамперед впровадження заходів щодо підтримки, у тому числі дерегуляції роботи підприємств та зниження адміністративного тиску. Одним з найважливіших макроекономічних аспектів податкової системи, тобто прибуткової частини бюджету, є загальне податкове навантаження на економіку, тобто сума всіх зібраних податків стосовно ВВП, що відображається у частці надходжень до бюджету у відсотках до ВВП. Фіскальний відсоток ВВП в Україні, який становить понад 47%, є вищий порівняно з сусідніми країнами, і це становить перешкоду для росту національної економіки, розвитку бізнесу та залучення інвестицій. В даний період в умовах воєнного часу критично необхідно забезпечити стійкість економіки через її ефективне врядування, що допоможе перейти до етапу повоєнного відновлення та майбутньої інтеграції в Європейський Союз. Державний податковий менеджмент спрямований на вдосконалення податкової системи, і загалом податкової політики, формування податкових доходів в обсягах, необхідних для виробництва суспільних благ, пошук організаційно-економічних механізмів для мінімізації розбіжностей в податкових відносинах, що виникають як на рівні держави, регіонів, так і на рівні суб'єктів оподаткування. [3]

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток податкового менеджменту вказує на велику кількість недоліків, що мають місце в податковій системі. Ці проблеми свідчать про недосконалість та неефективність чинної системи, про те, що вона не сприяє економічному зростанню країни. В Україні необхідно формувати державну податкову політику, спрямовану на побудову стабільної та зрозумілої системи оподаткування, зменшення податкового тягаря і забезпечення збалансованості інтересів держави та суб'єктів господарювання. Реальна ситуація щодо впливу державної податкової політики на розвиток економіки свідчить, що існуюча в Україні податкова система не просто не стимулює модернізацію економіки і інноваційну діяльність компаній, а стає бар'єром для сумлінних платників податків.

Проведення державної податкової політики неможливо без високоефективної роботи всього державноуправлінського механізму у сфері оподаткування, який на даному етапі розвитку України потребує значного вдосконалення. Наразі моделі податкової системи України свідчать про необхідність її подальшого реформування та вдосконалення, запропоновано проект нової податкової реформи. Визначені головні напрямки реформи все по 10-10-10. Концепція запропонованої податкової реформи офісом президента України: податок на прибуток — 10%; податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) — 10% (зараз 18%); податок на додану вартість (ПДВ) — до 10%

(зараз 20%); скасування єдиного соціального внеску (ЄСВ); підвищення воєнного збору до 3%.

Концепція реформи ґрунтується на:

- Скороченні оподаткування праці, базового споживання та інвестицій;

- Збільшенні оподаткування забруднення навколишнього середовища, видобутку корисних копалин, споживання цигарок, алкоголю та нафтопродуктів;

- Мінімізації дискреції (права податкових органів трактувати законодавство на свою користь), у тому числі завдяки заміні податку на прибуток на виведений капітал;

- Імплементції інструментів для переходу на "безготівкову" економіку

Запропонована реформа надає такі переваги:

- Зниження ПДВ вбиває основне джерело корупції в податковій, а зниження податку на працю зацікавить і працівників, і роботодавців мати «білу» зарплату. А сумарний ефект від зниження податкового навантаження перекидає негатив від відміни відшкодування.

- Реформа не суперечить глобальному руху боротьби з офшорами. Згідно з 112 Євродирективою протягом перехідного періоду можуть бути відступи щодо кількості та рівня ставок податків. Навіть при такій реформі ми будемо далеко не офшором і податкове навантаження залишатиметься середнім.

- ЄСВ повністю не скасовується; він залишається для ФОП-ів, які мають єдиний податок; збереження ФОП 1-3 груп в незмінному форматі.

Що надасть реформа?

За прогнозом, після запуску реформи в українській економіці відбудеться мобілізація численних компенсаторів, що дозволить суттєво зменшити фіскальний розрив між поточною системою оподаткування та запропонованими змінами. За умови запуску реформи відбудеться критичне покращення податкового клімату в країні, що сприятиме активізації ділової активності, збільшенню капітальних інвестицій та у стратегічній перспективі –

значне збільшення податкових надходжень із можливістю досягнення профіциту бюджету. Треба наголосити, що про рестарт самої податкової системи можна буде говорити лише після завершення війни, нині скоріше підготовчий етап, який, варто відзначити, вельми критично сприймає низка експертів, а також міністр фінансів, Національний банк України та ін.

Також потрібно виділити недоліки які суперечать перевагам стратегії: зниження ПДВ призведе до суттєвого втрачання доходів державного бюджету; окремо слід відзначити, що «скасування відшкодування ПДВ для експортерів сировини— виштовхуватиме ці ринки в тінь, та зменшуватиме закупівельні ціни експортерів (наприклад агротрейдери, яким зараз затримують відшкодування ПДВ, уже схильні купувати зерно у виробників за "чорну" готівку, щоб уникнути сплати ПДВ)». Крім того, загальне запровадження додаткового імпортного збору загрожує зростанням обсягів контрабанди, збільшенням "тінізації" економіки. Це також не

сприятиме зростанню конкурентоздатності вітчизняних виробників.

Як будуть відбуватись податкові надходження?

Щодо 112 Євродирективи – так, дійсно сказано що мінімальна стандартна ставка ПДВ становить 15% та допускаються зміни стосовно числа й рівня ставок тільки протягом перехідного періоду. Але сама директива у пунктах 33 та 34 наголошує, що імовірно, що таке зниження зменшить стимули для відповідних суб'єктів підприємницької діяльності розпочинати роботу або залишатися на чорному ринку. Водночас, подібне зниження ставки ПДВ може поставити під загрозу безперебійну роботу внутрішнього ринку та податкову нейтральність.

Автори не адресують паралельне існування двох систем непрямих податків — ПДВ та «широкої» спрощенки, згадують лише про відміну 4-ї групи для великих аграріїв».

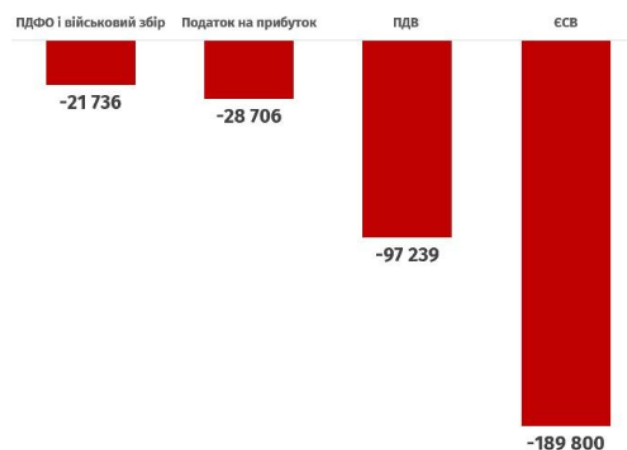
Інфляція через емісію – видатки на оборону зросли в рази, а податкові надходження впали. У бюджеті утворився велетенський дефіцит, який довелося покривати шляхом емісії гривні. В свою чергу значна грошова емісія загрожує гіперінфляцією, тому уряд активно просуває ідеї підвищення податків. Зокрема – повернення скасованих раніше акцизів на пальне чи запровадження податку на купівлю валюти імпортерами

Дефіцит бюджетів – немає пояснень, як передбачається компенсувати значний додатковий дефіцит місцевих бюджетів, викликаний зменшенням ПДФО та податку на прибуток.

Ризики ініціативи: Попри гарні гасла та добрі наміри знизити рівень оподаткування в Україні, щоб зменшити привабливість уникати за допомогою непрозорих схем сплати податків, в умовах війни дуже ризиковано вчиняти дії, які направлені на зниження податкових надходжень та збільшення дефіциту державного бюджету. Особливо без конкретних компенсаторів та прозорих розрахунків. Про це наголошують представники як законодавчої, так і виконавчої влади (рис 1).

Скільки втратив державний бюджет від реформи "все по 10", якби він запрацював з 2022 року?

млн грн



Дані: НБУ, розрахунки ЕП

Рисунок 1 – Втрати державного бюджету від реформи

Альтернативна пропозиція. Розмови про необхідність податкової реформи в Україні були ще до початку руйнівної війни. Обговорювалися навіть декілька ініціатив, які також передбачали достатньо помітне зниження оподаткування.

Перший варіант полягав у тому, щоб не змінювати ЄСВ, залишивши його на рівні 22 відсотків, а ПДФО зробити 10 відсотків. Другий варіант: об'єднати три податки: ПДФО, військовий збір і ЄСВ – в єдиний податок і встановити його на рівні 25 відсотків (станом на зараз це 41,5 відсотка) (рис2, таблиця 1)

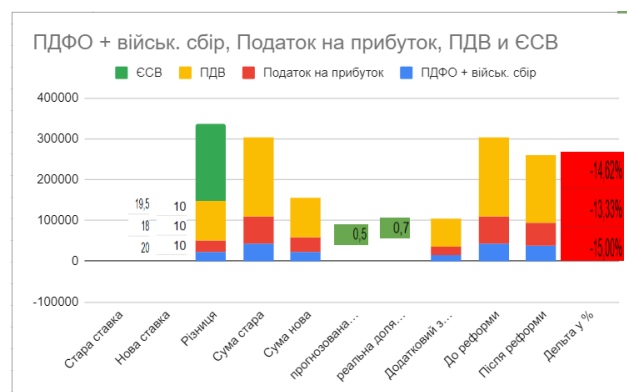


Рисунок 2 – Співставлення впровадження податкової реформи

Також потрібно пам'ятати, що є і інші заходи, що можуть сприяти покращенню платіжного балансу, оздоровленню економіки та збільшенню надходжень від сплати податків. Наприклад, для пожевлення економічних процесів необхідне скасування фіксованого валютного курсу і відновлення повноцінного функціонування міжбанківського валютного ринку для визначення справедливого обмінного курсу гривні до іноземних валют.

В умовах війни український державний бюджет має колосальний дефіцит, який фінансується внутрішніми та зовнішніми запозиченнями, а також грантами від держав-друзів та партнерів, однак видатки, які пов'язані з армією, ми фінансуємо лише власними силами. Саме тому перед будь-якими податковими новачками варто чітко прописати усі компенсатори та шляхи, які дозволять мінімізувати можливі ризики.

Формування та реалізація стратегічних напрямів розвитку механізмів державної податкової політики неможливо без чіткого визначення критеріїв та кількісних показників, що характеризують стан проведеної державної податкової політики, оскільки ефективність політики в сфері оподаткування має свій прояв через певну оцінку. Дана необхідність обумовлена потребою держави у відстеженні рішень в області управління оподаткуванням, що проводяться, оцінки їх ефективності, виявлення перспективних стратегічних і тактичних пріоритетів при подальшому розвитку.

Таблиця 1 - Прогнозний розрахунок впровадження реформи

	Стара ставка оподаткування %	Нова ставка оподаткування %	Різниця податкових надходжень млн.грн	Сума податкових надходжень до реформи млн.грн	Сума податкових надходжень після реформи млн.грн	Прогнозована доля виводу економіки з тіні %	Реальна доля виводу економіки з тіні %	Додатковий збір податків після виходу підприємств з тіні млн.грн	До податкової реформи податкові надходження млн.грн	Після податкової реформи податкові надходження млн.грн	Дельта у %
ПДФО + військ. збір	19,5	10	21736	44616	22880	0,5	0,7	15215,2	44616	38095,20	-14,62
Податок на прибуток	18	10	28706	64588,50	35882,5	0,5	0,7	20094,20	64588,5	55976,7	-13,33
ПДВ	20	10	97239	194478	97239	0,5	0,7	68067,30	194478	165306,3	-15,0
ЄСВ	22		189800								
Натомість пропозиція включає введення податку на виведення за кордон капітал — 10-15%.											

Висновки. В підсумку необхідно зазначити, існує величезна кількість моделей і типів організації державної податкової політики, які залежать від багатьох факторів: політичного режиму, домінуючої в країні ідеї організації влади і управління на місцях, державного та адміністративно-територіального устрою держави, національних традицій. Це дає підставу стверджувати, що пряме копіювання іноземного досвіду та моделей державної податкової політики на наші реалії неможливо, тому потребує адаптації, формулювання чітких і конкретних планів розвитку кожної складової сфери оподаткування.

Досвід зарубіжних країн переконливо свідчить про те, що одна і та ж податкова система (і одні і ті ж зміни в ній) у країнах, що розвиваються і в розвинених країнах з ринковою економікою може по-різному впливати через відповідні механізми на економічну динаміку, оскільки в першому випадку характер розподілу ресурсів може деформуватися в силу існування багатьох інших факторів. Політичне завдання щодо забезпечення подальшої гармонізації оподаткування в межах ЄС залишалися для країн, що приєдналися, актуальними і після їх вступу в ЄС, що має бути враховано у ході реформ на шляху отримання Україною членства в ЄС.

Податкові проблеми, які загострилися, існуюче інституційне середовище, ослаблення взаємозв'язків державної податкової політики та розвитку областей, безперервні ухилення від оподаткування обумовлюють зміни бюрократичної парадигми в сфері податкової політики.

Список літератури:

1. Опарін В. М. *Фінанси (Загальна теорія)* : навч. посіб / В. М. Опарін – Київ : КНЕУ, 2002. – 240 с.
2. Бланк І. А. *Фінансовий менеджмент: учебный курс* / І. А. Бланк. – Київ.: Ника – Центр, 2001. – 528 с.
3. Дубовик О. Ю. *Податковий менеджмент у схемах і таблицях: навч. посіб.* – Харків: Видавництво «ПромАрт», 2018. – 248 с.
4. Hanappi, T. (2018), “Corporate Effective Tax Rates: Model Description and Results from 36 OECD and Non-OECD Countries”, OECD Taxation Working Papers, No. 38, OECD Publishing, Paris.
5. González Cabral, A., S. Appelt and T. Hanappi (2021), “Corporate effective tax rates for R&D: The case of expenditure-based R&D tax incentives”, OECD Taxation Working Papers, No. No. 54.
6. Dressler, L., T. Hanappi and K. van Dender (2018), “Unintended technology-bias in corporate income taxation: The case of electricity generation in the low-carbon transition”, OECD Taxation Working Papers, No. 37.

References (transliterated):

1. Oparin V. M. *Finansy` [Finances] (Zagal`na teoriya)* : navch. posib / V. M. Oparin – Kiev : KNEU, 2002. – 240p.
2. Blank Y. A. *Fynansovyy menedzhment [Financial management]: uchebnyy kurs* / Y. A. Blank. – Kiev.: Nyka – Centr, 2001. – 528 p.
3. Dubovik O. Yu. *Tax management in schemes and tables [Tax management in charts and tables]: training. manual* - Kharkiv: PromArt Publishing House, 2018. - 248 p.
4. Hanappi, T. (2018), “Corporate Effective Tax Rates: Model Description and Results from 36 OECD and Non-OECD Countries”, OECD Taxation Working Papers, No. 38, OECD Publishing, Paris.
5. González Cabral, A., S. Appelt and T. Hanappi (2021), “Corporate effective tax rates for R&D: The case of expenditure-based R&D tax incentives”, OECD Taxation Working Papers, No. No. 54.
6. Dressler, L., T. Hanappi and K. van Dender (2018), “Unintended technology-bias in corporate income taxation: The case of electricity generation in the low-carbon transition”, OECD Taxation Working Papers, No. 37.

Надійшла (received) 30.08.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Назарова Тетяна Юрївна (Nazarova Tetjana Jurii'vna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку та фінансів, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5734-876X>; e-mail: Tetiana.Nazarova@khp.edu.ua

Шевченко Марина Миколаївна (Maryna Shevchenko) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку та фінансів, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2165-9907>; e-mail: maryna.shevchenko@i.ua

*I. А. ЮР'ЄВА***ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО АПАРАТУ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН**

Одним з найважливіших напрямків забезпечення соціальної спрямованості ринкової економіки є раціонально побудована організація праці на всіх рівнях управління. Участь України у світовому ринку праці передбачає організацію соціально-трудова відносин відповідно до міжнародних норм, інтеграцію національної системи відносин між працею і капіталом у систему, визнану світовим співтовариством. Це обумовлює необхідність дослідження проблем, пов'язаних із приведенням національного законодавства у відповідність до міжнародних трудових норм, вивчення та узагальнення вітчизняного і закордонного досвіду регулювання соціально-трудова відносин, опанування «технології» оцінювання їх стану та розроблення пропозицій щодо вдосконалення з урахуванням світових надбань у цій галузі. Організована на науковій основі праця є провідним чинником росту її продуктивності – основи забезпечення конкурентноздатності господарюючих суб'єктів ринкової економіки. Організація праці означає приведення трудової діяльності людей у певну систему, яка характеризується сукупністю елементів та їх стійкими взаємозв'язками, змістом функціонування цих елементів, напрямками та динамікою їх розвитку. У межах підприємства першорядне значення для організації праці здобувають питання правильного розміщення працівників у виробництві на основі раціонального поділу праці й сполучення професій, спеціалізації і розширення зон обслуговування. Оптимізація управлінського апарату в системі соціально-трудова відносин в першу чергу вимагає зміни структури апарату стосовно рішення пріоритетних завдань антикризового управління, а саме застосування функціонального, ієрархічного, технологічного перерозподілу робіт і людей; про друге – призначення менеджерів відповідно до їхніх антикризових функцій (на основі посадової, професійної, кваліфікаційної і особистісної відповідності характеру та змісту антикризових функцій); по третє – удосконалення вертикальних і горизонтальних внутріапаратних і внутріфірмових комунікацій у ракурсі антикризових завдань, де головною метою є прискорення руху інформації, скорочення процедур прийняття рішень і забезпечення швидкого та неухильного виконання команд. Формування антикризових стратегічних планів належить до найбільш відповідальних і вагомих питань, оскільки саме обґрунтований вибір антикризових заходів забезпечує висновок підприємства зі стану кризи з найменшими втратами в найкоротший термін. Антикризова програма являє собою систему заходів, спрямованих на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки й реалізації на підприємстві спеціальної програми, яка має стратегічний характер, дозволяє відсторонити тимчасові труднощі, зберегти й використовувати ринкові позиції підприємства, опираючись на свої сильні сторони з використанням власних ресурсів. Відтак існує нагальна потреба теоретичного опрацювання методів, прийомів, принципів оптимізації інтересів сторін соціально-трудова відносин за кризових економічних умов.

Ключові слова: соціально-трудова відносини; криза; оптимізація; праця; керівник; соціальна відповідальність; виживання; трудовий потенціал; антикризова програма; система; управління; ефективність; підприємство; виробництво; організація; працівник; професія; бізнес; планування; фінанси; класифікація; сфера; персонал; проблема; відповідальність; апарат; управлінські рішення; моніторинг; заходи; ресурси; матеріальні ресурси; ринок; елемент

*I. А. YURYEVA***OPTIMISATION OF THE MANAGEMENT APPARATUS IN THE SYSTEM OF SOCIAL AND LABOUR RELATIONS**

One of the most important ways of ensuring the social orientation of a market economy is the rational organisation of work at all levels of government. Ukraine's participation in the global labour market provides for the organisation of social and labour relations according to international norms and the integration of the national system of labour-capital relations into the system recognised by the global community. This makes it necessary to study the problems associated with bringing national legislation into conformity with international labour standards, to study and summarise domestic and foreign experience in regulating social and labour relations, to master the "technology" of assessing their condition and developing proposals for improvement in the light of global achievements in this field. Labour that is organized on the scientific basis is a guiding factor of its productivity growth - the basis for providing competitiveness of economic entities of the market economy. Labour organisation means bringing people's labour activity into a certain system, which is characterised by a set of elements and their stable interrelations, the content of functioning of these elements, directions and dynamics of their development. Within an enterprise, of paramount importance for labour organisation is the issue of correct placement of workers in production on the basis of rational division of labour and connection of professions, specialisation and expansion of service areas. Optimisation of the management apparatus in the system of social and labour relations firstly requires changes in the structure of the apparatus in relation to the solution of priority tasks of crisis management, namely the application of functional, hierarchical and technological redistribution of work and people; secondly, the appointment of managers according to their crisis functions (based on job, professional, qualification and personality matching of the nature and content of crisis functions); thirdly, the improvement of the vertical and horizontal structure of the apparatus; and The formation of anti-crisis strategic plans belongs to the most responsible and weighty issues, since it is a reasonable choice of anti-crisis measures that ensures the exit of the enterprise from the state of crisis with the least losses in the shortest possible time. Anti-crisis program is a system of measures aimed at prevention or elimination of unfavourable phenomena for business, using all potential of modern management, development and implementation of special program which has strategic character, allows to remove temporary difficulties, preserve and use market position of enterprise, building on its strengths using own resources. There is then an urgent need for a theoretical treatment of the methods, techniques and principles for optimising the interests of the parties to social and labour relations under crisis economic conditions.

Keywords: social and labour relations; crisis; optimisation; work; manager; social responsibility; survival; labour potential; anti-crisis programme; system; management; efficiency; enterprise; production; organisation; employee; profession; business; planning; finance; classification; sphere; personnel; problem; responsibility; machine; management decisions; monitoring; measures; resources; material resources; market; element

Вступ. В соціально-трудова сфері під впливом зміни базисних економічних відносин відбуваються найсуттєвіші перетворення, які мають бути прогнозованими за наслідками, пов'язаними з кризовими явищами у суспільстві. За цих умов стає очевидною потреба опрацювання нових підходів до моніторингу соціально-трудова відносин, системного їх аналізу та пошуку нових методів регулювання та оптимізації у кризові часи. В умовах підвищеної

агресивності зовнішнього середовища і нестійкості економічного балансу організації різко зростає необхідність у зімкненні та внутрішній організованості управлінського апарату. Необхідно провести роботи з удосконалення управлінського апарату, що в свою чергу припускає здійснення необхідних та обґрунтованих організаційних заходів, обґрунтувати теоретичні питання та методичні аспекти визначення змісту антикризових оптимізаційних заходів програми

оптимізації в цілому та окремо управлінського апарату, тобто чітко виробити стратегію оптимального переліку антикризових заходів та послідовності їх реалізації

Постановка завдання. Проаналізувати оперативні заходи, щодо можливості організаційних змін удосконалення управлінського апарата. Дослідити міжнародний досвід регулювання соціально-трудових відносин в умовах кризового стану.

Аналіз стану питання. Сучасне розуміння питання оптимізації управлінського апарату в системі соціально-трудових відносин кризового підприємства розглянуті закордонними та вітчизняними дослідниками, зокрема це видатні вчені: Ф. Тейлор, К. Девіс, С. Задек, Е. Карнегі, Г. Ленсен, А. Файоль, О. Шелдон, В. Василенко, Г. Башнянін, М. Бутко, В. Воробей, С. Ілляшенко, Т. Іванова, Ф. Котлер, А. Колот, О. Охріменко, М. Стародубська, С. Мочерний та низка інших.

Аналіз основних досягнень і літератури. Питання теми дослідження досить широко дослідженні вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких, досить глибоко визначені основний теоретичний апарат поняття виживання системи антикризового управління підприємства, із урахуванням елементів соціальної відповідальності, антикризової діяльності управлінських працівників, перетворюючи подолання кризи в процес виробування дійсно стійкого працездатного колективу. Це вимагає специфічних функцій, форм і методів роботи управлінського апарата і генерального менеджера, удосконалювання технології їх взаємодії.

Існуючі методи розв'язання задачі. Методологічною основою дослідженню фінансово-економічних засад виживання кризового підприємства в системі соціальної відповідальності є загальнонауковий, об'єднальний, синергетичний підхід, системний підхід, діалектичний метод пізнання дійсності процесу управління персоналу у кризових умовах з використанням економічних, адміністративних і соціально-психологічних методів..

Мета роботи. Головною метою є дослідження теоретичних основ соціально-трудових засад управління персоналом кризового підприємства в системі оптимізації організаційних змін, їх вплив на конкурентоспроможність підприємства, систему соціальної відповідальності антикризового управління персоналом.

Постановка задачі. Дослідити основні поняття: управління в системі соціально-трудових відносин із урахуванням закордонного досвіду. Розкрити особливості організації праці та структури управління апарату управління при кризовому стані.

Результати дослідження. Проектована структура апарату управління повинна забезпечити фірмі, що перебуває в стані організаційного стресу, оптимальне здійснення функцій планування, організації (розподілу досить обмежених ресурсів), координації (узгодження і взаємоув'язки дій підрозділів і окремих працівників), мотивації (спонукання виконавців до конкретних дій в умовах нестабільності), контролю (моніторингу

кризової динаміки). Основними вимогами до такої структури є наступні:

- мобілізуюча спрямованість працівників управлінського апарата на рішення антикризових завдань на основі чіткого розподілу функцій;

- адаптивність структури до стану, що змінюється, організації, її внутрішнього і зовнішнього середовища в ракурсі загальної антикризової стратегії.

При розгляді структури апарату управління менеджерів розподіляють за трьома рівнями ієрархії: менеджери вищого рівня (керівники, відповідальні за функціонування комплексів); менеджери середнього рівня (начальники відділів, цехів і т.і.); менеджери низового рівня (це ті, хто безпосередньо керує робочими та іншими виконавцями). Відповідно до такого ранжирування проводиться реорганізація управлінського апарата. При цьому для кризових організацій, поряд із загальними принципами кадрової політики (науковість, конкретно-історичний підхід, законність, наступність, рівні можливості, баланс інтересів керівників і підлеглих, демократизм, змінюваність, етичність), показаний ряд специфічних принципів оптимізації управлінського персоналу: повага до особистості, мінімізація збитку скороченням працівникам, заохочення поступливості, виключення розбіжностей, заохочення горизонтальних зв'язків, опора на професійне ядро, командну єдність і ін. На етапі відносної стабілізації макроекономічних процесів у виробничі та особливо кризових фірмах висувається на перший план активізація аналітичної діяльності економічних служб. Зростання ролі планово-економічних служб відповідним чином формує зміна вимог до управлінського персоналу, що в умовах кризовості організацій носить більше гострі форми. У кризовому стані в організації загострюються проблеми формування організаційно стійких формальних груп управлінських працівників. У рішенні завдання підбора оптимальних складів таких колективів, поряд із професійними якостями, доцільно враховувати питання психологічної сумісності людей у групах. Причому для груп управлінських працівників (відділи, сектори, комплекси і т.і.) ці питання особливо актуальні в умовах організаційного стресу, коли саме вони покликані не тільки швидко приймати ефективні рішення в нестандартних ситуаціях, але й стабілізувати відносини в колективах безпосередніх виконавців, серед окремих робітників[1].

Складність завдання формування стійких (психічно, творчо, організаційно) управлінських колективів робить недостатнім опору лише на систему із чотирьох архетипів керуючих (холерики, сангвініки, флегматики і меланхоліки). Становить методичний інтерес оцінка здібностей до спілкування і психологічної сумісності управлінських працівників за рекомендаціями такої порівняно нової науки, як соціоніка. На основі рекомендацій соціоніки можна проводити психічне тестування працівників, виявляти фактори їхнього взаємного притягання або відштовхування та у такий спосіб формувати групи

працівників, стійких від кризових дестабілізуючих факторів (мова йде про використання передбачуваних систем тестування управлінських працівників для з'ясування їх соціонічного типу на предмет комплектування з них відділів, служб і т.і.). Методи соціоніки можуть виявитися найбільш корисними при формуванні внутрішньо збалансованих, організаційно стійких управлінських підрозділів (комплексів), у яких завдяки взаємопритягненню і взаємодоповненню працівників створюються ідеальні мікроколективи, що забезпечують їхнім членам найбільш сприятливі умови для розкриття творчого потенціалу та ефективної управлінської діяльності. Сформовані в процесі реорганізації кадрового складу управлінського апарата такі соціонічні команди можуть виступати як своєрідні острови стабільності та організаційного росту кризової організації. Оскільки в умовах організаційного стресу управлінські працівники найбільш податливі до всяких переміщень і перестановок (через високу невизначеність середовища), те вищому керівництву надзвичайно важливо використовувати цей стан для радикальної реорганізації управлінського апарата. Такі оптимізаційні перетворення управлінського апарата можуть не тільки принести оперативний антикризовий результат, але й забезпечити ефективне управління в посткризовий період. У складі управлінського персоналу виникають, існують і розпадаються неформальні групи. Як правило, у таких групах є свої лідери. На відміну від неформальних груп робітників, такого типу самостійні організації керівників звичайно формуються за принципом загальних інтелектуальних інтересів (захоплення, хобі та т.п.) і настроєні конструктивно відносно вищого керівництва організації. Наявність таких груп не створює гострих проблем для керівництва. Однак варто враховувати, що в кризових ситуаціях при здійсненні непопулярних заходів керівництво організації може зітхнути з корпоративним опором таких груп. Тому, із захоплення груп управлінських працівників (спорт, туризм, риболовля, полювання і т.і.), керівництву фірми в той же час бажано перешкоджати переходу таких організованих неформальних відносин у виробничу сферу. При цьому особливу роботу варто проводити з лідерами неформальних груп, навантажуючи їх формальними організаторськими функціями, обов'язками, дорученнями і т.і. у руслі виробничих завдань. Що стосується призначення неформальних лідерів на конкретні керівні посади (підвищення за посадою), те, як показує практика, це рідко приносить відчутні виробничі досягнення (крім, мабуть, того, що ці лідери через зайнятість менше заважають вищому керівництву). Більше кращими в цьому питанні представляються горизонтальні переміщення неформальних лідерів, напрямок їх у незнайомі колективи або звільнення. Наприклад, система соціально-трудових відносин Німеччини, є найзбалансованішою з погляду узгодження інтересів роботодавців та найманих працівників і оцінюється як найпрогресивніша у світовій практиці (за висновками фахівців Міжнародної організації праці) [2].

Німецька система соціально-трудових відносин - це основа формування європейської (континентальної) моделі відносин у сфері праці, характерними рисами якої є: високий рівень правової захищеності працівників; жорсткі норми трудового законодавства, орієнтовані на збереження робочих місць; розгалужена нормативно-правова база, що регулює індивідуальні та колективні відносини між провідними соціальними силами; широке використання норм галузевих (регіонально-галузевих) тарифних угод; відносно високий рівень соціальних стандартів, що діють на національному, галузевому (регіонально-галузевому) рівнях; незначний (порівняно з іншими моделями) рівень диференціації доходів у цілому та заробітної плати зокрема; широке застосування різноманітних форм розвитку виробничої демократії [3].

Найхарактернішою особливістю досвіду Німеччини є розгалужена законодавча регламентація соціально-трудових відносин, яка відіграє стабілізуючу роль у процесі узгодження інтересів сторін та суб'єктів соціального діалогу. Законодавством країни зафіксована тарифна автономія, тобто право суб'єктів ринку праці незалежно від держави визначати умови праці та формувати змістові характеристики відносин у соціально-трудовій сфері.

Для України особливо цінним є досвід Німеччини в регулюванні соціально-трудових відносин на основі застосування тарифних угод, зважаючи на низьку дієвість угод, що застосовуються у вітчизняній практиці [4].

Тарифні угоди, що застосовуються в практиці державного устрою Німеччини, залежно від сфери їхньої дії поділяються на три групи: двостороннього; спеціального; просторового характеру [5].

Двосторонні тарифні угоди поширюються лише на дві сторони, які вели колективні переговори й уклали угоду. Сторонами такої угоди є представницька організація роботодавця і профспілка. Тарифна угода спеціального характеру охоплює рівень окремої галузі економіки або певний сектор економіки. Тарифна угода просторового характеру поширюється на рівень окремого регіону стосовно підприємств певного сектора економіки. Важливою складовою соціального ринкового господарства Німеччини є демократичні засади управління підприємствами, інституалізація компромісу між працею і капіталом на всіх рівнях ієрархічної структури суспільства. Залежно від того, на якому рівні здійснюється участь в управлінні, розрізняють такі його різновиди та ступені співпраці: рівень окремого робочого місця або робочої групи. Рішення на цьому рівні стосуються, як правило, організаційно-технічних умов діяльності, співробітництва з колегами та безпосередніми керівниками, умов зайнятості, кадрових питань, як наприклад прийняття чи звільнення з роботи; рівень підприємства, що має статус юридичної особи. На цьому рівні має місце співпраця щодо вирішення стратегічних питань розвитку підприємства, у тому числі формулювання мети та завдань підприємницької діяльності, інвестиційної політики, організаційної структури управління, політики розподілу доходів

тощо; рівень соціально-трудових відносин на підприємстві, яке є структурною одиницею компанії. Співучасть, що розглядається, охоплює питання щодо робочого часу, відпусток, оплати праці, соціального забезпечення працівників; рівень взаємодії підприємства та профспілок. Цей рівень передбачає участь представницьких органів найманих працівників і підприємців у розв'язанні соціально-трудових проблем міжгалузевого та галузевого характеру [6].

Участь трудящих в управлінні підприємствами має різноманітні форми прояву. Однією з провідних форм участі працівників в управлінні є рада підприємства. Цей представницький орган найманих працівників обирається прямим і таємним голосуванням, а його чисельність залежить від кількості працівників підприємства, які мають право голосу.

Висновки. Оптимізація управлінського апарату в системі соціально-трудових відносин в першу чергу вимагає зміни структури апарату стосовно рішення пріоритетних завдань антикризового управління, а саме застосування функціонального, ієрархічного, технологічного перерозподілу робіт і людей; про друге - призначення менеджерів відповідно до їхніх антикризових функцій (на основі посадової, професійної, кваліфікаційної і особистісної відповідності характеру та змісту антикризових функцій); по третє - удосконалення вертикальних і горизонтальних внутріапаратних і внутріфірмових комунікацій у ракурсі антикризових завдань, де головною метою є прискорення руху інформації, скорочення процедур прийняття рішень і забезпечення швидкого та неухильного виконання команд.

Таким чином, антикризовий організаційний алгоритм оптимізаційних заходів являє собою систему кроків, спрямованих на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, яка має стратегічний характер, дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і використати ринкові позиції підприємства, спираючись на свої сильні сторони з використанням власних ресурсів. Необхідно обґрунтовувати теоретичні питання та методичні аспекти визначення змісту антикризових оптимізаційних заходів програми оптимізації, тобто оптимального переліку антикризових заходів.

Список літератури

1. Юр'єва І.А., Основні підходи до соціальної відповідальності: Збірник наукових праць «Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2014.– 64 (1106) – с.110-115
2. І.А. Юр'єва, Н.М.Побережна Підходи до впровадження системи соціальної відповідальності в організації. Дослідження та оптимізація економічних процесів: кол.монографія за ред...О.В. Манойленко.- Х.: «Щедра садиба плюс», 2014 р. – 517 с.
3. Юр'єва І.А., Бегунов А.І., Голєнішева Т.Ю. Аналіз соціально відповідальної поведінки та трудових відносин на підприємстві/ Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (Економічні науки)– Х.: НТУ «ХПІ», 2017. – № 29 (1200). – С. 9–13 – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN . 2079-0767
4. І. А. Юр'єва, В.А.Вакулук, М.О.Пархоменко Бізнес-Етика трудових відносин на підприємстві як напрямок психології управління // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Економічні науки – Х.: НТУ «ХПІ», 2017. – № 46 (1267). – С.9–14 – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN . 2519-4461
5. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч.-метод. посіб. Харків, 2017. 189 с.
6. Портна О.В., Єршова Н.Ю.,Юр'єва І.А.Антикризове управління підприємством: Навчальний посібник: - Львів, Видавництво «Магнолія 2006», 2019 – 283 с.

References (transliterated)

1. Yur'yeva I.A. Osnovni pidhody do social'noyi vidpovidal'nosti [The main approaches to social responsibility] *Visnyk NTU «XPI». Seriya: Ekonomichni nauky* [Bulletin of NTU "KhPI". Series: Economic Sciences] – Kharkiv: NTU «XPI», 2014. – no . – 2014.– 64 (1106). – pp.110.- 115
2. I.A. Yur'yeva, N.M.Poberezhna *Pidhody do vprovadzhennya sy'stemy' social'noyi vidpovidal'nosti v organizatsiyi*. [Approaches to implementing social responsibility system at an enterprise. Research and optimisation of economic processes] *Doslidzhennya ta opyt' mizatsiya ekonomichny'x procesiv: kol.monografiya za red...O.V. Manojlenko.* - Kharkiv: «Shhedra sady'ba plyus», 2014 – 517- pp. 412-431
3. I. A. Yur'yeva. Byegunov A.I., Golyenishheva T.Yu Analiz social'no vidpovidal'noyi povedinky' ta trudovy'x vidnosyn na pidpr'yemstvi [Analysis of socially responsible behavior and labor relations in an enterprise] // *Visnyk NTU «XPI». Seriya: Ekonomichni nauky* [Bulletin of NTU "KhPI". Series: Economic Sciences] – Kharkiv: NTU «XPI», 2017. – no 29(1200) . – pp.9.– 13 – Bibliogr.: 9 nazv. – ISSN . 2079-0767
4. I. A. Yur'yeva., V.A.Vakulyuk, M.O.Parhomenko *Biznes-Etika trudovih vidnosin na pidpricmstvi yak napryamok psihologii upravlinnya*[Business-ethics of labour relations at an enterprise as direction of management psychology]// *Visnik NTU «HPI». Seriya: Ekonomichni nauki* [Bulletin of NTU "KhPI". Series: Economic Sciences] – Kharkiv: NTU «HPI», 2017. – no 46 (1267). – pp.9.– 14– Bibliogr.: 9 nazv. – ISSN . 2519-4461
5. Yesinova N. I. *Ekonomika praci ta social'no-trudovi vidnosy'ny* [Labour economics and social and labour relations]: navch.- metod. posib. Kharkiv, 2017. 189 s.
6. Portna O.V, Yershova N.Yu.,Yur'yeva I.A.*Anty'kry'zove upravlinnya pidpr'yemstvom* [Anti-crisis management of an enterprise]: Navchal'ny'j posibny'k: - L'viv, Vy'davny'ctvo «Magnoliya 2006», 2019 – 283 s.

Надійшло(received) 02.09.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Юр'єва Ірина Анатоліївна (Yuryeva Irina Anatolievna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8159-7763>; Iryna.Yurieva@khi.edu.ua

Г.В. ПАЙМАШ**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ЩОДО РИНКОВО-ОРІЄНТОВАНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ**

На основі проведеного дослідження проблем ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами була сформульована необхідність надання можливості гармонійного соціального розвитку людям з особливими потребами з метою створення соціально-адаптованого характеру виходячи із їх властивостей, розглядаючи з точки зору цілісності, складності функціонування та відкритості до взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем. Розглянуто умови розвитку людського потенціалу та формування людського капіталу, у тому числі людей з особливими потребами, які можуть вплинути на результати професійної діяльності, починаючи від розвитку охорони здоров'я, соціальної сфери, рівня культури та дозвілля та до якості життя та доходу сім'ї в якій виховується дитина з особливими потребами. З погляду соціального напрямку розглянуто думку, що складнощі створюються суспільством, яке не передбачає участі у спільній діяльності людей з особливими потребами. Розглянуто необхідність створення умов навчального середовища, життя у суспільстві та підтримки працевлаштування, за необхідності надання особливих умов для можливості реалізації звичайних функцій повсякденної діяльності. Із залученням інвестицій у збільшення знань, умінь, здібностей та досвіду людей з особливими потребами, використовуючи прийоми поведінкової теорії з урахуванням особливостей людей з особливими потребами, їх вимог, можлива трансформація людського потенціалу на людський капітал як джерело майбутніх доходів. Стратегічне управління ринково-орієнтованим механізмом розвитку потенціалу людей з особливими потребами вимагає врахування синергії, завдяки якій знання та зусилля кількох людей будуть взаємно посилені. На підставі отриманих результатів та узагальнення наведених положень сформульовано консолідовані теоретичні положення ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами. Елементом наукової новизни є розробка та теоретичне обґрунтування концептуального підходу стратегічного управління ринково-орієнтованим розвитком потенціалу людини з особливими потребами, особливістю якої є використання положень синергетичної теорії та облік взаємозв'язків, що виникають при розвитку та формуванні потенціалу людини з особливими потребами у процесі взаємодії. Викладені положення концептуального підходу відрізняються від існуючих концепцій збагаченням змісту та структурних складових, їх характеристик, доповненням та розширенням предметної галузі щодо людини з особливими потребами.

Ключові слова: концептуальні положення; ринково-орієнтований механізм; людський капітал; людський потенціал; людина з особливими потребами

H. PAIMASH**CONCEPTUAL APPROACHES REGARDING A MARKET-ORIENTED MECHANISM FOR DEVELOPING THE POTENTIAL OF PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS**

Based on the study of the problems of a market-oriented mechanism for developing the potential of people with special needs, the need was formulated to provide an opportunity for harmonious social development to people with special needs to create a socially adapted environment, considering from the point of view of integrity, properties, complexity of functioning and openness to interaction with the internal and external environment. The conditions for the development of human potential and the formation of human capital, including people with special needs, are considered, which can affect the results of professional activity, ranging from the development of health care, the social sphere, the level of culture and leisure, and to the quality of housing and income of the family in which a child is brought up special needs. From the point of view of the social direction, the opinion is considered that difficulties are created by a society that does not provide for participation in the general activities of people with special needs. The need to create conditions for the learning environment, life in society, employment support, and the need to provide special requirements for the opportunity to implement the usual functions of daily activities are considered. With the attraction of investments in increasing the knowledge, skills, abilities, and experience of people with special needs, it is possible to turn human potential into a source of future income using the methods of behavioral theory, taking into account the behavior of people with special needs, their requirements, and characteristics. The strategic management of a market-oriented mechanism for developing the capacity of people with special needs requires taking into account synergies, through which the knowledge and efforts of several people will be mutually reinforced. Based on the results obtained and the generalization of the above provisions, consolidated theoretical provisions of a market-oriented mechanism for developing the potential of people with special needs are formulated. An element of scientific novelty is the development and theoretical substantiation of the conceptual approach of strategic management of market-oriented development of the potential of a person with special needs, a feature of which is the use of the provisions of the synergetic theory and taking into account the relationships that arise during the development and formation of the potential of a person with special needs in the process of interaction. The stated provisions of the conceptual approach differ from existing concepts by enriching the content and structural components, their characteristics, supplementing and expanding the subject area in relation to a person with special needs.

Keywords: conceptual provisions; market-oriented mechanism; human capital; human potential; a person with special needs

Вступ: Для підвищення інноваційності української економіки необхідно проаналізувати умови формування та розвитку людського потенціалу і людського капіталу з урахуванням людей з особливими потребами, які є підґрунтям концептуального підходу щодо ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами. Розвиток людського потенціалу та людського капіталу для досягнення економічно високих показників потребує регулювання та створення відповідних механізмів та інструментів, які будуть запропоновані в роботі для формування та розвитку людського потенціалу та людського капіталу людей з особливими потребами у процесі здобуття

освіти та працевлаштування, охорони здоров'я, соціальної сфери, збільшенні фінансової забезпеченості соціально незахищених категорій громадян та можуть стати основними елементами даних концептуальних положень. Тому, тема даних досліджень є актуальною.

Мета статті: Робота присвячена розробленню концептуального підходу щодо ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами, проблемі формування та розвитку людського потенціалу та людського капіталу людей з особливими потребами в Україні в умовах демографічної кризи, високого рівня інвалідизації дітей, підлітків та працездатного населення.

© Г.В. Паймаш, 2022

Для досягнення мети в роботі поставлено та вирішено такі задачі: розробити консолідовані теоретичні положення концептуального підходу ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами. **Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Поняття розвиток, розвиток людського потенціалу, розвиток та формування людського капіталу були проаналізовані з погляду кількох наукових напрямків у роботах таких авторів: філософський (Е. Еріксон [1]), психологічний (Г.А.Балл [2], І.Д.Бех [3], І.А.Зязюн [4], В.Г.Кремін [5], В. А. Кудін [6], В. А. Лозовий [7] та ін.), економічний (Г. Беккер [8], Т.Шульц [9], А. Сен[10], Д.В. Райко[11], В. Близнюк[12], В. Антонюк [13], О. Грішнова [14], С.В. Тютюнникова [15], М. Довбенко [16], Т. Кір'ян[17], Г.Лученко [18] та ін), соціальний (В.С.Михайличенко [19], Социальное развитие [20], Н.А.Холопенко [21]), медичний (Е. Іваницька [22]) та педагогічний Розвиток, виховання і формування особистості. Процес розвитку і формування особистості - Педагогіка - Навчальні матеріали онлайн [23].

Результати дослідження. З точки зору соціального розвитку та соціального формування особистості розвиток являє собою природний безперервний процес. Від нього залежить, яким стає людина як особистість, якою мірою і як вона реалізує себе в житті, як впливає на середовище життєдіяльності. Багато соціальних проблем людини і здатність самостійно вирішувати їх на основному визначаються її соціальним розвитком [20].

Розвиток особистості має наслідувальний характер (ця закономірність є основою теоретичних засад використання прикладу у вихованні), а людська особистість розвивається в діяльності (всебічний розвиток природних задатків людини відбувається тільки в процесі її життєдіяльності), під впливом середовища (умови життя, насамперед близьке оточення, засоби масової інформації, вулиця, шкільний колектив, справляють відчутний вплив на розвиток особистості школяра). Цей розвиток відбувається як результат впливу на всі сторони людської психіки (на уроці, виховному занятті повинні бути задіяні мислення, увага, пам'ять, уява, емоційно-почуттєва сфера). Нові риси особистості потребують нового ставлення до неї (врахування у вихованні не тільки вікових особливостей учнів, а й щоденне його збагачення знаннями" життєвим досвідом), адже кожного наступного дня вона є іншою, ніж учора [23].

Згідно Конвенції про права інвалідів, яка прийнята Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй у грудні 2006 року, встановлено у статті 27 (за працею та зайнятістю) право інвалідів на працю на рівній основі з іншими [24]. Це означає, що люди з особливими потребами мають такі ж можливості для працевлаштування, гідної оплати праці та дотримання трудового законодавства, як і люди без інвалідності. Положення у сфері сталого розвитку на період до 2030 року, прийнято всіма державами-членами Організації Об'єднаних Націй у грудні 2015 року, люди з

особливими потребами внесені до групи вразливих людей, права потребують розширення та захисту [25].

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) у світі налічується 750 мільйонів інвалідів: 80% інвалідів проживають у країнах, що розвиваються, 10% населення бідних країн є інвалідами, кожна десята дитина у світі живе з інвалідністю, у бідних країнах лише 2–3% дітей-інвалідів ходять до школи. Ці дані значною мірою применшені, тому що інваліди здебільшого живуть в умовах відчуженості, ізоляції та неприйняття і у зв'язку з цим часто не охоплюються під час проведення переписів. Сім'ї приховують дітей-інвалідів, не дозволяючи їм брати участь у сімейному чи громадському житті. Якщо інваліди позбавлені можливості піти до школи або знайти роботу, вони зазвичай стають найбільш бідними з бідних, тому що не отримують жодних навичок. У країнах, що розвиваються, багато людей думають, що діти-інваліди не можуть вчитися або розвивати будь-які навички, і у зв'язку з цим від них не чекають багато чого. В результаті інваліди не роблять свій внесок у розвиток громад і вважаються лише тягарем [26].

Розглядаючи питання інвалідності з медичного напрямку можна сказати, що це властивість, притаманна людині в результаті хвороби, травми, або іншого впливу на стан здоров'я, що вимагає медичної допомоги у вигляді безпосереднього лікування у фахівців. Інвалідність за цією моделлю вимагає медичного чи іншого лікування. З іншого боку, соціальна модель розглядає інвалідність як соціальну проблему, а не як властивість людини. Відповідно до соціальної моделі, інвалідність вимагає політичного втручання, оскільки проблема виникає через непристосованість соціального середовища, спричиненого ставленням та іншими властивостями соціального оточення [Інвалідність — Вікіпедія [27].

При наданні можливості гармонійного соціального розвитку для дитини створюється соціально-адаптований характер, який наповнює його компетентним в різноманітних життєвих ситуаціях та визначає його майбутнє. Надання такої можливості для дитини з особливими потребами відіграє значно більше значення, ніж для дитини без таких потреб.

При створенні умов для розвитку людського потенціалу та формуванню людського капіталу людей з особливими потребами необхідно провести аналіз категорій людського потенціалу та людського капіталу людей з особливими потребами.

Тема "людського потенціалу" знайшла широке визнання завдяки теоретичним розробкам індійського економіста Амартії Сена у концепції "людського розвитку" [28].

А. Сен у своїх дослідженнях використав підхід "з погляду можливостей". Їм було обґрунтовано, що процес розвитку включає збільшення не тільки матеріального та економічного добробуту, а і розширення можливостей людини, що передбачає "велику свободу вибору, щоб кожен міг вибирати з великої кількості варіантів ту мету і той спосіб життя, який він вважає кращим" [28].

У створенні умов для розвитку людського капіталу та при формуванні людського капіталу приймають участь усі сфери життя людини, які можуть вплинути на результати його професійної діяльності починаючи від розвитку охорони здоров'я, соціальної сфері, рівня культури та дозвілля до якості житла та доходу сім'ї в якій виховується дитина з особливими потребами.

Характеризуючи людський капітал слід звернути увагу на дві складові, які в своїй статті описала С.Тютюнникова[29]. По-перше, вона висловлює ставлення між людьми з приводу вкладення у формування здібностей до праці та їх подальшого використання. На думку С.В. Тютюнникової [29], інвестуючи в людський капітал одночасно відбуваються процеси інвестицій і в людський потенціал. По-друге, людський потенціал включає набагато більше складових якостей і властивостей людини, порівняно з тими, які можуть приносити йому дохід. Їх відтворення можливе у будь-яких сферах та формах діяльності людини. Людський капітал виступає частиною людського потенціалу і включає лише частину людських якостей. У своїй статті С.Тютюнникова [29] акцентує увагу на відмінності понять людський капітал та людський потенціал.

Для ефективного формування та розвитку людського капіталу необхідно розуміти суть понять "людський капітал". На цей час ця теорія отримала висвітлення в економічних наукових працях

українських дослідників: В. Близнюк [12], В. Антонюк [13], О. Грішновий [14], М. Довбенко [16], Т. Кір'ян[17] та ін. Проведений аналіз літературних джерел показує, що існує велика кількість понять "людський капітал" як економічної категорії.

У сучасних умовах людський капітал є ключовим елементом, необхідним для соціально-економічного розвитку територій, що говорить про необхідність переорієнтування регіональної політики на розвиток людського капіталу.

Враховуючи специфічні потреби та специфічну поведінку суб'єктів, яка є основою для ринково-орієнтованого розвитку потенціалу людей з особливими потребами, необхідно запропонувати дії механізму щодо задоволення потреб ринку послуг.

На думку Г.Лученко [30] інвестиції в людський капітал – це всі вкладення в розвиток трудових ресурсів, які пов'язані з істотними витратами, та що призводять до позитивних змін окремих його складових або до рівномірного розвитку складових людського капіталу на всіх рівнях, що сприяє вдосконаленню інтелектуального та професійного росту індивіда та зростанню національного доходу (або доходу підприємства).

Усі проаналізовані аспекти та напрями взаємодії між основними теоріями ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами представлені в табл.1

Таблиця 1 - Аспекти та напрями взаємодії між основними теоріями ринково-орієнтованого розвитку потенціалу людей з особливими потребами

Існуючі теорії	Існуючі положення представлених теорій щодо формування розвитку потенціалу людей з особливими потребами	Інтегровані положення підходу з формування розвитку потенціалу людей з особливими потребами
Управління розвитком	Розглядає методи розробки загальної стратегії, яка є основою функціональних стратегій (маркетингової, теорії розвитку, інноваційної) і механізми їх реалізації для досягнення відповідності між цілями, внутрішнім потенціалом людей з особливими потребами та зовнішнім середовищем	Для управління ринково-орієнтованим розвитком потенціалу людей з особливими потребами необхідно застосувати економічне стратегію: дослідити внутрішнє та зовнішнє середовище визначити необхідності людей з особливими потребами та виконавши аналіз ринку сформулювати положення формування розвитку потенціалу людей з особливими потребами на основі наступних стратегій: філософія, економіка, соціологія, психологія та педагогіка
Теорія розвитку з точки зору філософії	Розвиток – вищий тип руху, незворотна, спрямована, закономірна зміна матеріальних та ідеальних об'єктів, перехід від одного якісного стану до іншого, від старого до нового	Завдяки можливості переходу в процесі розвитку народжується нові качества особистості
Маркетинг	Для досягнення своїх цілей повинні прагнути задовольнити потреби людей з особливими потребами	Маркетинг забезпечує гармонійний взаємозв'язок між внутрішнім та зовнішнім простором людей з особливими потребами, між соціальними та економічними цілями його функціонування.
Економіка	Розвиток - направлений процес зміни якісного стану об'єкта, що супроводжується перетворенням його внутрішніх і зовнішніх властивостей.	Люди з особливими потребами можуть приносити користь у різноманітних напрямках економіки

Соціологія	Важливим питанням для вивчення є співвідношення розвитку особистості з її процесом адаптації до зовнішніх умов. Адаптація передбачає точну відповідність можливостей системи умовам зовнішньої середовища.	Без прийняття соціумом людина з особливими потребами не може реалізувати свої прагнення, отримати умови для самовдосконалення, тобто виникає проблема у сприйманні людей з особливими потребами соціумом, а не в їх обмежених здібностях
Педагогіка	"Особистість" означає соціальну характеристику людини, тобто її якості, які формуються під впливом спілкування і стосунків з іншими людьми, суспільством в цілому.	Розвиток - це один із інструментів навчання толерантного ставлення суспільства до людей з особливими потребами. Завдяки цілеспрямованому вихованню дитина з особливими потребами має можливість досягти певного рівня розвитку
Поняття інвалідність з медичної точки зору	Медична модель бачить, що причини труднощів людей з інвалідністю полягають у їх обмежених можливостях.	Труднощі, які виникають у людей з особливими потребами в процесі життя не в жодній мірі не можна вважати їхньою особистою "проблемою". Ставлення як до "неповноцінних" завдає глибокої психологічної травми як самій людині, так і їхнім сім'ям.
Поняття інвалідність з соціальної точки зору	Інвалідність – це стан, за якого людина внаслідок свого фізичного чи психічного стану втрачає здатність виконувати звичайні функції	Особливості фізичного або психічного стану людини потребують особливих потреб для можливостей реалізації звичайних функцій діяльності
Теорія інвестицій	Інвестиції в людський капітал – це всі вкладення в розвиток трудових ресурсів, які пов'язані з істотними витратами, та що призводять до позитивних змін окремих його складових або до рівномірного розвитку складових людського капіталу на всіх рівнях, що сприяє вдосконаленню інтелектуального та професійного росту індивіда та зростанню національного доходу (або доходу підприємства)	Особи, у тому числі з особливими потребами, їх знання, вміння, здібності, досвід є таким інтелектуальним запасом, який накопичується і стає джерелом майбутніх доходів, запорукою успішності будь-якого підприємства і економіки в цілому. Формування людського капіталу шляхом розвитку людського потенціалу людей з особливими потребами можливе тільки за умови цілеспрямованих вкладень в його розвиток з боку держави, організації і самої людини.
Теорія інновацій	Інноваційний шлях розвитку економіки є економікою знань та інформації, в тому числі людей з особливими потребами. Від величини науково-технічного прогресу залежить швидкість розвитку усього населення.	Усі напрямки розвитку повинні розвиватися з урахування людей з особливими потребами розглядаючи їх не як споживачів державних коштів (дотаційна категорія), а як повноцінний людський потенціал, який при правильному вкладенні ресурсів можуть сформувати людський капітал людей з особливими потребами.
Синергетична теорія	Враховує, що нелінійність розвитку призводить до появи криз, дає можливість системі адаптуватися до мінливих умов оточуючого середовища, що є важливим чинником самоорганізації та самоуправління за допомогою якої узгоджуються внутрішні процеси. Спільною ознакою є розгляд динаміки будь-яких незворотних процесів та виникнення важливих новацій.	Для управління ринково-орієнтованим розвитком потенціалу людей з особливими потребами необхідно використання синергії, завдяки якій знання та зусилля кількох людей організовуватимуться таким чином, що будуть взаємно посилені
Поведінкова теорія	Застосовує прийоми управління міжособистісними стосунками і науку про людську поведінку для управління та формування організації розвитку потенціалу людей з особливими потребами	Враховуючи особливості поведінки людей з особливими потребами, їх вимогам, особливостям, потребам формувати управління організації розвитку потенціалу людей з особливими потребами
Мотиваційна теорія	Враховує мотиваційну поведінку людей з особливими потребами залежно від особливостей внутрішнього та зовнішнього середовища	Положення мотиваційної теорії повинні враховувати не лише активні потреби людей з особливими потребами, але й формувати з точки зору бізнесу на основі філософії застосування різних форм заохочень, використовуючи як інтелектуальний капітал людей з особливими потребами

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок про те, що фундаментальні положення теорії ринково-орієнтованого розвитку потенціалу людей з особливими потребами дослідно використовувати положення наступних теорій стратегічного управління, маркетингу, економіки, соціології, медичної теорії, теорії розвитку, інвестицій, інновацій, синергетики, поведінкової теорії та теорії мотивації.

При застосуванні стратегічного управління до ринково-орієнтованого розвитку потенціалу людей з особливими потребами необхідно провести дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища, виконати аналіз та визначити необхідності людей з особливими потребами на основі таких стратегій, як філософія, економіка, соціологія, психологія та педагогіка.

Виходячи із властивостей людського потенціалу людей з особливими потребами їх необхідно розглядати з точки зору цілісності, складності функціонування та відкритості до взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем.

Оскільки маркетинг є функцією управління - він служить меті забезпечення надання ефективних послуг, а як філософія бізнесу - надання послуг, які задовольняють потреби споживачів навіть тоді, коли послуга збиткова. Маркетинг може бути використано основою для забезпечення гармонійного зв'язку між внутрішнім та зовнішнім простором [11] у якості балансу між соціальними та економічними цілями суспільства для людей з особливими потребами.

Соціологія вивчає співвідношення процесу адаптації людини до зовнішніх умов з розвитком особистості. Успішна адаптація у соціумі являє собою точну відповідність можливостей системи з умовами зовнішнього середовища. Однак людина яка має особливі потреби для реалізування будь-яких прагнень вже "за умовчанням" не може відповідати ідеалу, тому у соціумі виникають перепони у сприйнятті людей з особливими потребами. Прийняття соціумом людини "такою, як вона є" відіграє ключову роль у процесі адаптації та можливості самореалізування та самовдосконалення людини з особливими потребами.

З погляду педагогіки на формування особистості впливає спілкування і стосунків з іншими людьми, суспільством в цілому, тому потрібне надання умов для виховання у закладах освіти дітей з особливими потребами на загальних умовах, але з урахуванням їх особливих потреб у якості допомоги, а не перешкоди їх розвитку, саморозвитку та соціальної активності. Таким чином відбуватиметься спільне навчання повноцінній взаємодії не тільки дітей з особливими потребами з навколишнім світом, але й більшою мірою здорових дітей та дорослих з великою кількістю різних особливостей та потреб дітей з особливими потребами для прийняття їх як особистостей та повноцінних членів суспільства.

Провівши дослідження щодо відношення до людей з особливими потребами з погляду медичного напрямку були зроблені висновки, що вона сприяє ізоляції від суспільства, сприяє дотаційному підходу з точки зору економіки, тому ці люди здебільшого виявлялися

ізольованими та дискримінаційними. Підхід тільки з точки зору медичного підходу виглядає однобоко.

З погляду соціальної напруги - труднощі створюються суспільством, що не передбачають участі в загальній діяльності людей з особливими потребами. Цей підхід включає створення умов навчального середовища, життя у суспільстві та підтримку щодо працевлаштування та необхідності надання особливих умов для можливості реалізувати звичайних функцій повсякденної діяльності.

Розвиток людського потенціалу та формування людського капіталу із залученням інвестицій у збільшення знань, умінь, здібностей та досвіду людей з особливими потребами перетворює інтелектуальний капітал у джерело майбутніх доходів.

Використовуючи погляди інноваційного розвитку економіки, враховуючи людський потенціал людей з особливими потребами при інвестуванні, може бути перетворено на людський капітал людей з особливими потребами.

Для управління ринково-орієнтованим розвитком потенціалу людей з особливими потребами необхідно використання синергії, завдяки якій знання та зусилля кількох людей організовуватимуться таким чином, що будуть взаємно посилені.

Використовуючи прийоми поведінкової теорії при управлінні міжособистісними стосунками і науку про людську поведінку враховуючи особливості поведінки людей з особливими потребами, їх вимог, особливостей можливо скласти прийоми для управління та формування організації розвитку потенціалу людей з особливими потребами.

Згідно мотиваційної поведінки необхідно враховувати поведінкові особливості людей з особливими потребами при формуванні управління організації розвитку потенціалу людей з особливими потребами.

На думку автора статті поняття "людина інвалід, людина з обмеженими можливостями" докорінно неправильно відображає соціальну характеристику цієї групи людей. Визначення "людина з особливими потребами" (особливі потреби у спілкуванні, переміщенні, працевлаштуванні та т.і.) більш коректно відображає сутність та несе глибокий зміст безпосередньо для людей даної категорії та для членів їхніх сімей.

Висновки. Для повноцінного соціального розвитку та участі у житті суспільства людину не повинні розглядати з точки зору обмежень, накладених на неї станом здоров'я. Підхід з погляду особливих потреб для реалізації конституційних прав при отриманні належного рівня медичного забезпечення, здобуття освіти відповідно до своїх здібностей та переваг, можливості здобуття професії та гідного працевлаштування більш коректно відображає реальність життя людини з особливими потребами.

Таким чином, базуючись на здобутках наведених положень теорій управління розвитком, маркетингу, філософії, соціології, педагогіки, синергетичної, поведінкової та мотиваційної, які стали підґрунтям концептуальних положень підходу щодо ринково-

орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами було сформовано трактування поняття людини з особливими потребами.

Запропоновано концептуальні теоретичні положення ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людей з особливими потребами, які враховують положення маркетингу, стратегічного управління, розвитку, інновацій, інвестицій, синергетики, поведінкової теорії, теорії мотивації. Використання консолідованих концептуальних підходів підвищить обґрунтованість теоретичного та методичного забезпечення формування ринково-орієнтованого механізму розвитку потенціалу людини з особливими потребами.

Розробка і теоретичне обґрунтування концептуального підходу стратегічного управління ринково-орієнтованим розвитком потенціалу людини з особливими потребами з використанням положень синергетичної теорії, врахуванням взаємозв'язків виникаючих у процесі взаємодії особистості, родини, держави здійснюючих вплив на розвиток та формування потенціалу людини з особливими потребами є елементом наукової новизни. Від існуючих концепцій викладені теорії відрізняються збагаченням змісту та структурних складових, їх характеристик, розширена та доповнена предметна область щодо людини з особливими потребами.

Список літератури

- Erik H. Erikson. Identity, youth and crisis. New York: W. W. Norton Company, 1968
- Балл Г. А. Концепция самоактуализации личности в гуманистической психологии / Г. А. Балл. – Киев-Донецк, 1993. – 50 с.
- Бех І. Д. *Виховання особистості* : навч.-метод. посіб. у 2-х т. Т. 1 Особистісно орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади / І. Д. Бех. – К. : Либідь, 2003. – 280 с.
- Зязюн І. А. *Інтелектуально творчий розвиток особистості в умовах неперервної освіти* / І. А. Зязюн // Неперервна професійна освіта : проблеми, пошуки, перспективи ; за ред. І. А. Зязюна. – К. : Віпол, 2000. – 636 с.
- Кремень В. Г. Освітня діяльність і інтелект : проблеми формування національної інтелігенції / В. Г. Кремень // *Теорія і практика управління соціальними системами*. – Х. : НТУ «ХПІ», 2008. – № 2. – С. 3–11
- Кудин В. *Емоції в обученні и образовании* / В. Кудин – Х. : НТУ «ХПІ», 2012 – 179 с.
- Лозовой В. А. *Самовоспитание личности: философско-психологический анализ* / В. А. Лозовой. – Харьков, 1991. – 321 с.
- Becker, Gary S. Human Capital. N.Y.: Columbia University Press, 1964
- Schultz, T. Investment in Human Capital. N.Y., 1971
- Sen A. K. Food and Freedom // Word Development. 1989
- Райко Д. В. *Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності*/Д.В.Райко. - ВД "ІНЖЕК", 2008. - 629 с.
- Близнюк В. В. Людський капітал, як фактор економічного розвитку. *Економіка і прогнозування*, 2005. №2, с.64-78
- Антонюк В. П. *Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку*: монографія. Донецьк: Ін-т економіки промисловості, 2007. 377 с.
- Гришнова О. А. *Людський капітал. Формування в системі освіти і професійної підготовки*. Київ: Знання, 2006. 254 с.
- Тютюнникова С. В. Человеческий капитал - актуальный ресурс развития социально экономического развития. *Проблеми економіки* №1, 2017. с 308-314
- Довбенко М. В. *Сучасна економічна теорія. Економічна нобелогія*: навч. посіб. Київ: Академія, 2005. 180 с.
- Кір'ян Т. Людський капітал в історії економічної думки. *Економіка України*. 2008. № 9. С. 64–73.
- Інвестиції в людський капітал та їх особливості, Наукова конференція, <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1211>
- Михайличенко В. Е. Психология развития личности, Монография НТУ"ХПИ" 2015
- Соціальний розвиток https://studme.org/1593110628601/pedagogika/sotsialnoe_razvitiye
- Холопенко Н. А. Соціально-психологічні проблеми дітей-інвалідів різні підходи до розуміння інваліда [Архівовано 10 січня 2006 у Wayback Machine] URL:<https://web.archive.org/web/20060110215157/http://www.library.novouralsk.ru/lib-publish-mercy-5.html>
- Е. Іваницька. Що робить людину інвалідом? [Архівовано 24 лютого 2014 у Wayback Machine]. URL:<http://ps.1september.ru/article.php?ID=200400818>
- Розвиток, виховання і формування особистості. Процес розвитку і формування особистості - Педагогіка - Навчальні матеріали онлайн. URL: https://pidru4niki.com/1425072534954/pedagogika/rozvitok_vihovannya_formuvannya_osobistosti
- Конвенція про права людей з інвалідністю 13.12.2006 р. [Електронний ресурс]. URL:http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml
- The Sustainable Development Agenda URL:<https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda>
- Інвалідність — Матеріали Всемирного банка для учащихся «А знаєш ти...?» URL:<https://www.un.org/ru/youthink/disabilities.shtml>
- Інвалідність — Вікіпедія, URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C>
- Development as Freedom: Sen, Amartya: 9780385720274: Amazon.com: Books URL:<https://www.amazon.com/Development-as-Freedom-Amartya-Sen/dp/0385720270?asin=0385720270&revisionId=&format=4&deph=1>
- Тютюнникова С. В. Человеческий капитал - актуальный ресурс развития социально экономического развития. *Проблеми економіки* №1, 2017. с 308-314
- Інвестиції в людський капітал та їх особливості, Наукова конференція, *ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ* | Наукові конференції

References (transliterated)

- Erik H. Erikson. Identity, youth and crisis. New York: W. W. Norton Company, 1968
- Ball G. A. *Koncepciya samoaktualizacii lichnosti v gumanisticheskoy psihologii* [The concept of personality self-actualization in humanistic psychology]. – Kiev-Doneck, 1993. – 50p.
- Beh I. D. *Vihovannya osobistosti* [Personality education]: navch.-metod. posib. u 2-h t. vol. 1 Osobistisno oriyentovanyj pidhid: teoretiko-tehnologichni zasadi. – Kiev: Libid, 2003. – 280p.
- Zyazyun I. A. *Intelektualno tvorchij rozvitok osobistosti v umovah neperervnoyi osviti* [Intellectually creative personality development in the conditions of continuous education] / Neperervna profesijna osvita : problemi, poshuki, perspektivi ; za red. I. A. Zyazyuna. – Kiev: Vipol, 2000. – 636 p.
- Kremen V. G. *Osvitnya diyalnist i intelekt : problemi formuvannya nacionalnoyi inteligenciyi* [Educational activity and intelligence: problems of formation of the national intelligentsia]. *Teoriya i praktika upravlinnya socialnimi sistemami* [Theory and practice of management of social systems]. – Kharkiv: NTU «HPI», 2008. – no 2.– pp. 3–11
- Kudin V. *Emocii v obuchenii i obrazovanii* [Emotions in learning and education] – Kharkiv: NTU «HPI», 2012 – 179 p.
- Lozovoj V. A. *Samovospitanie lichnosti: filosofsko-sociologicheskij analiz* [Self-education of personality: philosophical and sociological analysis]. – Kharkiv, 1991. – 321 p.
- Becker, Gary S. Human Capital. N.Y.: Columbia University Press, 1964
- Schultz, T. Investment in Human Capital. N.Y., 1971

10. Sen A. K. Food and Freedom // Word Development. 1989
11. Rajko D. V. *Strategichne upravlinnya rozvitkom marketingovoyi diyalnosti* [Strategic management of the development of marketing activities]. - VD "INZhEK", 2008. - 629 p.
12. Bliznyuk V. V. Lyudskij kapital, yak faktor ekonomichnogo rozvitku [Human capital as a factor of economic development]. *Ekonomika i prognozuvannya* [Economics and forecasting], 2005. no 2, pp.64-78
13. Antonyuk V. P. *Formuvannya ta vikoristannya lyudskogo kapitalu v Ukraini: socialno-ekonomichna ocinka ta zabezpechennya rozvitku* [Formation and use of human capital in Ukraine: socio-economic assessment and development support]: monografiya. Doneck: In-t ekonomiki promislovosti, 2007. 377 p.
14. Grishnova O. A. *Lyudskij kapital. Formuvannya v sistemi osviti i profesijnoyi pidgotovki* [Human capital. Formation in the system of education and professional training]. Kiev: Znannya, 2006. 254 p.
15. Tyutyunnikova S. V. Chelovecheskij kapital - aktualnyj resurs razvitiya socialno ekonomicheskogo razvitiya [Human capital is an actual resource for the development of socio-economic development]. *Problemi ekonomiki* [Economic Problems]. no 1, 2017. pp 308-314
16. Dovbenko M. V. *Suchasna ekonomichna teoriya. Ekonomichna nobelelogiya* [Modern economic theory. Economic nobelology]: navch. posib. Kiev: Akademiya, 2005. 180 p.
17. Kir'yan T. Lyudskij kapital v istoriyi ekonomichnoyi dumki [Human capital in the history of economic thought.]. *Ekonomika Ukraini* [Ukraine economy]. 2008. no 9. pp. 64–73.
18. Investiciyi v lyudskij kapital ta yih osoblivosti, Naukova konferenciya, <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1211>
19. Mihajlichenko V. E. Psihologiya razvitiya lichnosti, Monografiya NTU"HPI" 2015
20. Socialnij rozvitok https://studme.org/1593110628601/pedagogika/sotsialnoe_razvitie
21. Holopenko N. A. Socialno-psihologichni problemi ditej-invalidiv rizni pidhodi do rozuminnya invalida [Arhivovano 10 sichnya 2006 u Wayback Machine] URL:<https://web.archive.org/web/20060110215157/http://www.library.novouralsk.ru/lib-publish-mercy-5.html>
22. E. Ivanicka. Sho robit lyudinu invalidom? [Arhivovano 24 lyutogo 2014 u Wayback Machine]. URL:<http://ps.1september.ru/articlef.php?ID=200400818>
23. Rozvitok, viovannya i formuvannya osobistosti, Proces rozvitku i formuvannya osobistosti - Pedagogika - Navchalni materiali onlajn. URL: https://pidru4niki.com/1425072534954/pedagogika/rozvitok_vihovanna_formuvannya_osobistosti
24. Konvenciya pro prava lyudej z invalidnistyu 13.12.2006 r. [Elektronnij resurs]. URL:https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml
25. The Sustainable Development Agenda URL:<https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda>
26. Invalidnost — Materialy Vsemirnogo banka dlya uchashihsya «A znaesh li ty...?» URL:<https://www.un.org/ru/youthink/disabilities.shtml>
27. Invalidnist — Vikipediya, URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C>
28. Development as Freedom: Sen, Amartya: 9780385720274: Amazon.com: Books . URL:<https://www.amazon.com/Development-as-Freedom-Amartya-Sen/dp/0385720270?asin=0385720270&revisionId=&format=4&depth=1>
29. Tyutyunnikova S. V. Chelovecheskij kapital - aktualnyj resurs razvitiya socialno ekonomicheskogo razvitiya [Human capital is an actual resource for the development of socio-economic development]. *Problemi ekonomiki* [Economic Problems] no 1, 2017. pp 308-314
30. Investiciyi v lyudskij kapital ta yih osoblivosti, Naukova konferenciya, INVESTICIYI V LYUDSKIY KAPITAL TA YIH OSOBLIVOSTI | Naukovi konferenciyi

Надійшло (received) 06.09.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Паймаш Ганна Василівна (Paymash Hanna Vasiliivna) - аспірант кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-0588-328X; тел. (095) 259-94-16, aa.ivanova991@gmail.com

В. О. АЛЕКСАНДРОВА, Л. С. СТРИГУЛЬ**ВТІЛЕННЯ ПРИНЦИПІВ БІЗНЕС-ЕТИКИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ**

В даний час індустрія туризму є однією з форм, що найбільш динамічно розвиваються в міжнародній торгівлі послугами. Значення туризму світі постійно зростає, що пов'язане з зростанням впливом туризму на економіку окремої держави. Туризм є не тільки популярним видом відпочинку, а й сферою світової економіки, що активно розвивається, охоплюючи соціальне життя, громадськість і бізнес. Етичні аспекти грають одну з ключових ролей у підвищенні ефективності міжнародного туристичного бізнесу. Від дотримання норм етики залежить ділова репутація туристичної організації, характер її взаємин із партнерами, і навіть розвиток міжкультурних зв'язків. Оскільки створення та реалізація туристичного продукту передбачає наявність взаємодій всіх учасників процесу організації міжнародного туризму, то доцільно розробити узагальнені рекомендації щодо регулювання роботи учасників процесу в організації розвитку міжнародного туризму. У статті проаналізовано проблему використання етичних норм та правил у веденні міжнародного бізнесу. Актуальність теми статті зумовлена тим, що розвиток міжнародного туризму не може не викликати інтересу, тим більше що подорожі займають значне місце у житті людей та міжнародних відносинах. Метою статті є формулювання узагальнених рекомендацій щодо використання принципів бізнес-етики у підвищенні ефективності розвитку міжнародного туризму. У статті представлено огляд поняття етики у фундаментальному вигляді та у практичному розрізі ділових відносин у міжнародному туризмі.

Ключові слова : бізнес-етика; міжнародний туризм; туроператор; туристична діяльність; ділова репутація; об'єкти туризму; учасники туристського процесу

V. O. ALEKSANDROVA, L. STRYGUL**IMPLEMENTING BUSINESS ETHICS IN INTERNATIONAL TOURISM**

Currently, the tourism industry is one of the most dynamically developing forms in international trade in services. The importance of tourism in the world is constantly increasing, which is associated with the increased influence of tourism on the economy of a particular country. Tourism is not only a popular type of recreation, but also an actively developing area of the world economy, affecting social life, the public and the business side. Ethical aspects play one of the key roles in improving the efficiency of international tourism business. The business reputation of a tourist organization, the nature of its relationship with partners, as well as the development of intercultural ties depend on compliance with ethical standards. Since the creation and implementation of a tourism product involves the interaction of all participants in the process of organizing international tourism, it is advisable to develop generalized recommendations for regulating the work of participants in the process in organizing the development of international tourism. The article analyzes the problem of using ethical norms and rules in the conduct of international business. The relevance of the topic of the article is due to the fact that the development of international tourism cannot but arouse interest, especially since travel occupies a significant place in people's lives and international relations. The purpose of the article is to formulate generalized recommendations on the use of the principles of business ethics in improving the efficiency of international tourism development. The article presents an overview of the concept of ethics in its fundamental form and in the practical context of business relations in international tourism.

Keywords : business ethics; international tourism; tour operator; tourist activity; business reputation; tourism objects; participants in the tourist process

Вступ. Вплив сучасного масового туризму на людське життя, природне та культурне середовище неzapеpечне, як незаперечна складність та неоднозначність етичних питань, що виникають у процесі та результаті туристського розвитку.

Будь-яка діяльність людини, і людське життя в цілому (а отже, і туризм як професійна діяльність, і туризм як соціальна практика), немислимі і не можуть бути адекватно усвідомлені без гуманітарних цінностей та внутрішніх переконань, які «мотивують та мобілізують нашу взаємодію один з одним та зі світом природи» [1].

Постановка проблеми у загальному вигляді. Питання прикладної етики (бізнес-етики, етики туризму, правової та медичної етики) почали розглядатися в науковій літературі з середини 1970-х років, а до початку 1990-х дослідження етичних проблем у різних практичних сферах діяльності людини значно активізувалися як на місцевому, регіональному, національному, так і міжнародному рівнях [2].

Існуюче розмаїття етичних традицій та підходів, що визначають баланс та пріоритети у взаємодії між етичними, естетичними та економічними цінностями у контексті глобального туристичного розвитку, потребує глибокого та всебічного вивчення проблем етики туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. У культурі етика постає як «теоретична модель моралі» і як «моральне повчання». Етика (від грецьк. *elhos* - характер, звичай, характер, спосіб думки) - 1) лише на рівні самовизначення - це теорія моралі, бачить своєю метою обґрунтування моделі гідного життя; 2) практично – обґрунтування тієї чи іншої конкретної моральної системи, ґрунтоване конкретною інтерпретацією універсальї культури, що належать до суб'єктного ряду: добро і зло, обов'язок, честь, совість, справедливість, сенс життя тощо [3].

Етика заснована на моральності, а моральність - це частина нашої внутрішньої суті, в якій кожен з нас має концепцію того, що правильно і неправильно, тому наша поведінка в контексті правильного / неправильного - його продукт напруги та тертя між тим, хто ми є як індивідууми, та нормами, встановленими в суспільстві [4].

Фахівці в галузі туристської етики розуміють під етикою туризму вплив моралі та моральності на поведінку, а також систему моральних принципів, що керує відповідною поведінкою [5].

Дослідженню проблеми ділової етики в міжнародному туризмі присвятили свої наукові праці багато українських і зарубіжних авторів, серед яких можна відзначити таких, як Великий В.С.,

Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Немець Л.М., Кулешова Г.О., Соколенко А.В. Мальська М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю., Годфри Харрис, Кеннет М.Кац, Е. Дюркгейм, С. Бітон, Д.Фенел, М. Смит.

Викладання основного матеріалу дослідження. Існуюче розмаїття етичних традицій та підходів, що визначають баланс та пріоритети у взаємодії між етичними, естетичними та економічними цінностями у контексті глобального туристичного розвитку, потребує глибокого та всебічного вивчення проблем етики туризму.

На даний момент при вивченні етики, що є популярним засобом серед туроператорів у туристичному бізнесі, необхідно враховувати деякі факти, які мають бути притаманні для створення успішного бізнесу – це персонал, а також етика даного персоналу.

Ділова (професійна) етика – це сукупність моральних норм, принципів, що регулюють ставлення людини до своїх професійних обов'язків, обов'язку, а також взаємовідносини людей у трудовій діяльності.

Розглянемо науковий термін етики у сфері туризму: Ділова етика у сфері туризму (туристичної діяльності) – це встановлений порядок поведінки співробітників туристського підприємства по відношенню до клієнтів та основи взаємовідносин всього персоналу між собою: начальників та підлеглих, а також рівних за посадами. Етика дуже важлива та враховується як фактор (або показник) успішності будь-якої туристичної організації. На прикладі UNWTO (Всесвітньої Туристської Організації) - Міжнародної організації, виділяється таке поняття, як «Етика в туризмі або в туристичній професійній діяльності», що є важливою сполучною ланкою в культурі мови, спілкування між потенційним споживачем (клієнтом, туристом) та туроператором, турагентом, директором чи керівником відділу чи підвідділів туристичної структури фірми [6].

Сьогодні у міжнародній діловій етиці головну роль відводять чесності та порядності у ділових відносинах. Вимога чесності у міжнародному туристському бізнесі впливає із його природи. Обман не може бути основою для нормальних ділових відносин.

Сучасна ділова етика постає в такому загальнодоступному понятті, як свобода. Туристські компанії мають цінувати як свободу своїх комерційних відносин, та й свободу своїх конкурентів. Міжнародними етичними правилами не допускається втручання у справи конкурентів та утиск їх інтересів навіть у дрібницях.

Етика передбачає встановлення соціальних норм поведінки, яким жителі культурної спільноти (носії культури) повинні відповідати, причому як експліцитно (відкрито, публічно та явно), так і імпліцитно (внутрішньо і неопублічно). Етичні норми служать межами соціально-прийнятої поведінки, і, як підкреслює Е. Дюркгейм, етика породжує соціальну солідарність, встановлюючи соціальні норми поведінки та об'єднуючи на цій основі членів однієї соціокультурної спільноти [7].

З іншого боку, етика сучасного світового співтовариства - це етика взаємозалежності, етика, більш побудована на відмінностях, ніж спільності між культурами, соціумами, групами та індивідами, етика збереження культурного розмаїття і діалогу культур заради виживання. Сучасна етика проявляється у культурній сприйнятливості, заснованої на усвідомленні, що культурні відмінності не є чимось чужорідним, ворожим чи екзотичним, а також відкритості до прийняття «інакшості» та прагнення її зберігати для майбутніх поколінь, виходячи з визнання та поваги вдач людини, спільноти як туристської дестинації та живої культури на існування, а не з точки зору утилітарної доцільності їх кількості та якості з метою споживання у складі турпродукту. Важливим у цьому сенсі є також розуміння, що «інакше» цінна сама собі, а не тільки як засіб підтримки самоідентифікації індивіда.

Різні аспекти туристичної етики мають кроскультурний характер, що визначається міжкультурною та транснаціональною природою самого туризму. При цьому слід пам'ятати, що етичні норми соціально відносні (моральний релятивізм), що визначає соціально-культурну відносність та національну обумовленість туристичних концептів етичного ряду [7].

Природно, у процесі організації ділових відносин можливі певні конфлікти та шорсткості. Тому дуже важливо пам'ятати при організації туристичної діяльності, що взаємини у цьому бізнесі, як ніякі інші, потребують тактовності та делікатності. Чужі звичаї та уявлення можуть здатися дивними, манери поведінки манірними або, навпаки, вульгарними. Але з початкового, поверхового враження не має народжуватися неповага до своїх партнерів при організації бізнес-відносин.

Важливу роль системі міжнародного туризму грає ділова репутація тієї чи іншої компанії. Важко набуті хорошої репутації, працюючи на міжнародному ринку, на це йдуть роки. А ось втратити її можна дуже швидко і часто через дрібниці: не відповівши вчасно на телефонний дзвінок або лист, не надіславши факс, на який чекають, або, виявивши необов'язковість в будь-якій іншій формі. Для підтримки репутації у міжнародному туристичному бізнесі важливо все: культура мови, манери поведінки, одяг, інтер'єр офісу та ін.

Якщо при організації роботи з туристичесими компаніями вищеперелічені вимоги діловим партнером не виконуються, виявляється його некомпетентність і непорядність, то контакти, зазвичай, оператором відразу ж обриваються.

Для успішної роботи у сфері міжнародного туризму важливо правильно вибудувати взаємини всіх стадій роботи – і щодо об'єкта туризму й у відношенні з туристами. Виходячи з цих факторів пропонується використовувати системний підхід, який полягає у виробленні рекомендацій щодо регулювання роботи учасників процесу в організації розвитку міжнародного туризму.

Функціонально дані рекомендації умовно можна поділити на два розділи:

1) загальні міркування щодо ключових аспектів об'єкта туризму, які стосуються всіх учасників туристського процесу (урядів, громад корінних народів, організацій з управління турнапрямами, туристичних компаній тощо);

2) рекомендації, адресовані трьома основним групами учасників туристського процесу, безпосередньо залученим до туристських операцій на місцях, а саме: туроператорам та туристичним агентствам, гідам та туристам. (Рис. 1)



Рисунок 1 - Рекомендації щодо регулювання роботи учасників процесу в організації розвитку міжнародного туризму

Більш детально розглянемо складові запропонованої схеми (рис. 1).

Для того, щоб у районах куди спрямовані нові туристичні потоки, туризм розвивався та процвітав у дусі взаємоповаги та справедливості, всі учасники туристського процесу повинні враховувати наступні ключові соціально-економічні аспекти та аспекти у галузі прав людини, що мають безпосереднє відношення до об'єкта туризму:

- **Повага:** Поважають культурні цінності та культурну спадщину груп населення, їх фізичні, духовні та культурні відносини з їхніми традиційними землями та правовими звичаями, щоб бути в змозі зрозуміти очікувані ними вигоди від туризму та роль, яку вони бажають відігравати у цьому процесі. Поважають моделі управління, які громади об'єкта туризму бажають застосовувати у розвитку туризму.

- **Консультації:** Беруть участь у повноцінному, прозорому та постійному консультативному процесі щодо планування та розробки проєктів, продуктів та послуг у галузі туризму та управління ними. Цей процес включає діалог між представниками об'єкта туризму та іншими зацікавленими сторонами (урядами, турнапрямами, туристичними компаніями та іншими учасниками).

- **Розширення прав та можливостей:** Допомогають сприяти розвитку навичок та розширенню прав та можливостей громад об'єкта туризму за допомогою організаційних структур та моделей управління, включаючи самоврядування, що дозволяє приймати ефективні рішення щодо туризму.

- **Справедливі партнерські відносини:** Підтримують засновані на праві справедливості підприємства об'єкта туризму та стійкі методи ведення господарської діяльності, що не тільки забезпечує зростання економічних вигод, а й сприяє охороні культурних та природних ресурсів, інтелектуальної власності, забезпеченню розвитку громад та покращенню джерел коштів для існування людей.

- **Захист:** Безпечують, щоб результати розвитку туризму були позитивними та щоб види несприятливого впливу на природні ресурси, культурну спадщину та спосіб життя громад своєчасно виявлялися та запобігали чи усувалися. Беруть участь у захисті природних та культурних цінностей громад об'єкта туризму, а також їх споконвічних земель.

Також необхідно врегулювати участь іншої сторони учасників туристського процесу.

Туроператори являють собою ключовий компонент у ланцюжку збільшення вартості туризму в районах

проживання об'єкта туризму з урахуванням їхньої ролі у створенні традиційних продуктів туризму в цих районах та комерціалізації пропозицій через їхню мережу роздрібних дистриб'юторів, а саме, туристичних агентств.

Розробка продуктів туризму повинна включати:

- Туроператори розробляють продукти та послуги в галузі туризму на основі участі місцевих громад відповідно до зобов'язання зміцнювати насамперед взаємну довіру та захищати традиційну культуру, навколишнє середовище та добробут громад.

- Працюють спільно з громадами у галузі розробки нових продуктів та на всіх етапах управління на основі використання взаємно узгоджених консультаційних процесів з метою забезпечення культурної автентичності та збагачення досвіду у галузі туризму. Розробляють кодекси поведінки, щоб уникнути комерціалізації традиційної культури.

- Залучають громади до розробки справедливих моделей ділового співробітництва. Прислухаються до думок членів громад, оскільки різні люди можуть привнести різні ідеї.

- Працюють спільно з громадами для забезпечення попередньої оцінки пропускної спроможності та приблизного обсягу відвідувань. Керують зростанням туризму, щоб допомогти підтримати традиційні галузі економіки там, де цього бажають громади об'єкта туризму.

- Забезпечують, щоб інтерпретаційні програми для населення полегшували та стимулювали досягнення високого рівня поінформованості та підтримки громадськості, що є необхідною умовою для довгострокового збереження природної та культурної спадщини громад.

- Забезпечують, щоб маркетинг знань та досвіду в галузі туризму в районах проживання здійснювався або контролювався корінними народами. Можливо, потрібен дозвіл на зйомку окремих осіб або конкретних місць та використання певних слів.

Розподіл добутків серед громад об'єкта туризму повинен визначати, які вигоди громади очікують отримати від їх відкриття для туризму та які недоліки можна буде передбачити. Пріоритетна увага з боку громад має приділятися проектам, що приносять повноцінні та довгострокові соціальні вигоди, а не короткостроковим ініціативам, спрямованим на отримання прибутку.

Внесок у розширення прав та можливостей об'єкта туризму складається з того, що пропонують організувати наставництво та навчання для громад, якщо вони бажають розпочати нову справу або вдосконалити свої ланцюжки поставок; доступ на ринки, навчання діловим навичкам та норми гостинності мають важливе значення для успішної роботи туристичних підприємств у районах проживання корінних народів. Також туроператори повинні надати підтримку представникам народу об'єкта туризму у прийомі на роботу на туристичні підприємства на базі громад та навчати кадри з метою розвитку їхнього власного управлінського потенціалу.

Роль немісцевих гідів, які працюють з громадами об'єкта туризму, є важливою не лише через забезпечення правильної інтерпретації культури груп корінних народів або їх зв'язків з природою, але також у зв'язку з виконанням ними функції головного посередника між громадами, місцевими урядами, туристами та туристичними компаніями. Оскільки це привілейоване становище також тягне за собою низку обов'язків і потребує високого ступеня чутливості до місцевих культур та очікувань туристів, гіді повинні взяти до уваги такі рекомендації:

- Працюють пліч-о-пліч з лідерами громад, щоб уникнути заохочення просування неавтентичних культурних програм та виробів кустарного промислу або неточної інтерпретації культурного середовища корінних народів.

- Вивчають та дотримуються кодексів поведінки громад чи кодексів, узгоджених з туроператорами для того, щоб поважати культуру народів та соціально-економічні характеристики.

Встановлюють партнерські відносини з місцевими гідями та зберігачами творів культури та залучають їх до проведення спільних екскурсійних турів з метою забезпечення вигод для громад корінних народів, автентичності та збагачення пов'язаного з туризмом досвіду.

- Передають знання та навички щодо екскурсійного обслуговування туристів членам громади, щоб вони мали більше впевненості в тому, що вони самі можуть стати гідями.

- Інформують туристів про місцеві традиції, вірування та правила до прибуття в громаду.

- У випадку з місцевими гідями з числа корінних народів, найкращими представниками своєї власної культури, певна підготовка щодо вдосконалення перекладацьких навичок може сприяти більш ефективній передачі культурного контенту.

Туристи повинні бути поінформованими про культурні традиції різних етнічних груп і необхідність поводитися відповідально під час подорожі. Окрім обов'язку туристичних компаній та гідів інформувати своїх клієнтів про туризм у районах проживання народів об'єкта туризму, туристи повинні враховувати такі рекомендації:

1) До поїздки:

- Досліджують та збирають інформацію про громаду корінних народів до її відвідин. Розуміння історії, культури, кодексів поведінки також допоможе оцінити їхні звичаї.

- Вибирають туроператорів, які управляються підприємцями з-поміж корінних народів або мають безпосередні ділові відносини з місцевими постачальниками послуг.

2) Під час подорожі:

- Утримуються від придбання виробів кустарних промислів, виготовлених із рідкісних видів рослин або тварин. Безвідповідальна закупівля може стимулювати попит, що може спричинити зникнення деяких видів.

- Не забирають будь-які предмети з місць археологічних розкопок, оскільки це може завдати

непоправної шкоди пам'ятникам культурної спадщини.

- Відвідують лише місця, які відкриті для туристів у районах, керованих громадами корінних народів. Деякі місця або обряди мають релігійне значення і тому вважаються священними або можуть бути забороненими або небезпечними для туристів.

3) Після поїздки:

- Переконаються в тому, що члени громад корінних народів дійсно бажають залучати більше туристів перед тим, як їхні позитивні враження та зображення охоплять тисячі людей через соціальні мережі та цифрові платформи.

- Надсилають додому фотографії, але виявляють обережність щодо того, як використовувати їх, навіть за наявності дозволу. Треті сторони можуть здійснити комерціалізацію ваших вражень про поїздку без попередньої згоди.

Цей перелік рекомендацій може бути ще більш розширений в відповідності до конкретної країни та менти подорожі, але загальні прописані етичні вимоги мають бути виконані усіма учасниками туристського процесу.

Висновки. Таким чином, виконання наведених рекомендацій у розрізі бізнес етики в міжнародному туризмі дозволяє стимулювати розробку туристичними компаніями своїх операцій відповідальним і стійким чином, дозволяючи при цьому тим громадам об'єкта, які бажають відкритися для туризму, повною мірою скористатися можливостями після проведення процесу всебічних консультацій.

Список літератури

1. Harris M. Our Kind: Who We Are, Where We Came From, and Where We Are Going. New York: Harper & Row. - 1989. - 560 p.
2. Fennell D.A. Ecotourism. NY: Routledge. - 2007. - 282 p.
3. Всемирная энциклопедия: Философия / главн. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов. М.: АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор. - 2001. - 1312 с.
4. Fennell D.A. Tourism Ethics. Channel View Publications. - 2006. - 404 p.
5. Beeton S. Community Development Through Tourism. Collingwood: Landlinks Press. - 2006. - 246 p.
6. Доповідь Світового комітету з етики туризму A/23/11 Мадрид, 7 серпня 2019 р. [Електронний ресурс]. – URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-10/19-a23_11_report_world_committee_tourism_ethics_ru.pdf (дата звернення: 1.12.2022).
7. Smith M. & Duffy R. The Ethics of Tourism Development. London & New York: Routledge. - 2003. - 195 p.

References (transliterated):

1. Harris M. Our Kind: Who We Are, Where We Came From, and Where We Are Going. New York: Harper & Row. - 1989. - 560 p.
2. Fennell D.A. Ecotourism. NY: Routledge. - 2007. - 282 p.
3. Vsemirnaya entsiklopediya: Filosofiya / glavn. nauch. red. i sost. A. A. Gritsanov. M.: ACT, Mn.: Harvest, Sovremenniy literator. - 2001. - 1312 s.
4. Fennell D.A. Tourism Ethics. Channel View Publications. - 2006. - 404 p.
5. Beeton S. Community Development Through Tourism. Collingwood: Landlinks Press. - 2006. - 246 p.
6. Dopovid Svitovoho komitetu z etyki turizmu A/23/11 Madrid, 7 serpnia 2019 r. [Elektronnyi resurs]. – URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-10/19-a23_11_report_world_committee_tourism_ethics_ru.pdf (data zvernennia: 1.12.2022).
7. Smith M. & Duffy R. The Ethics of Tourism Development. London & New York: Routledge. - 2003. - 195 p.

Надійшла (received) 09.09.2022

Відомості про авторів / About the Authors

Александрова Вікторія Олександрівна (Aleksandrova Viktoriia Oleksandrivna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3567-979X>, e-mail: Viktoriia.Aleksandrova@khpi.edu.ua

Стригуль Лариса Станіславівна (Strygul Larysa Stanyslavovna) – кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2343-4234>, e-mail: larysa.strygul@khpi.edu.ua.

Ю.А. РОМАНОВСЬКА**СЦЕНАРНИЙ ПІДХІД ДО ЗМІЦНЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МІСТА**

У статті показано важливість зміцнення соціально-економічної безпеки міста, що становить зміст нової для міської влади діяльності – безпекозабезпечувальної діяльності. Безпекозабезпечувальна діяльність міської влади є об'єктом управління, а тому має здійснюватися в межах певного підходу до управління, який має найбільшою мірою відповідати наданим їй характерним рисам. Доведено доцільність використання сценарного підходу до зміцнення соціально-економічної безпеки міста, показано переваги та обмеження його використання. Сценарний підхід становить собою сукупність способів, прийомів, операцій та дій, що відображають філософію на напрями дослідження процесу зміцнення соціально-економічної безпеки міста, поєднані в інструментальну базу підходу на основі розуміння цього процесу та використання спеціального понятійно-категоріального апарату. Використання сценарного підходу до зміцнення соціально-економічної безпеки міста базується на сукупності принципів, серед яких новим є принцип профілеорієнтованості, за яким розроблення сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста має виходити з профіля міста. Операціоналізація принципу профілеорієнтованості у зміцненні соціально-економічної безпеки міста зумовила визначення профілів міста, які поділено на позитивні та негативні. Призначенням профілю міста є розроблення пропозицій щодо зміцнення соціально-економічної безпеки міста з подальшим їхнім уточненням та конкретизацією («прив'язкою») для конкретного міста. Профіль міста має не лише аналітичну, а й іміджеву цінність, а тому має доноситися до цільової аудиторії всіх елементів соціально-економічної системи «місто».

Ключові слова: місто; соціально-економічна безпека; міська влада; безпекозабезпечувальна діяльність; зміцнення; сценарний підхід, принцип

Yu.A. ROMANOVSKA**SCENARIO APPROACH TO STRENGTHENING THE SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF THE CITY**

The article shows the importance of strengthening the socio-economic security of the city, which constitutes the content of a new activity for the city government - security activities. The security activity of the city government is an object of management, and therefore it should be carried out within the limits of a certain approach to management, which should correspond to the greatest extent to its characteristic features. The expediency of using the scenario approach to strengthening the socio-economic security of the city is proved, the advantages and limitations of its use are shown. The scenario approach is a set of methods, techniques, operations and actions that reflect the philosophy of research directions of the process of strengthening the socio-economic security of the city, combined into an instrumental base of the approach based on the understanding of this process and the use of a special conceptual and categorical apparatus. The use of a scenario approach to strengthening the socio-economic security of the city is based on a set of principles, among which the principle of profile orientation is new, according to which the development of scenarios for strengthening the socio-economic security of the city should be based on the profile of the city. The operationalization of the principle of profile orientation in strengthening the socio-economic security of the city led to the definition of city profiles, which are divided into positive and negative. The purpose of the city profile is to develop proposals for strengthening the socio-economic security of the city, with further clarification and specification ("binding") for a specific city. The profile of the city has not only analytical, but also image value, and therefore should be communicated to the target audience of all elements of the socio-economic system "city".

Keywords: city; socio-economic security; city government; security activities; strengthening; scenario approach, principle

Постановка проблеми. В умовах прискорених темпів урбанізації особливою рисою сучасного забезпечення держави виступає забезпечення соціально-економічної безпеки її міст. Саме місто як самостійна регіональна одиниця виступає запорукою сталого розвитку і регіону, і країни в цілому.

Важливість зміцнення соціально-економічної безпеки міста зумовлена, по-перше, роллю сучасних міст у житті значної частини населення країни, що має місце і у більшості країн, і в Україні, а, по-друге, значенням соціально-економічної безпеки міст у забезпеченні соціально-економічної безпеки держави.

У наш час очевидно, що соціально-економічна безпека міст в Україні потребує, як максимум, зміцнення, а, як, мінімум, підтримування на належному рівні, що вельми актуалізує безпекозабезпечувальну діяльність міської влади.

Безпекозабезпечувальна діяльність міської влади, як і будь який інший вид діяльності, є об'єктом управління, а тому має здійснюватися в межах певного підходу до управління. Адже для системного здійснення дій із зміцнення соціально-економічної безпеки міста необхідне виконання основних управлінських функцій – організації, координації, контролю та ін., форми виконання яких залежать від вибраного підходу до управління.

Управління безпекозабезпечувальною діяльністю міської влади має бути позбавлено рефлексивності, тобто управління «за обставинами», що має вигляд певних часто непов'язаних між собою фрагментарних, ресурсно незабезпечених дій у відповідь на певні процеси, ситуації або обставини у зовнішньому та внутрішньому середовищі системи. Причому, такі процеси, ситуації або обставини можуть або дійсно виникнути знезапечно, раптово (за принципом «чорного лебедя» Н. Талеба), а можуть формуватися достатньо тривалий час, але перебувати поза увагою міської влади, залишатися нею недооціненими і на певний момент часу – розпочати розвиватися як загроза місту.

Тому управління безпекозабезпечувальною діяльністю міської влади має здійснюватися за підходом, що найбільшою мірою відповідає особливостям об'єкта управління, що надає можливість якщо не вплинути на процеси, ситуації або обставини у зовнішньому та внутрішньому середовищі системи, то хоча підготуватися до них і у першу чергу організаційно, а не здійснювати безпекозабезпечувальні заходи «за обстановкою», що завжди призводить до помилок та запізнювання заходів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Незважаючи на поширеність, вивчення категорії «соціально-економічна безпека об'єкта» є підстави

© Ю.А. Романовська, 2022

вважати незавершеним, зокрема через відсутність досліджень щодо її нових об'єктів. Традиційно об'єктами соціально-економічної безпеки є держава, регіон та підприємство, що свідчить про незавершеність архітектоніки економічної безпекології, оскільки такі об'єкти не вичерпують всієї їхньої множини. Для посилення гармонійного сполучення всіх частин економічної безпекології необхідна подальша ідентифікація об'єктів економічної безпекології, зокрема соціально-економічної безпеки міста - основного утворюючого елемента регіону, центра економічного, духовного і політичного життя суспільства.

Наукові публікації із соціально-економічної безпеки міста поки є вкрай нечисленними (наприклад, наукові праці А.В. Плужника [1,2]), в яких вперше заявлено про об'єктність міста в економічній безпекології мезорівня. В окремих наукових публікаціях ([3,4,5]) місто як об'єкт економічної безпеки розглядається вельми опосередковано.

Аналіз наявних публікацій у вітчизняній науці з проблематики соціально-економічної безпеки міста свідчить про відсутність системних концептуальних положень щодо соціально-економічної безпеки міста, тому попередні публікації автора присвячено формуванню її експлейнарного, теоретичного та методологічного базисів на підставі поєднання положень нової парадигми існування людства в якісно новому динамічному техногенному інформаційному суспільстві, положень концепції «суспільство ризику» та людиноцентричної концепції розвитку суспільства [6,7,8]. Операціоналізація їхніх положень дозволяє організувати безпекозабезпечувальну діяльність міської влади, зокрема визначити підхід до зміцнення соціально-економічної безпеки міста.

Метою статті є обґрунтування доцільності використання у зміцненні соціально-економічної безпеки міста, що є результатом безпекозабезпечувальної діяльності міської влади, саме сценарного підходу, що передбачає аналіз розвитку загроз соціально-економічній системі «місто», його вірогідних наслідків та синтез ймовірних безпекозабезпечувальних заходів міста щодо протидії розвитку загроз з визначенням необхідних ресурсів та залученням стейкхолдерів.

Основні результати дослідження. Зміцнення соціально-економічної безпеки міста становить собою сукупність дій, які спрямовані на протидію негативним змінам у соціально-економічній системі «місто», які виникли або можуть виникнути внаслідок реалізації загроз системі, які у сукупності можуть погіршити стан системи аж до її якісної трансформації та її спроможність виконувати основні функції. Зазначена сукупність дій, які мають виконуватися постійно, становить зміст нової для міської влади діяльності – безпекозабезпечувальної діяльності. Її результатом саме і є зміцнення соціально-економічної безпеки міста або, як мінімум, недопущення її погіршення.

Проте зміцнення соціально-економічної безпеки міста – це не просто розроблення за вибраними напрямками заходів та дій, що поєднуються у межах відповідних міських програм та проєктів. Насправді це

значно складніший процес, і для того, щоб він не мав суто формального характеру і, відповідно, низьку результативність, необхідно, перш за все, обґрунтувати вибір методологічного підходу, в межах якого має здійснюватися таке зміцнення.

Традиційні підходи до управління будь-яким об'єктом (системний, ситуаційний, процесний, проєктний, функціональний, сценарний, програмно-цільовий) докладно описано у сучасній науковій літературі (наприклад, [9,10,11, 12,13 та ін.]). Вибір підходу до управління безпекозабезпечувальною діяльністю міської влади з метою зміцнення соціально-економічної безпеки міста має виходити з особливостей такої діяльності та відповідності ним кожного з наявних підходів.

Характерними рисами безпекозабезпечувальної діяльності міської влади, спрямованої на зміцнення соціально-економічної безпеки міста, слід визнати такі:

безперервність (постійний характер) здійснення: аналіз загроз соціально-економічній системі «місто», оцінювання наслідків їхньої реалізації, оцінювання рівня соціально-економічної безпеки міста, виконання захисних дій та інші види безпекозабезпечувальної діяльності міста мають здійснюватися постійно, а не «час від часу» або періодично;

забезпечення цілісності та узгодженості заходів щодо зміцнення соціально-економічної безпеки міста: цілісне завдання зі зміцнення соціально-економічної безпеки міста передбачає його декомпозицію на значну сукупність окремих заходів та дій, які мають бути ретельно узгоджені між собою у часі та просторі;

гнучкість реагування на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі соціально-економічної системи «місто»: такі зміни безпосередньо визначають зміни у розвитку загроз соціально-економічній системі «місто» - пришвидшують або гальмують їхній розвиток;

готовність до реагування на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі соціально-економічної системи «місто»: дії міської влади на випадок можливих змін, як мінімум, мають бути відомими всім учасникам безпекозабезпечувальної діяльності у місті, а, як максимум, забезпечені відповідними ресурсами та належним чином організовані;

можливість інтеграції до управління містом: безпекозабезпечувальна діяльність міської влади не скасовує інших важливих завдань із забезпечення життєдіяльності міста. Зміцнення соціально-економічної безпеки міста є важливим та актуальним завданням міської влади, але ж його вирішення не заміняє собою управління містом в цілому. Вирішення цього завдання має бути інтегроване до управління містом загалом.

За результатами аналізу відповідності наявних управлінських підходів характерним рисам безпекозабезпечувальної діяльності міської влади є підстави стверджувати, що найпридатнішим є сценарний підхід, який надає змогу, зокрема забезпечити гнучке реагування на можливі зміни у зовнішньому середовищі та внутрішньому середовищі соціально-економічної системи «місто» та

підготовленість до такого реагування. Відповідність саме сценарного підходу характерним рисам безпекозабезпечувальної діяльності міської влади забезпечується розробленням сукупності можливих сценаріїв, випереджальних за характером, та актуалізацією тих сценаріїв, які найбільшою мірою відповідають обставинам зовнішнього або внутрішнього середовища соціально-економічної системи «місто».

Отже: сценарний підхід у безпекозабезпечувальній діяльності міської влади – це аналіз розвитку загроз соціально-економічній системі «місто», його вірогідних наслідків та синтез ймовірних безпекозабезпечувальних заходів міста щодо протидії розвитку загроз з визначенням необхідних ресурсів;

сценарій зміцнення соціально-економічної безпеки міста – це варіативний якісний та кількісний опис тенденцій у безпекозабезпечувальній діяльності міської влади, що формуються завдяки сукупності взаємопов'язаних безпекозабезпечувальних заходів, набір зв'язків «що – якщо» між безпекозабезпечувальними заходами та змінами негативного характеру у соціально-економічній системі «місто», що можуть виникнути (або вже виникли) через реалізацію загроз системі.

Надання переваги саме сценарному підходу у зміцненні соціально-економічної безпеки міста зумовлено таким:

сценарний підхід найбільшою мірою забезпечує відповідність характерним рисам безпекозабезпечувальної діяльності міської влади і не лише дозволяє долати об'єктивну мінливість середовища убезпечення міста, а й суб'єктивні обмеження, що призводять до так званого «тунельного» мислення;

сценарний підхід надає можливість сформувати сукупність сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста, забезпечуючи при цьому гнучкість управлінського впливу та еквівалентність здійснюваних безпекозабезпечувальних заходів;

безпекозабезпечувальна діяльність міської влади перебігає у турбулентному зовнішньому середовищі, яке характеризується значною невизначеністю, через що застосовувати складні інструменти прогнозування є економічно неправильним, адже це гарантовано призводить до невиправданих зайвих витрат;

сценарії зміцнення соціально-економічної безпеки міста містять науково обґрунтовані припущення щодо найважливіших тенденцій в його зовнішньому та внутрішньому середовищі, інституціоналізовані напрями безпекозабезпечувальної діяльності міської влади, можливості та ризики розвитку реалізації загроз місту, опис бажаного стану соціально-економічної безпеки міста у деякому майбутньому;

у безпекозабезпечувальній діяльності міської влади з великою ймовірністю можливі події, які не вкладаються до деяких усталених стандартних поглядів та оцінок, не могли бути прогнозовані, виходячи з минулих тенденцій, але можуть мати колосальний вплив на соціально-економічну безпеку міста у майбутньому;

управлінський вплив спрямовується на основні компоненти зміцнення соціально-економічної безпеки міста (ресурси, знання, компетенції, можливості міської влади, структура соціально-економічної системи «місто» та взаємозв'язки між її елементами) з метою досягнення позитивного синергійного ефекту в убезпеченні міста;

виникає можливість сформувати набір описів послідовності можливих подій через реалізацію загроз місту, які з певною вірогідністю можуть призвести до погіршення його соціально-економічної безпеки, та набір безпекозабезпечувальних заходів, які мають протидіяти такому погіршенню.

Сценарний підхід не позбавлений недоліків, які проявляється у конкретній сфері його застосування. Стосовно зміцнення соціально-економічної безпеки міста недоліки та обмеження сценарного підходу можна сформулювати в такий спосіб:

розроблення сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста є творчим процесом, результативність якого дуже залежить від кваліфікації консультантів, їхнього досвіду у використанні різноманітних теоретичних конструктів, застосованої методології в побудові ментальних моделей і каркасів безпекозабезпечувальної діяльності міської влади. Є певні (і, на жаль, обґрунтовані сумніви) щодо наявності таких фахівців у міській владі навіть великих міст (хоча їй на допомогу можуть прийти науковці та фахівці провідних компаній, що діють у такому місті). Наявність таких фахівців у міській владі середніх та невеличких міст викликає сумніви;

сценарії зміцнення соціально-економічної безпеки міста мають бути забезпечені системою індикаторів, орієнтуючись за якими, можна своєчасно визначити, який зі сценаріїв, власне, реалізується в реальності. Сьогодні у методології сценарного підходу не те, що кількісні, навіть якісні критерії розмежування сценаріїв відсутні;

розроблення сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста потребує великого обсягу підготовки, відбору даних та аналітичної роботи, «репетиції» майбутнього (визначення алгоритму дій у разі кожного зі сценаріїв), а в органах міської влади, діяльність яких організовано за функціональним підходом, «зайвих» та «вільних» працівників немає (тим більш в очікуванні планованого скорочення чисельності працівників). Отже, для розроблення сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста доведеться або збільшувати чисельність працівників органів міської влади (що є малоімовірним), або залучати сторонніх фахівців (що те ж є малоімовірним, бо кошти на оплату їхньої праці не виділятимуть, працюють вони на разовій основі, що для безпекозабезпечувальної діяльності неприпустимо), або покласти нове навантаження на наявних працівників, в яких вже є свої функціональні обов'язки (що вкрай зменшить якість результатів його виконання, зведе нанівець зусилля міської влади щодо убезпечення міста);

сценарії зміцнення соціально-економічної безпеки міста мають невизначені, нечіткі, прозорі межі, через що складно відділити один сценарій від іншого;

при виборі сценарію зміцнення соціально-економічної безпеки міста може мати місце певний волонтаризм, зумовлений стилем керівництва в органах міської влади та відносинами між її гілками.

Операціоналізація положень сценарного підходу (тобто переведення їх у практичну площину) відбувається за допомогою методів цього підходу, кожен з яких передбачає виконання взаємоузгодженої сукупності прийомів та операцій. Індуктивні та дедуктивні методи створення базової логіки сценаріїв відомі: метод «знакових» подій, метод модифікації офіційного майбутнього, метод побудови сценарних матриць, метод посилення, метод критичних полів (the critical site method), метод «логіки можливого розвитку» (його поширеною модифікацією є метод Сааті), матриця перехресного впливу подій, метод Байеса. Ці методи з різним ступенем деталізації описані у сучасній науковій літературі (наприклад, [14-17]), а деякі з них активно застосовуються у практиці стратегічного управління (наприклад, сценарії розвитку фірм «Ройал-Датч-Шелл», «Вольво», Лондонської фондової біржи та Білого дому США П. Шварца, одного із найвідоміших фахівців сценарного аналізу, співзасновника та голови Global Business Network (GBN), однієї з провідних консалтингових компаній, що спеціалізуються на розробці сценаріїв довгострокового планування [18]).

Зазначені методи базової логіки сценаріїв дозволяють розробити для зміцнення соціально-економічної безпеки міста:

описові (або дескриптивні) сценарії, які розробляються з метою вивчення всіх можливих варіантів розвитку подій в майбутньому з фіксацією властивостей та параметрів рішень, що плануються [19];

нормативні сценарії, які спираються на загальноприйняті норми, що будуть використані в ході забезпечення міста;

пошукові сценарії, в яких використовується аналітичний апарат економіко-математичних методів (методи математичної статистики, економетрики, теорії графів тощо) в аналізі зв'язків та чутливості залежних факторів від змінних факторів, у дослідженні варіантів розвитку за допомогою середніх величин або побудови дерева ймовірностей та побудови профілю ризику [19].

Зміцнення соціально-економічної безпеки міста з використанням сценарного підходу як певний процес, що складається із упорядкованої завдяки управлінському впливу низки дій, має здійснюватися з використанням певних принципів, які виступатимуть водночас й обмежувальними умовами, й цільовими орієнтирами під час здійснення будь-яких заходів у зазначеному напрямку. До них належать принципи законності, соціальної спрямованості, ресурсозабезпечення, залучення стейкхолдерів, несуперечливості сценаріїв, профілеорієнтованості [12, 14-17, 20-22].

Названі принципи зміцнення соціально-економічної безпеки міста на засадах сценарного підходу тією чи іншою мірою відомі, а ось принцип

профілеорієнтованості є новим, що потребує докладнішого опису його змісту та дій.

За принципом профілеорієнтованості розроблення сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста має виходити з профілю міста. Адже безпекозабезпечувальні заходи не мають універсального характеру, єдині лише принципи їхнього розроблення та виконання: навряд чи однакові дії корисні й малому місту з певною специфікою, й великому місту, що є обласним центром.

Використання принципу профілеорієнтованості при розробленні сценарію зміцнення соціально-економічної безпеки міста надає можливість:

поєднати загальне та індивідуальне у зміцненні соціально-економічної безпеки міста шляхом розроблення відносно універсальних профілів міста та їхньої адаптації до особливостей конкретного міста;

максимально раціонально використати наявні ресурси для зміцнення соціально-економічної безпеки конкретного міста;

до деякої міри нівелювати заздалегідь непередбачувані, а тому й непрогнозовані загрози соціально-економічній системі «місто», що надає змогу до деякої міри дотриматися еквівіальності управлінського впливу у зміцненні соціально-економічної безпеки конкретного міста;

забезпечити гнучкість та адаптивність безпекозабезпечувальних заходів залежно від особливостей розвитку конкретних загроз соціально-економічній системі «місто».

Принцип профілеорієнтованості сценарію передбачає формування профілю міста, у якого використано ознаки характеристичного опису міста, описані у [6].

Визначені профілі міста в контексті зміцнення його соціально-економічної безпеки поділено на позитивні та негативні (табл. 1).

Щодо наданих у табл. 1 профілів міст, з урахуванням яких має формуватися сценарії зміцнення їхньої соціально-економічної безпеки, слід зауважити таке.

Профіль міста, по суті, визначає джерела зміцнення економічної складової соціально-економічної безпеки міста. Так, наприклад, профіль «Місто із вдалим географічним розташуванням» (хоча критерії «вдалість розташування» не є чітко формалізованим) базується на близькості міста до моря, великих судноплавних річок або дружних країн, розташуванні його на міжнародних транспортних магістралях, наявності у місті мережі залізничних шляхів.

Характерною рисою профілю міста «Середнє або маленьке місто, яке не має відмінностей та великих підприємств» є не стільки наявність у міста слабких місць, скільки відсутність позитивних, що виявляється

Таблиця 1- Позитивні та негативні профілі міста

Профілі міста	Опис профілю міста
Позитивні профілі міст	
Велике промислове місто	Місто зі значною кількістю великих промислових підприємств. Бажано, щоб економічна діяльність у місті була диверсифікованою
Місто з унікальними властивостями (рекреаційний, туристичний, історико-культурний центр, центр народної творчості)	Місто, яке за рахунок низки чинників (культурна або історична цінність, цікавість для туристів, наявність природних ресурсів) становить інтерес для зовнішньої цільової аудиторії
Місто-адміністративний центр	Місто, що є центром області або територіальної громади
Місто із вдалим географічним розташуванням (хаб)	Місто, яке може отримувати додаткові переваги (ринкові та неринкові) за рахунок вдалого географічного розташування (на березі моря, річки, поблизу адміністративних кордонів, транспортних вузлів, міжнародних транспортних магістралей тощо)
Негативні профілі міст	
Середнє або маленьке місто, яке не має відмінностей та великих підприємств	Невелике за розміром місто, у якому відсутні промислові підприємства, яке не має суттєвих відмінностей, які б могли сприяти активізації економічної діяльності (запаси корисних копалин, історичний або культурний статус тощо)
Екологічно несприятливе місто	Місто, у якому наявна значна кількість шкідливих промислових викидів або інші джерела забруднення навколишнього середовища, які становлять небезпеку для людей та довкілля
Історично економічно депресивне місто	Місто, яке увійшло у цикл економічної стагнації, про що свідчать погіршення демографічної ситуації, системне зношення інфраструктури та виробничих потужностей, погіршення економічної активності. Такий цикл має самовідтворювальну природу
Моногалузеве місто	Місто, виробнича діяльність у якому представлена підприємствами однієї галузі або взагалі одним підприємством
Місто, постраждале від військової агресії РФ	Місто, виробничу діяльність в яких суттєво скорочено або припинено через значні руйнування та перервану логістику через військову агресію РФ (підприємства зруйновано або релокалізовано). Відновлення виробничої діяльності залежить від міри руйнування міста.

Розроблено автором.

у відсутності або явній недостатності ресурсів (нематеріальних, виробничих, людських) для розвитку економічної підсистеми соціально-економічної системи «місто» (залучення інвесторів до міста або створення продукції для міжрегіонального обміну), що сприяє замкненості економічної підсистеми міста. Якщо велике місто з передмістями може бути економічно самодостатнім, то середнє або маленьке місто забезпечити самодостатність навряд чи може, перш за все, через необхідність виконання соціальних функцій.

Повільне погіршення профілю спостерігалось останніми десятиліттями у міст східного регіону України і саме через припинення або суттєве погіршення діяльності підприємств міст. Стрибкоподібну зміну профілю міст в Україні або зменшення (іноді суттєво) міру позитивності їхнього профілю спостерігаємо у наш час, час російської навали РФ в Україну. Так, зокрема зміна профілю з позитивного на негативний характерна для міст лівобережної України (у тому числі великих), що не просто негативно вплинуло на економічну підсистему соціально-економічної системи цих міст, а у низці випадків зруйнувало її.

З іншого боку, як це ні парадоксально, у містах західної України виникли нові можливості розвитку економічної підсистеми соціально-економічної системи цих міст за рахунок релокації підприємств. Більшість компаній перемістили свої потужності до Львівської (24,6% релокованих підприємств), Закарпатської (16,1%) та Чернівецької (11,4%) областей [24].

Через російську навалу РФ в Україну зменшується позитивність профілю міст з унікальними властивостями (рекреаційні, туристичні, історико-культурні центри, центри народної творчості), навіть тих, що розташовані далеко від місць військових дій, що зумовлено зменшенням затребуваності цих властивостей (у туристів, відпочивальників, поціновувачів тощо).

Покращення профілю міста можливе і за рахунок цілеспрямованих зусиль (але не лише міста, а й регіону та держави) та значної інвестиційної підтримки, які мають бути дуже значними щодо міст з профілями «Історично економічно депресивне місто» та «Моногалузеве місто».

Міська влада має обмежені повноваження щодо зміни профілю міста, посилення його позитивності або

протидії погіршенню профілю. Так, профіль «Велике промислове місто» передбачає не просто наявність у місті значної кількості промислових підприємств. Такий профіль передбачає, що такі підприємства активно працюють, що забезпечує надходження коштів до бюджету міста, реальну зайнятість населення (її головною ознакою є своєчасна та у повному обсязі виплата заробітної плати працівникам підприємств) та інвестиції у розвиток підприємств. Лише наявність підприємств ще не дозволяє розглядати профіль «Велике промислове місто» як позитивний, оскільки підприємства міста можуть перебувати у непрацюючому стані, а міська влада в Україні не має повноважень вплинути на такі підприємства.

Позитивний профіль «Місто з унікальними властивостями» мають на перший погляд не схожі міста: Умань (релігійний, історичний та туристичний центр), Трускавець (бальнеологічний курорт та лікувальний центр), Острог (освітній центр, в якому знаходиться відомий заклад вищої освіти Острозька Академія). Їхні унікальні риси, «родзинки» спроможні закласти підвалини зміцнення соціально-економічної безпеки цих міст. Проте їхнє активне використання стикається з обмеженими повноваженнями міської влади (наприклад, надання пільг в оподаткуванні), суперечностями між інтересами міської влади та власників економічних активів, розташованих у цих містах. Хоча задля справедливості слід відзначити, що джерелами таких суперечностей є раніш ухвалені рішення міської влади, які виявилися, як мінімум, неефективними, а, як максимум, мали корупційну складову.

Для окремих міст можна застосувати кілька профілів в описі їхньої особливості у контексті розроблення сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки. Так, місто може одночасно бути і великим промисловим містом, і екологічно несприятливим містом (таке поєднання профілів характерне для міст східного та південного регіонів України). Приклади таких міст в Україні численні. Місто може поєднувати статус адміністративного центра та мати вдале географічне розташування. При цьому очевидна кореляція між профілями міст «Велике промислове місто» та «Екологічно несприятливе місто». Попри розвиток технологій сьогодні можливість зробити металургійні, нафтохімічні, енергетичні підприємства повністю нешкідливими з економічної точки зору нереально (власники таких підприємств неохоче інвестують кошти у захисні споруди, особливо, якщо держава не приділяє цьому великої уваги). Хоча і стверджувати, що розвиток промисловості обов'язково веде до критичних екологічних наслідків, невірно, оскільки в Україні є промислово розвинені міста з порівняно непоганими екологічними показниками.

Водночас є профілі міст, які принципово не можна поєднати (наприклад, очевидно, що одне місто не може поєднувати профілі «Велике промислове місто» та «Історично економічно депресивне місто»).

У розробленні сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста з використанням принципу

профілеорієнтованості сценарію необхідно враховувати позитивні та негативні аспекти безпекозабезпечувальної діяльності міської влади міст, які віднесено до певного профілю (табл.2).

Безумовно, доволі складно відшукати позитивні аспекти безпекозабезпечувальної діяльності міської влади міст з негативним профілем. Проте такі аспекти є. Інша справа врахувати їх у сценарії зміцнення соціально-економічної безпеки міста, що потребує відповідних ресурсів – часу, підтримки регіону та держави, якісного міського менеджменту.

Профіль міста має не тільки аналітичну, а й іміджеву цінність у сценаріях зміцнення соціально-економічної безпеки міста. Він має доноситися до цільової аудиторії всіх елементів соціально-економічної системи «місто» (бізнесу, влади, недержавних установ, освітніх установ тощо), які за рахунок комунікацій з цільовою аудиторією, по-перше, будуть транслювати профіль міста в контексті його соціально-економічної безпеки, а, по-друге, певною мірою будуть взаємодіяти з цільовою аудиторією, підтверджуючи когерентність та цілісність профілю.

Висновки. Зміцнення соціально-економічної безпеки міста має відбуватися в ході нової для міської влади діяльності – безпекозабезпечувальної, результатом якої має стати зміцнення соціально-економічної безпеки міста.

Безпекозабезпечувальна діяльність як сукупність дій, які спрямовані на протидію негативним змінам у соціально-економічній системі «місто», які виникли або можуть виникнути внаслідок реалізації загроз системі, є об'єктом управління, а тому має здійснюватися в межах певного підходу до управління, який має найбільшою мірою відповідати її характерним рисам.

Результати аналізу відповідності наявних підходів до управління характерним рисам безпекозабезпечувальної діяльності міської влади показали, що найпридатнішим у вирішенні завдання зміцнення соціально-економічної безпеки міста є сценарний підхід. Тому напрацювання та пропозиції щодо зміцнення соціально-економічної безпеки міста доцільне на засадах саме сценарного підходу визначеної сукупності принципів, серед яких новим є принцип профілеорієнтованості, за яким розроблення сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки міста має виходити з профіля міста.

Операціоналізація принципу профілеорієнтованості у зміцненні соціально-економічної безпеки міста зумовила визначення профілів міста, які поділено на позитивні та негативні. Профіль міста, по суті, визначає джерела зміцнення економічної складової соціально-економічної безпеки міста, не залишається незмінним у часі (повільно або стрибкоподібно, але незмінно змінюється). Міська влада має обмежені повноваження щодо зміни профілю міста, посилення його позитивності або протидії погіршенню профілю. Для окремих міст можна застосувати кілька профілів при розробленні сценаріїв зміцнення соціально-економічної безпеки, поєднаних у зворотно-симетричній матриці. Профіль міста має не лише аналітичну, а й іміджеву цінність, а тому має доноситися до цільової аудиторії всіх елементів соціально-економічної системи «місто».

Таблиця 2 - Позитивні та негативні аспекти безпекозабезпечувальної діяльності міської влади міст, які віднесено до певного профілю

Профіль міста	Позитивні аспекти	Негативні аспекти
Позитивні профілі міста		
Велике промислове місто	достатній обсяг надходжень до бюджету міста значний та стабільний попит на робочу силу диверсифікація джерел формування доходів бюджету міста та домогосподарств привабливість міста для внутрішньої міграції передумови для розвитку інших секторів економіки міста за рахунок внутрішнього попиту (транспорту, логістичної інфраструктури, медичної інфраструктури тощо)	не надто задовільна екологічна ситуація у місті зростання кількості професійних захворювань та захворювань внаслідок незадовільної екологічної ситуації у місті висока залежність як промисловості, так і ЖКГ міста від енергетичної інфраструктури ризик техногенних катастроф та аварій
Місто з унікальними властивостями (рекреаційний, туристичний, історико-культурний центр, центр народної творчості)	наявні унікальні ресурси та можливості можуть послугувати ресурсною базою зміцнення соціально-економічної безпеки міста, сталого розвитку економіки міста, формування стійких зв'язків із зовнішніми стейкхолдерами підвищення привабливості міста для інвесторів (як резидентів, так і нерезидентів)	односпрямований розвиток міста висока залежність від унікальних властивостей (вичерпання або зменшення зовнішнього попиту на них)
Місто-адміністративний центр	передумови для розвитку всіх секторів економіки міста привабливість міста для внутрішньої міграції, місцевого бізнесу та зовнішніх інвесторів (як резидентів, так і нерезидентів)	удорожчання вартості житла, що обмежує притік робочої сили удорожчання ресурсів для ведення бізнесу (вартості землі, оренди майна тощо)
Місто із вдалим географічним розташуванням (хаб)	передумови для розвитку інших секторів економіки міста за рахунок вдалого місцерозташування привабливість міста для внутрішньої міграції, місцевого бізнесу та зовнішніх інвесторів (як резидентів, так і нерезидентів)	залежність міста від транспортних коридорів залежність міста від підприємств, які використовують хаб спрощення виїзду з міста молоді та робочої сили
Негативні профілі міста		
Середнє або маленьке місто, яке не має відмінностей та великих підприємств	низький вхідний бар'єр для початку бізнесу (як правило, низька вартість землі та оренди майна) невисокий рівень заробітної плати у місті, що є привабливим для потенційних інвесторів можливим є відносно вдале географічне розташування міста	відсутність ключових позитивних відмінностей міста низька конкурентоспроможність міста остійний виток кваліфікованих спеціалістів та молоді
Екологічно несприятливе місто	низький вхідний бар'єр для початку бізнесу, що не залежить від екологічної ситуації	низька привабливість міста для населення, що ускладнює кадрове забезпечення підприємств високі витрати на надання медичних послуг
Історично економічно депресивне місто	низька вартість оренди майна, землі та житла наявність незалучених трудових ресурсів невисокий рівень заробітної плати можливим є вдале географічне розташування міста	дефіцит місцевих бюджетів постійний виток кваліфікованих спеціалістів та молоді низька якість послуг, які надаються мешканцям міста низька привабливість міста для населення, що веде до істотного

Розроблено автором

Список літератури

- Плужник А. В. Концепція економічної безпеки міст України в умовах глобалізації. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2012. № 2 (53). С. 51-53.
- Плужник А. В. Формування системи забезпечення економічної безпеки міста. *Scientific Journal «ScienceRise»*. 2015. №7/3(12). URL: <http://journals.urau.ua/sciencerise/article/view/47225/43687> (дата звернення 14.07.2019).
- Жадан Є. *Методологічні засади формування моделі соціальної безпеки міста. Державне управління та місцеве самоврядування*. 2015. 1(24). URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2015/2015_01\(24\)/33.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2015/2015_01(24)/33.pdf) (дата звернення 16.07.2019).
- Карлова О. А. Системне управління та пропорційний розвиток інфраструктури міст України. *Технічний прогрес та ефективність виробництва*. 2013. №45. С. 63-69.
- Жукова Н. В. Економічні інтереси сталого розвитку малих міст у системі економічної безпеки держави. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 14. Ч. 1. С. 98-103.
- Романовська Ю. А. Соціально-економічна безпека: зміст категорії та її об'єкти. *Бізнес Інформ*. 2019. №6. С. 13-20. DOI.org/10.32983/2222-4459-2019-6-13-20
- Романовська Ю. А. Місто як об'єкт соціально-економічної безпеки. *Проблеми економіки*, 2019. №3. С. 171-176. DOI.org/10.32983/2222-0712-2019-3-171-177
- Романовська Ю. А. Соціально-економічна безпека міста. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2019. Том 4. № 20. С. 82-92. DOI: 10.29038/2411-4014-2019-04-82-92
- Запара Л. А. Основні підходи до управління: еволюція та перспективи. *Агросвіт*. 2015. №20. С. 16-22.
- Ляшенко Р. В. Основні підходи до управління в бізнесі. *Молодий вчений*. 2018. № 12(64). С. 296-301.
- Перерва І. М. Переваги впровадження процесного підходу до управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 29. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/539-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-517-1-10-20210819.pdf>
- Ramirez R., Wilkinson A. *Strategic Reframing: The Oxford Scenario Planning Approach*. Oxford : Oxford University Press, 2016. 274 p.
- Переверза Е. В. Сценарний підхід в задачах аналізу складних соціальних систем. *Системні дослідження та інформаційні технології*. 2011. № 1. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/50092/12-Pereverza.pdf?sequence=1>
- Ringland G. *Scenario Planning*. 2-d ed. Gloucestershire (UK) : The Choir Press, Revised edition. 2014. 492 p.
- Lindgren M., Bandhold H. *Scenario Planning: The Link between Future and Strategy*. London : Palgrave Macmillan, 2003. 204 p.
- Ali R., Luther D. *Scenario Planning: Strategy, Steps and Practical Examples*. URL: <https://www.netsuite.com/portal/business-benchmark-brainyard/industries/articles/cfo-central/scenario-planning.shtml#:~:text=In%20the%20context%20of%20a,how%20your%20organization%20will%20respond>
- Mercer D. *Scenarios made easy*. Long Range Planning. 1995. Vol. 28. № 4. P. 81-86. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/00246301950015B?via%3Dihub>
- Schwartz P. *Inevitable Surprises: Thinking Ahead in a Time of Turbulence*. Gotham, 2003. 256 p.
- Pitkänen O. *Legal Challenges to Future Information Businesses*. Dissertation for the degree of Doctor of Science. Helsinki : Helsinki Institute for Information Technology (HIIT), 2006. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/ThesisDrFinal2005-12.pdf>
- Kahn H., Wiener A. *The Year 2000: A Framework for Speculation on the Next Thirty-Three Years*. The Hudson Institute, 1967 432 p.
- Chermack T. J. *Scenario Planning in Organizations: How to Create, Use, and Assess Scenarios*. Oakland, CA : Berrett-Koehler Publishers, 2011. 296 p.
- Geschka H., Hammer R. *Die Szenario-technik in der strategischen Unternehmensplanung*, in: *strategische Unternehmensführung*. Heidelberg : D. Hahn, B. Taylor Aufl., 1992. 311 s.
- Романовська Ю. А. Місто як ґрубогеосистема: структура та особливості. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 116-122.
- Майже 700 підприємств змінили локацію через війну: куди найчастіше переїжджають. URL: <https://dailylyviv.com/news/ekonomika/maizhe-700-pidpriemstv-zminyly-lokatsiyu-cherez-viinu-kudy-naichastishe-pereyizhdzhayut-101130>

References (transliterated)

- Pluzhnik A. V. *Koncepciya ekonomichnoyi bezpeki mist Ukrayini v umovah globalizaciyi* [The concept of economic security of Ukrainian cities in the conditions of globalization]. *Naukoviy visnik Poltavskogo universitetu ekonomiki i torgovli* [Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade]. 2012. no 2 (53). pp. 51 53.
- Pluzhnik A. V. *Formuvannya sistemi zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeki mista* [Formation of a system for ensuring the economic security of the city]. *Scientific Journal «ScienceRise»*. 2015. no 7/3(12). URL: <http://journals.urau.ua/sciencerise/article/view/47225/43687> (data zvernennya 14.07.2019).
- Zhadan Ye. *Metodologichni zasadi formuvannya modeli socialnoyi bezpeki mista. Derzhavne upravlinnya ta misceve samovryaduvannya* [Methodological principles of the formation of the social security model of the city. State administration and local self-government.]. 2015. 1(24). URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2015/2015_01\(24\)/33.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2015/2015_01(24)/33.pdf) (data zvernennya 16.07.2019).
- Karlova O. A. *Sistemne upravlinnya ta proporcijnij rozvitok infrastrukturi mist Ukrayini* [Systemic management and proportional development of the infrastructure of Ukrainian cities]. *Tekhnichnij progres ta effektivnist virobnictva* [Technical progress and production efficiency]. 2013. no 45. pp. 63 69.
- Zhukova N. V. *Ekonomichni interesi stalogo rozvitku malih mist u sistemі ekonomichnoyi bezpeki derzhavi* [Economic interests of sustainable development of small towns in the system of economic security of the state]. *Naukoviy visnik Uzhgorodskogo nacionalnogo universitetu* [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University]. 2017. issue. 14. Ch. 1. pp. 98 - 103.
- Romanovska Yu. A. *Socialno-ekonomichna bezpeka: zmist kategorii ta yiyi ob'ekti* [Socio-economic security: content of the category and its objects]. *Biznes Inform* [Business Inform]. 2019. no6. pp. 13 20. DOI.org/10.32983/2222-4459-2019-6-13-20
- Romanovska Yu. A. *Misto yak ob'ekt socialno-ekonomichnoyi bezpeki* [The city as an object of social and economic security]. *Problemi ekonomiki* [Problems of the economy], 2019. no 3. pp. 171 176. DOI.org/10.32983/2222-0712-2019-3-171-177
- Romanovska Yu. A. *Socialno-ekonomichna bezpeka mista* [Social and economic security of the city]. *Ekonomichnij chasopis Shidnoevropejskogo nacionalnogo universitetu imeni Lesi Ukrayinki* [Economic journal of Lesya Ukrainka East European National University]. 2019. Vol. 4. no 20. pp. 82-92. DOI: 10.29038/2411-4014-2019-04-82-92
- Zapara L. A. *Osnovni pidhodi do upravlinnya: evolyuciya ta perspektivi* [Main approaches to management: evolution and perspectives]. *Agrosvit* [Agroworld]. 2015. no 20. pp. 16-22.
- Lyashenko R. V. *Osnovni pidhodi do upravlinnya v biznesi* [Basic approaches to management in business]. *Molodij vcheniy* [A young scientist]. 2018. no 12(64). pp. 296-301.
- Pererva I. M. *Perevagi vprovadzheniya procesnogo pidhodu do upravlinnya pidpriemstvom* [Advantages of implementing a process approach to enterprise management]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society]. 2021. issue 29. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/539-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-517-1-10-20210819.pdf>
- Ramirez R., Wilkinson A. *Strategic Reframing: The Oxford Scenario Planning Approach*. Oxford : Oxford University Press, 2016. 274 p.
- Pereverza E. V. *Scenarniy podhod v zadachah analiza slozhnyh socialnyh sistem* [A scenario approach in the tasks of analyzing complex social systems]. *Sistemni doslidzhennya ta informacijnі tehnologiyi* [System research and information technologies]. 2011. no 1. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/50092/12-Pereverza.pdf?sequence=1>
- Ringland G. *Scenario Planning*. 2-d ed. Gloucestershire (UK) : The Choir Press, Revised edition. 2014. 492 p.

15. Lindgren M., Bandhold H. Scenario Planning: The Link between Future and Strategy. London : Palgrave Macmillan, 2003. 204 r.
16. Ali R., Luther D. Scenario Planning: Strategy, Steps and Practical Examples. URL: <https://www.netsuite.com/portal/business-benchmark-brainyard/industries/articles/cfo-central/scenario-planning.shtml#:~:text=In%20the%20context%20of%20a,how%20your%20organization%20will%20respond>.
17. Mercer D. Scenarios made easy. Long Range Planning. 1995. Vol. 28. № 4. R. 81–86. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/002463019500015B?via%3Dihub>
18. Schwartz P. Inevitable Surprises: Thinking Ahead in a Time of Turbulence. Gotham, 2003. 256 r.
19. Pitkanen O. Legal Challenges to Future Information Businesses. Dissertation for the degree of Doctor of Science. Helsinki : Helsinki Institute for Information Technology (HIIT), 2006. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/ThesisDrFinal2005-12.pdf>
20. Kahn H., Wiener A. The Year 2000: A Framework for Speculation on the Next Thirty-Three Years. The Hudson Institute, 1967 432 r.
21. Chermack T. J. Scenario Planning in Organizations: How to Create, Use, and Assess Scenarios. Oakland, CA : Berrett-Koehler Publishers, 2011. 296 p.
22. Geschka H., Hammer R. Die Szenario-technik in der strategischen Unternehmensplanung, in: strategische Unternehmensführung. Heidelberg : D. Hahn, B. Taylor Aufl., 1992. 311 s.
23. Romanovska Yu. A. Misto yak urbogeosistema: struktura ta osoblivosti [The city as an urbogeosystem: structure and features]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and the state]. 2020. no 5. pp. 116–122.
24. Majzhe 700 pidpriyemstv zminili lokaciyu cherez vijnu: kudi najchastishe pereyizhdzhayut. URL: <https://dailyviv.com/news/ekonomika/maizhe-700-pidpriyemstv-zminyly-lokatsiyu-cherez-viinu-kudy-naichastishe-pereyizhdzhayut-101130>

Надійшла (received) 09.09.2022

Відомості про автора / About the Author

Романовська Юлія Анатоліївна (Romanovska Yuliia Anatoliivna) – кандидат економічних наук, доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету, доцент кафедри фінансів; м. Вінниця, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1099-0787>; e-mail: bogdana32rom@ukr.net

*Л.В.ШАУЛЬСЬКА, В.Г.ДЮЖЕВ, І.В.ДОЛИНА***РОЗВИТОК СИСТЕМ ЕКОНОМІЧНОГО МОНІТОРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

В статті показано, що проблемам моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності в цей час приділяється особлива увага. Націоналізація багатьох показників інноваційної діяльності, створення національної, галузевої, регіональної та корпоративної статистичних баз даних, визначення джерел даних та методології їх ведення, обліку, розрахунку та споживання є пріоритетом державної політики, особливо в умовах кризи, коли підприємства потребують вдосконалення ефективності виробництва, підвищення рівня конкурентоспроможності та впровадження ефективних форм господарювання в управлінні виробництвом. Важлива роль в реалізації цього завдання відводиться моніторингу стану комерційного потенціалу підприємств, оскільки він є одним з найбільш ефективних методів діагностики виробничо-господарської та комерційної діяльності підприємств. Аналітичні матеріали, підготовлені в процесі моніторингу, допомагають здійснити всебічний аналіз і прогноз фінансового стану підприємства і, тим самим, отримати реальну оцінку можливостей підприємства. Обґрунтовано, що моніторинг бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності є однією з найважливіших функцій менеджменту по оцінці (аналізу) наявності, розміщення і використання ресурсів промислового підприємства. Моніторинг - це механізм відслідковування найважливіших поточних результатів комерційної та інтелектуально-інноваційної діяльності промислового підприємства в умовах постійно мінливої ринкової кон'юнктури. При формуванні системи моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності необхідно виділити об'єкт моніторингу з метою контролю його поточного та перспективного стану, і суб'єкта моніторингу, який буде безпосередньо контролювати і оцінювати результати. Запропонована система показників моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності стратегічних компаній, яка має здійснюватися на державному рівні, дозволить знизити ризик неплатоспроможності, банкрутства цих компаній, а головне – ризик негативного впливу погіршення комерційного та інтелектуально-інноваційного стану стратегічних підприємств на економіку країни в цілому. У зв'язку з цим моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності стратегічних компаній сприятиме своєчасному виявленню ознак значних відхилень від нормального економічного розвитку і, тим самим, надасть реальну можливість уряду та керівництву бізнес-структур вживати необхідних заходів щодо запобігання появи та розвитку кризових ситуацій.

Ключові слова: комерціалізація, моніторинг, бізнес-структури, комерційний потенціал, інноваційні технології, сталий розвиток

*L.V. SHAULSKA, V.G. DYUZHIEV, I.V. DOLINA***DEVELOPMENT OF ECONOMIC MONITORING SYSTEMS OF BUSINESS PROCESSES OF COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY**

The article shows that special attention is currently being paid to the problems of monitoring business processes of intellectual property commercialization. The nationalization of many indicators of innovative activity, the creation of national, sectoral, regional and corporate statistical databases, the determination of data sources and the methodology of their management, accounting, calculation and consumption is a priority of state policy, especially in times of crisis, when enterprises need to improve production efficiency, raise the level competitiveness and implementation of effective forms of management in production management. An important role in the implementation of this task is assigned to the monitoring of the state of the commercial potential of enterprises, since it is one of the most effective methods of diagnosing the industrial, economic and commercial activity of enterprises. Analytical materials prepared during the monitoring process help to carry out a comprehensive analysis and forecast of the company's financial condition and, thereby, to obtain a real assessment of the company's capabilities. It is substantiated that the monitoring of business processes of intellectual property commercialization is one of the most important functions of management in assessing (analyzing) the availability, placement and use of resources of an industrial enterprise. Monitoring is a mechanism for monitoring the most important current results of commercial and intellectual and innovative activities of an industrial enterprise in the conditions of constantly changing market conditions. When forming a system for monitoring business processes of commercialization of intellectual property, it is necessary to select a monitoring object for the purpose of monitoring its current and prospective state, and a monitoring entity that will directly monitor and evaluate the results. The proposed system of indicators for monitoring business processes of commercialization of intellectual property of strategic companies, which should be carried out at the state level, will allow to reduce the risk of insolvency, bankruptcy of these companies, and most importantly - the risk of a negative impact of the deterioration of the commercial and intellectual and innovative state of strategic enterprises on the country's economy as a whole. In this regard, the monitoring of business processes of commercialization of intellectual property of strategic companies will contribute to the timely detection of signs of significant deviations from normal economic development and, thereby, will provide a real opportunity for the government and the management of business structures to take the necessary measures to prevent the emergence and development of crisis situations.

Keywords: commercialization, monitoring, business structures, commercial potential, innovative technologies, sustainable development

Вступ. В даний час в Україні моніторинг основних комерційних та фінансово-економічних показників промислових підприємств і, зокрема, бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності здійснюється різними державними органами. Комітет статистики здійснює моніторинг основних показників діяльності великих і середніх підприємств, готує та публікує щомісячні статистичні дані, що характеризують основні показники фінансово-господарської діяльності середніх і великих підприємств шляхом. Також щомісяця публікується інформація про стан взаєморозрахунків підприємств за видами економічної діяльності, квартальну динаміку дебіторської заборгованості та пасивів великих і середніх підприємств, динаміку фінансових результатів, розподіл часток підприємств, які

отримали доходи та збитки за певний квартал. Дослідження, проведені державними органами, дозволяють отримати в основному статистичні дані, аналітичні результати, що характеризують найважливіші ринкові показники, не дають повної інформації для оцінки стану бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності досліджуваних підприємств, тобто моніторинг, здійснюваний цими організаціями-співорганізаторами, не передбачає ні центрального, ні корпоративного фінансування. Таким чином, для більш повної діагностики потрібне своєчасне виявлення кризових ситуацій в економіці, зовнішній державний моніторинг фінансового стану підприємств. Наразі держава здійснює лише контроль за процедурою банкрутства неплатоспроможних

підприємств. Аналіз тенденцій на рівні підприємства у виробництві товарів, послуг та агрегації на макрорівні дозволяє посилити динаміку та покращити прогнозування макропоказників.

В особливій мірі це відноситься до сфери інноваційної діяльності реального сектору національної економіки, де постійно створюється, впроваджується та використовується значна кількість прогресивних інноваційних технологій та об'єктів інтелектуальної власності. Проблемам моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності в цей час приділяється особлива увага. Націоналізація багатьох показників інноваційної діяльності, створення національної, галузевої, регіональної та корпоративної статистичних баз даних, визначення джерел даних та методології їх ведення, обліку, розрахунку та споживання є пріоритетом державної політики, особливо в умовах кризи, коли підприємства потребують вдосконалення ефективності виробництва, підвищення рівня конкурентоспроможності та впровадження ефективних форм господарювання в управлінні виробництвом. Важлива роль в реалізації цього завдання відводиться моніторингу стану комерційного потенціалу підприємств, оскільки він є одним з найбільш ефективних методів діагностики виробничо-господарської та комерційної діяльності підприємств. Аналітичні матеріали, підготовлені в процесі моніторингу, допомагають здійснити всебічний аналіз і прогноз фінансового стану підприємства і, тим самим, отримати реальну оцінку можливостей підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності отримало розвиток у роботах багатьох авторів [1-26], зокрема, в наукових дослідженнях Бутнік-Сіверського О.Б., Старостіної А.О., Косенко О.П., Перерви П.Г., Кобелевої Т.О., Ткачової Н.П., Гладенко І.В., ТОВАЖНЯНСЬКОГО В.Л., КОЦІСЬКІ Д., НАГІ С., НАЗАРЕНКО С.М. та ін. Сучасні дослідники під моніторингом розуміють безперервне спостереження за економічними об'єктами, аналіз їх діяльності як невід'ємної частини управління. Такі вчені, як, наприклад, Бутнік-Сіверський О.Б. [5], ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. [19], ТКАЧОВ М.М. [18] у своїх роботах також торкнулися окремих аспектів моніторингу комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур. На їхню думку, моніторинг бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності - це система моніторингу, аналізу та оцінки стану виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства з метою виявлення тенденцій, прогнозування перспектив інноваційного розвитку бізнес-структур, запобігання кризовим ситуаціям і прийняття оптимальних управлінських рішень. Науковці Кобелева Т.О. [2, 7, 24, 25], Косенко О.П. [21], Марчук Л.С. [11] вважають, що здійснення постійного моніторингу комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур є необхідною умовою для раннього

виявлення симптомів кризових явищ. З точки зору інших авторів, таких як Перерва П.Г. [1, 10, 16, 25], Косенко А.В. [14], Коціські Д. [20], Старостіної А.О. [6] моніторинг бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності - це система безперервного моніторингу, аналізу та оцінки фінансового стану підприємства на основі ключових фінансових показників з метою виявлення тенденцій, прогнозування перспектив розвитку, запобігання кризових ситуацій і прийняття оптимальних управлінських рішень. Таким чином, система моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності повинна мати сигнальний, попереджувальний характер, суть якого полягає у виявленні в результаті систематичної діагностики комерційного стану підприємства, перспектив його інноваційного розвитку, ймовірності неплатоспроможності або банкрутства.

Метою дослідження є розвиток теоретико-методичних положень бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності та визначення їх місця та ролі в системі економічного моніторингу на національному, регіональному, галузевому та корпоративному рівнях.

Результати дослідження. Поняття «моніторинг» увійшло в наукову літературу порівняно недавно - на початку 70-х років. XX століття цей термін давно вивчається стосовно екологічних проблем. Термін «моніторинг» використовувався у зв'язку з обробкою інформації про стан навколишнього середовища як система спостережень і контролю за змінами в природне середовище як результат господарської діяльності людини. З розвитком ринкових відносин на пострадянському просторі з'явилися роботи, присвячені проблемам моніторингу в економічній сфері. Моніторинг - це засоби і методи контролю і нагляду за ходом будь-яких процесів або комерційної діяльності підприємства, здійснювані підприємцем з метою стабілізації параметрів виробництва.

Моніторинг інноваційного потенціалу промислових підприємств та їх інноваційної діяльності в умовах розвитку конкуренції та глобалізації світових товарних ринків має особливе значення для майбутнього розвитку промисловості і промисловості країни в цілому. При моніторингу підприємств аналізується велика кількість різних економічних і фінансових показників. Деякі показники є доступними і визначають діяльність компаній і галузі в цілому. Доступ до інших показників вимагає максимальної прозорості управління підприємством.

Моніторинг бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності є однією з найважливіших функцій менеджменту по оцінці (аналізу) наявності, розміщення і використання ресурсів промислового підприємства. Моніторинг - це механізм відслідковування найважливіших поточних результатів комерційної та інтелектуально-інноваційної діяльності промислового підприємства в умовах постійно мінливої ринкової кон'юнктури. При формуванні системи моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності необхідно

виділити об'єкт моніторингу з метою контролю його поточного та перспективного стану, і суб'єкта моніторингу, який буде безпосередньо контролювати і оцінювати результати.

Впровадження Україною методики вимірювання і моніторингу інтелектуально-інноваційного прогресу промислових підприємств дозволяє посилити міжнародне співробітництво, що означає поширення знань, обмін інформування та розробка єдиних підходів до сталого зростання. Ефективний

моніторинг та оцінка вимагає більшого, ніж є на сьогодні. Також необхідно нарощувати інституційний потенціал, уточнювати функції різних державних структур, створювати нові державні органи в міру необхідності і підтримувати науково-дослідну діяльність на національному рівні в рамках пріоритетів політики і заходів щодо розвитку галузей промисловості в нашій країні. Питання дослідження, які нами було порушено в статті, представлені графічно на рис.1.



Рисунок 1 – Базові складові бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності діяльності промислових підприємств на українських промислових підприємствах

Джерело: складено авторами

Для більш повного моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності потрібне своєчасне виявлення кризових ситуацій в економіці, зовнішній державний моніторинг інтелектуально-інноваційної діяльності підприємств. Наразі наша держава здійснює лише певний контроль за процедурою банкрутства неплатоспроможних підприємств та станом використання коштів інноваційних фондів.

В сучасних умовах проблема комерційного неуспіху промислових підприємств є дуже актуальною, тому необхідно впроваджувати системи моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності цих підприємств, які могли б служити показниками успішності їх діяльності, відображати ступінь привабливості для інвесторів,

бути внутрішнім стимулом розвитку самих підприємств.

У зв'язку з чим, основними функціями моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності підприємства повинні бути:

- аналітична функція, яка передбачає на основі постійного моніторингу об'єкта аналіз стану його інтелектуально-інноваційної діяльності, що включає в себе вимірювання реальних результатів і їх співвіднесення з поставленими цілями, нормативами і нормами;

- діагностична функція, під якою мається на увазі інтерпретація отриманих результатів, що дозволяє об'єктивно оцінити результати аналізу об'єкта моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності;

- функція прогнозування, полягає в розробці довгострокових змін комерційного та інноваційно-інтелектуального стану підприємства;

- організаційно-управлінські функції, використання яких передбачає передбачають наявність контролю за станом об'єкта моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності та підготовку рекомендацій щодо прийняття коригувальних і випереджувальних управлінських рішень.

З точки зору показників рентабельності найбільш важливим показником є відношення суми чистого прибутку до власного капіталу, оскільки показує, наскільки ефективно використовується вкладений в підприємство акціонерний капітал. Також в достатній мірі важливим є показник рентабельності активів (ресурсо-продуктивність), який характеризує інтенсивність використання активів промислового підприємства для виробництва інноваційно-інтелектуальної продукції.

Для моніторингу фінансового стану стратегічних підприємств на державному рівні пропонується наступна система показників:

- ступінь платоспроможності за поточними зобов'язаннями;
- коефіцієнт поточної ліквідності;
- співвідношення боргових і пайових коштів;
- коефіцієнт забезпеченості власними коштами;
- коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами;
- рентабельність активів;
- рентабельність власного капіталу.

З метою виявлення проблем у функціонуванні систем і причин їх виникнення очевидна необхідність моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності підприємств. Проведений аналіз і отримані результати показали, що основна увага інноваційного менеджменту підприємств повинен бути спрямований на збільшення операційного і чистого прибутку даної бізнес-структури.

На основі прогнозних показників обсягів виробництва і рентабельності промислових підприємств авторами сформульовані висновки і рекомендації щодо вдосконалення моніторингу діяльності українських промислових підприємств, що сприяють створенню умов для збалансованої, екологічно орієнтованої стратегії зростання, розуміння факторів, що сприяють економічному розвитку, з належним урахуванням проблем сталого інноваційного розвитку, економічного та соціального добробуту.

Отримані результати дослідження свідчать про те, що моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності промислових підприємств та їх інноваційної діяльності має особливе значення для майбутнього розвитку галузі.

Запропонована система показників моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності стратегічних компаній, яка має

здійснюватися на державному рівні, дозволить знизити ризик неплатоспроможності, банкрутства цих компаній, а головне – ризик негативного впливу погіршення комерційного та інтелектуально-інноваційного стану стратегічних підприємств на економіку країни в цілому. У зв'язку з цим моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності стратегічних компаній сприятиме своєчасному виявленню ознак значних відхилень від нормального економічного розвитку і, тим самим, надасть реальну можливість уряду та керівництву бізнес-структур вживати необхідних заходів щодо запобігання появи та розвитку кризових ситуацій.

Висновки. При практичному проведенні моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності стратегічних компаній, аналізується велика кількість різноманітних економічних і фінансових показників, частина з яких є і визначає діяльність компаній і галузі в цілому. Доступ до інших показників вимагає максимальної прозорості управління підприємством. Аналіз сукупності використовуваних показників, які складаються на основі обмеженого набору формальних показників, не може дати повної картини ситуації підприємства. Також існує ряд критеріїв, які складно або навіть неможливо охопити за допомогою кількісних показників. Ці неформальні критерії можуть істотно вплинути на оцінку ефективності управління підприємством.

В даний час існуюча теорія моніторингу не в повній мірі і недостатньо адекватно відображає особливості його розвитку на сучасному етапі, в тому числі і його роль в процесі управління інтелектуально-інноваційною діяльністю промислового підприємства. Результати дослідження, представлені в даній статті, свідчать про наявність зворотного зв'язку, інформаційної, інструментальної та організаційної підтримки в системі моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності стратегічних компаній. Також слід зазначити реалізацію його координуючих та інтегруючих функцій, які реалізуються в процесі управління. Необхідність інтеграції управлінських функцій обумовлена необхідністю їх оперативної адаптації, а також забезпечення ефективного функціонування промислових підприємств в сучасних динамічних умовах.

Зазначимо також, що в умовах цифрової трансформації змінюється спосіб контролю інтелектуально-інноваційних процесів на промисловому підприємстві. Взаємодія ІТ-технологій і бізнесу стає все тісніше - необхідно контролювати технологічні, інноваційні, інтелектуальні і бізнес-процеси одночасно. Універсальні системи моніторингу організовують єдиний пункт збору даних різного типу з різних джерел і сповіщають про події, які повинні підтримувати:

- багатофункціональність - доступ до моніторингу широкого спектру параметрів;
- інтеграцію - підтримка багатьох протоколів і технологій збору даних;

- звітність - гнучка система звітності з різним рівнем деталізації;
 - комунікація - ефективні способи доставки актуальних сповіщень про важливі події в ході виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства.

Таким чином, система моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності стратегічних компаній - це взаємодія процесів обліку, планування, контролю, регулювання та аналізу з урахуванням пріоритетних напрямків і цілей інтелектуально-інноваційного розвитку промислового підприємства, за використанням інструментальної, методичної, організаційної та інформаційної підтримки.

Список літератури

1. Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка і організація управління*. № 1 (49), 2023. С.45-56.
2. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Методичні засади моніторингу показників енергетичної безпеки в діяльності бізнес-структур // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. Харків: 3 (181). 2023. С. 33-42. doi: 10.20998/2313-8890.2023.03.04. URL: <http://eee.khpi.edu.ua/>
3. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Формування системи моніторингу підприємницької діяльності підприємства // *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. – 2023. – № 1 (65). – С. 5-11. DOI: 10.15276/ETR.01.2023.1. DOI: 10.5281/zenodo.7924256.
4. Перерва П.Г. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник / П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків: Планета-Прінт, 2019. 1002 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41572>
5. Бутнік-Сіверський О.Б. Теоретичні аспекти капіталізації майнових прав інтелектуальної власності з позиції домінанти неоекономіки // *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2019. № 1 (105). С. 59-72. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/30589>
6. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
7. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *НТУ «ХПІ» (економічні науки)*. : зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2016. № 28 (1200). С. 26-30.
8. Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 4. С. 11-19.
9. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 15 (1291). С. 137-143.
10. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. № 45 (1266). С.51-55.
11. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 15 (1291). С. 53-63.
12. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. 2011. № 4 (60). С. 116-120.
13. Tkachev M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.
14. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliav V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds* / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
15. Kobieliava T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // *Marketing and Management of Innovations*. №4. С.67-74.
16. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
17. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G.Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
18. Tkachov M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8). P. 27-35.
19. Tovazhnyanskiy V., Kobleleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Volume 7.- Numer 2. Miskolc Press. S. 171-183.
20. Kocziszky György Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Veress Somosi, T.O.Kobieliava // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2017»: тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: П.Г. Перерва, Є.М. Строков, О.М. Гудан. – Харків: НТУ «ХПІ», 2017. – С. 54-57.
21. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // *9-th international scientific conference "Balance and Challenges"*. Miskolc-Lillafüred. 2015.- S. 113-124.
22. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna. № 5.
23. Kosenko A., Pererva P. (2015) The rank estimate of the commercial potential of intellectual technologies // *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky* / Ed. Dr. h.c. M.Varchola. Kosice (Slovakia). Volume 3, No.3. P.83-91.
24. Кобелева Т.О. Електротехнічна галузь України: сучасний стан та перспективи розвитку // *Вісник НТУ "ХПІ"* : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків : НТУ "ХПІ". 2011. № 26. С. 34-43. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/14228>
25. Kuchynskyi, V., Pererva, P., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
26. Nazarenko S., Pererva P., Maistro R., Danko T., Doronina M., Sokolova L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.245251>

References (transliterated)

1. Pererva P.G., Shaulska L.V., Kobieliava T.O. Formuvannya ta vykorystannya systemy monitorynhu pidpryyemnyts'kykh ryzykiv yak zaporuka staloho rozvytku biznes-struktur [Formation and use of a system for monitoring business risks as a guarantee of sustainable development of business structures]. *Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya*. № 1 (49), 2023. S.45-56.
2. Kobieliava T.O., Pererva P.G. Metodichni zasady monitorynhu pokaznykiv enerhetychnoyi bezpeky v diyalnosti biznes-struktur [Methodical principles of monitoring energy security indicators in the activities of business structures] // *Enerhozbezrehennya. Enerhetyka. Enerhoaudyt*. Kharkiv: 3 (181). 2023. S. 33-42. doi: 10.20998/2313-8890.2023.03.04. URL: <http://eee.khpi.edu.ua/>
3. Pererva P.G., Kobieliava T.O. Formuvannya systemy monitorynhu pidpryyemnytskoyi diyalnosti pidpryyemstva [Formation of a system for monitoring the enterprise's entrepreneurial activity] // *Ekonomika: realiyi chasu. Naukovyy zhurnal*. – 2023. – № 1 (65). – S. 5-11. DOI: 10.15276/ETR.01.2023.1. DOI: 10.5281/zenodo.7924256.
4. Pererva P.G. (2019) Intelektualna vlasnist: mahistersky kurs : pidruchnyk [Intellectual property: masters course: textbook] / red.: P.G.Pererva, V.I.Borzenko, T.O.Kobieliava; Nats. tekhn. un-t "Kharkiv. politekhn. in-t". – Kharkiv : Planeta-Print. 1002 s. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41572>
5. Butnik-Siverskyi O.B. (2019) Teoretychni aspekty kapitalizatsiyi maynovykh prav intelektualnoyi vlasnosti z pozytsiyi dominanty neoekonomiky [Theoretical aspects of capitalization of property rights of intellectual property from the dominant position of neo-economics] // *Teoriya i praktyka intelektualnoyi vlasnosti*. № 1 (105). S. 59-72. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/30589>

6. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. K.: Znannya, 2009. 1070 s.
7. Kobyleva T.O., Pererva P.G. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. Kharkiv.: NTU «KhPI», 2016. № 28 (1200). S. 26-30.
8. Gliznuta M.Yu., Pererva P.G., Benchmarkinh yak metod otsynuyannya intelektualnoho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy*. 2015. № 4. S. 11-19.
9. Kravchuk A.V., Pererva P.G. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute": Sb. sciences Ave]. Kharkiv: NTU "KhPI", 2018. № 15 (1291). S. 137-143.
10. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoyi ta investytsiynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr. Kharkiv: NTU "KhPI", 2017. № 45 (1266). S. 51-55.
11. Marchuk L.S., Pererva P.G. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr. Kharkiv: NTU "KhPI", 2018. № 15 (1291). S. 53-63.
12. Tkachova NP, Pererva P.G. Rozvytok metodiv analizu faktychnoho stanu konkurentnykh perevah pidpryyemstva [Development of methods of analysis of the actual state of competitive advantages of the enterprise] // *Economics of development*. 2011. № 4 (60). pp. 116-120.
13. Tkachev M.M., Kobielieva T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.
14. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliev V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds* / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
15. Kobielieva T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // *Marketing and Management of Innovations*. №4. С.67-74.
16. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
17. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G.Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
18. Tkachov M.M., Kobielieva T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8). P. 27-35.
19. Tovazhnyanskiy V., Kobeleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Volume 7.- Numer 2. Miskolz Press. S. 171-183.
20. Kocziszky György Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Veress Somosi, T.O.Kobielieva // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2017»: тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: П.Г. Перерва, Є.М. Строков, О.М. Гуцан. – Харків: НТУ «ХПІ», 2017. – С. 54-57.
21. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // 9-th international scientific conference "Balance and Challenges". Miskolc-Lillafüred. 2015 - S. 113-124.
22. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna. № 5.
23. Kosenko A., Pererva P. (2015) The rank estimate of the commercial potential of intellectual technologies // *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky* / Ed. Dr. h.c. M.Varchola. Kosice (Slovakia). Volume 3, No.3. P.83-91.
24. Kobielieva T.O. Elektrotekhnichna haluz Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [The electrical engineering industry of Ukraine: current state and prospects for development] // *Bulletin of NTU "KhPI": Technical progress and production efficiency*. Kharkiv: NTU "KhPI". 2011. № 26. S. 34-43. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/14228>
25. Kuchynskyi V., Pererva P., Kobielieva T., Kosenko A., Maslak O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
26. Nazarenko S., Pererva P., Maistro R., Danko T., Doronina M., Sokolova L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.245251>

Надійшла (received) 13.09.2022

Відомості про автора / About the Author

Шаульська Лариса Володимирівна (Shaulska Larysa V.) – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємства Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м.Київ, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7919-6733>, e-mail: l.shaulska@donnu.edu.ua

Дюжєв Віктор Геннадійович (Dyuzhev Viktor G.) – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інституту», м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9929-2431> e-mail: mailto:ekosistema909@gmail.com

Долина Ірина Володимирівна (Dolyna Irina V.) - кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інституту», м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3507-5497>, e-mail: dolyna_i@bigmir.net

С.М. ПОГОРЕЛОВ, Т.І. КОЧЕТОВА**ВИЗНАЧЕННЯ ЦІНОВОЇ УСТАЛЕНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ НА РИНКУ**

Цінова політика містить у собі всебічний аналіз різних чинників, що впливають на стан і розвиток товарних ринків. Дослідження умов виробництва і споживання товару, зміни попиту і пропозиції, стану загальногосподарської кон'юнктури (макроекономічних чинників) є обов'язковим елементом цінової роботи підприємства, що орієнтують свою діяльність на забезпечення цінової усталеності своїх товарів на ринку, забезпечення стабільних і гарантованих умов беззбитковості виробництва.

Цінова усталеність товару на ринку – новий термін, який показує оцінку стабільності положення даного товару на конкретному ринку на протязі певного періоду часу в конкурентному оточенні. Дана характеристика ринкового положення товару носить ймовірнісний характер, не має розмірності і використовується для оцінки рівня комерційного ризику підприємства, що визначає можливості збитків при виводі на ринок інноваційного товару по одній з можливих цін.

Цінова усталеність товару на ринку практично повною мірою визначається усталеністю і стабільністю ціноутворюючих чинників, у більшому або меншому ступені визначальних як для цін на конкретні товари, так і для їх усталеності протягом певного періоду часу. Крім того, на самому початковому етапі визначення рівня ціни, ступінь її обґрунтованості саме і залежить від того, якою мірою в ній враховані визначальні чинники. Таким чином, врахування чинників, що визначають ціну продукції дозволяє виявити і використовувати дію об'єктивних закономірностей ціноутворення.

Ключові слова: комерціалізація, моніторинг, ціноутворення, комерційний потенціал, інноваційні технології, сталий розвиток

SERHIY POHORIELOV, TETYANA KOCHETOVA**DETERMINING THE PRICE STABILITY OF INNOVATIVE GOODS ON THE MARKET**

The price policy includes a comprehensive analysis of various factors affecting the state and development of commodity markets. The study of the conditions of production and consumption of goods, changes in demand and supply, the state of the general economic situation (macroeconomic factors) is a mandatory element of the price work of enterprises that focus their activities on ensuring the price stability of their goods on the market, ensuring stable and guaranteed conditions for break-even production.

Price stability of a product on the market is a new term that shows the assessment of the stability of the position of a given product on a specific market over a certain period of time in a competitive environment. This characteristic of the market position of the product is probabilistic, has no dimensions and is used to assess the level of commercial risk of the enterprise, which determines the possibility of losses when introducing an innovative product to the market at one of the possible prices.

Price stability of goods on the market is almost completely determined by the stability and stability of price-forming factors, which are more or less decisive for the prices of specific goods and for their stability over a certain period of time. In addition, at the very initial stage of determining the price level, the degree of its validity depends on the extent to which the determining factors are taken into account. Thus, taking into account the factors that determine the price of products allows you to identify and use the effect of objective laws of pricing.

Keywords: commercialization, monitoring, pricing, commercial potential, innovative technologies, sustainable development

У економічній літературі описані спроби різних авторів класифікувати все різноманіття існуючих чинників, що впливають на формування ціни. Однак, будь-яка класифікація подібного роду носить умовний характер, у зв'язку з тим, що вибір класифікаційної ознаки визначається ціллю дослідження.

Всю множину ціноутворюючих чинників доцільно розбити на три великі групи: чинники макросередовища, чинники мікросередовища і чинники епізодичного впливу.

Дослідження чинників макrorівня дозволяє одержати більш повне уявлення про тенденції, що складаються, розвиток зовнішнього середовища підприємства з метою оцінки їх впливу на цінову усталеність товарів підприємства на ринку. До них відносяться наступні групи чинників:

а) чинники державного впливу на господарську діяльність суб'єктів ринку, що включають у себе фінансову і монетарну політику, економіко-демографічні чинники, що відбивають рівень розвитку правового регулювання економіки, джерела формування і напрямки витрати бюджету країни, стан грошової маси і темпи інфляції, податкові ставки і їхньому динаміку, рівень зайнятості населення в цілому й у галузі, динаміку платоспроможності підприємств і інвестиційної активності, тенденції народжуваності і тривалості життя, рівень прибутків

населення і їх розподіл, життєві цикли різних товарів, рівень конкуренції в галузі, місткість ринку і його захищеність урядом, нормативні акти місцевих органів влади і т. п.

б) чинники загальногосподарської кон'юнктури в країні, що відбивають стабільність її економіки, розвиток конкуренції, рівень розвитку національного виробництва, стан сукупного попиту і сукупної пропозиції, стан найважливіших ринків (праці, капіталів, інновацій і т. п.);

в) міжнародні чинники, що мають велике значення для багатьох підприємств після скасування державної монополії на зовнішню торгівлю: відбивають міжнародний поділ праці, рівень монополізації світового виробництва товарів, враховують зовнішньоекономічну політику свого уряду й урядів інших країн, передбачають зусилля по захисту або розширенню національного ринку в цілому або ринку окремих галузей, характеризують стан платіжного балансу, рівень експорту, імпорту, стан митної політики і т. п.

Пристаючи до аналізу даної групи чинників, відзначимо, що на деякі товари держава свідомо обмежує дію ринкового механізму ціноутворення. Найбільш поширеною формою таких дій є заборона підвищення цін понад встановлений рівень. Це звичайно робиться для захисту інтересів споживачів.

© С.М.Погорелов, Т.І. Кочетова, 2022

Контроль над цінами може також стримувати темпи розвитку інфляції, запобігати одержанню надприбутків у період тимчасового дефіциту товарів, для продукції монопольних об'єднань. Монопольне положення підприємства дає йому можливість самостійно або разом з іншими підприємствами стримувати конкуренцію на ринку даного товару. Монопольним є стан суб'єкта підприємницької діяльності, частка якого на ринку даного товару перевищує 35 %. Рішенням антимонопольного комітету може бути визнане монопольним положення підприємства і з меншою долею виробництва. Одним із зловживань монопольного положення вважається встановлення монопольних і дискримінаційних цін, що веде до обмеження конкуренції і прав окремих споживачів.

Однак, введення максимальних розмірів цін і лімітування поставок товарів споживачам не приводить до ліквідації надлишкового попиту і встановлення ринкової рівноваги. Тому поряд із регулюванням цін варто здійснювати заходи для скорочення попиту і стимулюванню пропозиції, наприклад, шляхом надання державних дотацій підприємствам-виробникам.

Мінімальні ціни встановлюються державою вище ціни ринкової рівноваги, що приводить до утворення надлишкової пропозиції, скорочення виробництва і встановлення ціни ринкової рівноваги на рівні мінімальної. Цей процес рекомендується супроводжувати заходами щодо стимулювання попиту.

Основні принципи встановлення і застосування цін і тарифів, а також організації контролю за їхнім застосуванням на території України визначаються Законом України "Про ціни і ціноутворення" і іншими законодавчими і нормативними документами.

Для забезпечення більшої стабільності цін на різні товари в умовах ринку, відмовившись від прямого контролю держави за економікою, необхідно підсилити його функції як рівноправного суб'єкта економічних відношень, з метою посилення конкуренції і поліпшення інвестиційного клімату для стимулювання виробництва. В області ціноутворення це може виявлятися в наступних випадках:

а) при встановленні цін на державну частку власності, що перешкоджає розриву міжвиробничих зв'язків і сприяє виконанню ціною інформаційної функції;

б) при використанні механізму державного замовлення наданням податкових, митних і інших пільг, що створює передумови побічно впливати на рівень цін;

в) при використанні механізму банкрутства збиткових підприємств, що дозволяє виключити зі сфери ціноутворення значну частину виробництва, що сприяє інфляції.

На ціноутворення великий вплив роблять чинники епізодичного впливу. До їхнього числа ми пропонуємо віднести такого роду випадкові явища як стихійні лиха, соціально-економічні конфлікти, політичні кризи, чинники сезонності і т. п. У багатьох випадках дія цих

чинників може і не спостерігатися, однак їхнє виникнення накладає істотні відбитки на стан і рівень цін більшості товарів і послуг. Наприклад, інфляційний ріст цін звичайно характерний у період суспільних потрясінь, соціальних і політичних конфліктів, стихійних лих, багато в чому залежить від настроїв, що склалися в товаристві.

Ми вперше розглядаємо в якості найважливіших чинників, що впливають на цінову усталеність товарів на ринку чинники епізодичного впливу як самостійну групу чинників. Окремі вчені деякі з цих чинників відносять до чинників макросередовища, що, на наш погляд, неправомірно в зв'язку з їхнім особливим статусом, змінити який не в змозі ні макро- ні микросередовище. Це обставини форсмажорного порядку, що звичайно враховуються в міжнародних контрактах і угодах і які вкрай необхідно враховувати при дослідженні чинників цінової усталеності товару на ринку.

До чинників микросередовища відносяться в першу чергу чинники виробництва - земля, праця, капітал. До поняття "земля", як правильно відзначають деякі дослідники, варто відносити не тільки земельні ділянки, але і всі природні процеси, що застосовні у виробництві: орні землі, водойми, родовище мінералів і ін. Вплив чинника праці виражається у формі вартості робочої сили. По цьому чиннику наша країна має відомі переваги, оскільки в Україні існує досить великий науково-технічний потенціал і велика кількість дешевої кваліфікованої робочої сили. Вплив чинника капіталу виявляється у витратах на матеріали, устаткування, машини, амортизація основних фондів підприємства, а також у виплатах відсотків за банківський кредит. У даному контексті особливе значення має ступінь зносу основних фондів. На підприємствах автомобільної промисловості України він складає 39. . . 53 %, у галузі тракторного і сільськогосподарського машинобудування - 44. . . 55 %, у чорній металургії - 47. . . 58 %. Процес катастрофічного старіння основних фондів позбавляє виробників перспективи виходу з кризового стану, а тим більше досягнення рівня сучасної технологічної конкурентоспроможності на світовому ринку.

Рівень витрат на сировину та матеріали, робочу силу, рекламу, транспорт і т. п. хоча ми і відносимо до чинників микросередовища, часто не може повною мірою контролюватися підприємством. Проте, ці витрати помітно впливають на кінцеві ціни. У період швидкого росту цін підприємства можуть використовувати різні стратегії свого поведіння:

а) не змінюючи продукцію перекладати весь ріст своїх витрат на

гаманець споживача;

б) не змінюючи продукцію перекладати на споживачів тільки

частина збільшення своїх витрат, а частину брати на себе;

в) модифікувати продукцію так, щоб зменшити свої витрати і зберегти рівень цін (пропонує меншу кількість модифікацій, використовуючи матеріали більш низької якості);

г) модифікувати продукцію так, щоб споживачі не заперечували проти більш високих цін (поліпшення параметрів, розширення асортиментного ряду, застосування більш якісних матеріалів);

д) припинення випуску невигідної продукції.

Найважливіше значення в групі чинників мікросередовища мають чинники, зв'язані з вивченням товарної кон'юнктури. Це закон попиту, закон пропозиції, цінова еластичність попиту, місткість ринку і її динаміка, сегментація ринків збуту й ін. Закон попиту і цінової еластичності пояснюють безпосередній взаємозв'язок між цінами й об'ємами закупівель споживачів.

При розробці підприємством політики ціноутворення на ринку, що забезпечує достатню цінову усталеність його продукції, потрібно враховувати наступні обставини. По-перше, якщо ціни підприємства завищені в порівнянні з виробами-аналогами, це може бути розцінено споживачем як установлення монопольної ціни. У цьому випадку можуть бути дії у відповідь, які впливають з антимонопольного законодавства. По-друге, істотне зниження ціни підприємства проти сформованої на ринку, може бути кваліфіковане як встановлення демпінгової ціни, що також відноситься до юрисдикції антимонопольного законодавства. По-третє, дуже важливим представляється поріг реакції (чутливості) споживача до ціни на даний товар, на що ми вже звертали увагу вище. Незначна зміна ціни може залишитися непоміченим споживачем, тобто практично не вплине на зміну попиту, але може істотно вплинути на зміну загального виторгу від продажів.

Якби підприємство на ринку діяло б поодиночі (як це можливо у випадку чистої монополії), то воно мало б справу з усією кривою ринкового попиту. І тоді його цінові рішення могли б будуватися тільки на аналізі чутливості покупців до цін і зіставленні власних витрат на виробництво товару з ціною, яку споживач готовий заплатити за товар відповідної якості. Це іноді вдається підприємствам, що роблять абсолютно унікальні товари, захищені патентами. Але звичайно підприємство змушене будувати свою цінову політику з урахуванням конкурентної боротьби і ця обставина може істотно модифікувати результати, отримані тільки на основі урахування корисності товару і витрат на його виробництво. Навіть самі, очевидні кроки, якщо вони починаються без урахування відповідної реакції конкурентів і споживачів, можуть у підсумку виявитися невдалими.

Для всіх методів ціноутворення поза залежністю від їхньої орієнтації на витрати, на споживачів або на конкурентів, загальним є те, що витрати завжди служать відправним пунктом розрахунку початкового значення продажної ціни товару. Це факт підтверджується багатьма дослідженнями. Політика цін, орієнтована на витрати, виходить із принципу покриття усіх витрат або принаймні значної їхньої частини.

Необхідна інформація береться з даних розрахунку собівартості. Калькуляція є методичним засобом, що зв'язує розрахунки собівартості з ціноутворенням. В

умовах ринкової конкуренції, що розвивається, звичайний підхід, коли на основі калькуляції витрат визначається ціна, у недостатній мірі враховує вплив ринку. Розрахована в такий спосіб ціна не гарантує того, що вона буде прийнята споживачами. В ринкових умовах більш прогресивним буде використання методу зворотної калькуляції, що заснований на розрахунку, який виходить із продажної ціни, і призначений для контролю ринкової ціни з погляду витрат. Мова йде про перевірку цін, очікуваних споживачами або встановлених конкурентами. Витратне ціноутворення може не визвати практично ніяких проблем лише тоді, коли ціна не грає великої ролі для споживачів. Однак у даному випадку для підприємств із визначеними технологічними або організаційними недоліками такий спосіб установлення ціни може мати фатальні наслідки. Ціни, засновані на собівартості, ведуть до закріплення, а в ряді випадків навіть до узаконювання відсталих, нерациональних структур витрат. Інша справа, коли в області витрат між конкурентами йде гостра боротьба і без постійного удосконалення і раціоналізації виробництва просто не вижити, такий спосіб ціноутворення може бути цілком прийнятним, особливо, якщо між основними конкурентами існує згода з приводу поділу прибутку. Цінова усталеність товару на ринку в цьому випадку визначається досить просто - мінімізація витрат на виробництво і взаємна лояльність основних конкурентів, тобто не допущення цінової війни.

Маркетингова орієнтація промислових підприємств ставить у центр всієї своєї діяльності споживача, інтереси і потреби якого повинні бути вище всього. У попередньому випадку саме споживач при встановленні цін на товари і виявився зайвим. Ми подбали про власне благо, детально проаналізувавши свої витрати і знайшли шлях їхнього зниження (тобто шляху максимізації прибутку), а також про благо конкурентів, тому що спільно і погоджено набагато легше працювати на ринку. Однак, джерелом благ усіх виробників, постачальників і продавців на ринку є тільки споживач і саме він вимагає до себе постійної й особливої уваги. У цьому зв'язку більш прогресивним буде встановлення цін, орієнтованих на споживача, на його запити і можливості, що підтверджується світовим досвідом функціонування ринку. У даному випадку предметом аналізу при встановленні цін є готовність споживачів платити визначену ціну, їхня реакція на зміну цін (еластичність цін) і можливість диференціювання цін по сегментах ринку або при додаванні (вилученні) до базового товару комплексу послуг, додаткових благ і т. п. Водночас, при оцінці цінової усталеності товару на ринку в даному випадку необхідно оперувати цінами вище нижньої межі ціни, тому що в протилежному випадку відсутній безпосередній зв'язок між витратами і встановленням цін. Якщо споживачі мають уявлення про "правильну" ціну, яка досить точно відтворює вартість товару, то ціноутворення, природно, повинно враховувати ці уявлення. Навпроти, уявлення споживачів про "чесну" ціну для багатьох, особливо нових товарів базується на основі відповідних для них цін.

Цінова усталеність товару на ринку - це характеристика стабільності при даній ціні ринкового положення товару у певний період часу й у короткостроковій перспективі. При цьому повинні бути враховані переваги і можливості споживачів, їхня чутливість до рівня ціни, економічні показники роботи підприємств-виробників (витрати на виробництво, зобов'язання перед бюджетом, завантаження виробничих потужностей), а також деякі найбільше істотні можливі зміни показників макросередовища (інфляційні чекання, податки, збори, мита, протекціонізм). З обліком усього сказаного вище, економіко-математична модель визначення цінової усталеності товару на ринку пропонується нами в наступному виді:

$$U_{ci} = N_{ci} (1 + \alpha) (1 - \beta) (1 - R_{ci}) / N_{кри} ,$$

де U_{ci} - значення цінової усталеності інноваційного товару на ринку пр ціні C_i ;

N_{ci} - прогноз обсяг збуту товару за ціною C_i , складений з обліком намірів і можливостей споживачів;

α - коефіцієнт чутливості споживачів до цін (коефіцієнт цінової байдужності);

β - коефіцієнт, що враховує інфляційні чекання;

R_{ci} - рівень цінового ризику, що визначає ймовірність збитків при встановленні на інноваційний товар ціни C_i ;

$N_{кри}$ - граничний (критичний) обсяг збуту даного товару, при якому мінімальна мета підприємства вважається досягнутою (не досягнення обсягу продажів товару $N_{кри}$ при ціні C_i виходить за рамки цінової усталеності товару на ринку - це вже хитке положення).

Зона цінової усталеності товару на ринку визначається нерівністю:

$$U_{ci} \geq 1.$$

При $U_{ci} < 1$ товар при ціні C_i займає на ринку хитке положення і виробник може в будь-який момент часу понести матеріальні втрати, зв'язані з виробництвом і збутом даного виробу. У всякому разі ймовірність цих втрат досить велика.

Аналогічні розрахунки рекомендується робити для різних цін на інноваційний товар - $C_1, C_2, C_3 \dots C_i$. У

результаті можна одержати відповідний ряд значень коефіцієнта цінової усталеності U_{ci} , за допомогою яких можна обґрунтувати найбільше прийнятну ціну на даному ринку, що і визначить кращі умови для підприємств-виробників. Ці умови будуть відповідати ціні з максимальним коефіцієнтом цінової усталеності $U_{ci} \rightarrow \max$.

Методика визначення розміру U_{ci} зводиться до наступних взаємозалежних і взаємообумовлених етапів.

Етап 1. Визначається ряд значень ціни - від найменшої, яка на думку працівників маркетингових служб підприємства ще може бути прийнятною для даного виробу, до максимально можливої. Отриманий ряд цін $C_1, C_2, C_3 \dots C_i$ і є об'єктом подальшого дослідження.

Етап 2. Проводиться дослідження переваг і намірів споживачів при встановленні виробником різних цін на інноваційний виріб. Кінцевою метою етапу є кількісна оцінка можливих обсягів збуту виробу при встановленні на нього даної ціни, тобто визначення значень N_{ci} у моделі (15.22). В певній мірі тут робиться спроба встановити зразковий вид кривої попиту для даного виробу.

Дійсно, всі розрахунки економічних наслідків зміни цін, так само як і обґрунтування цін на товари, які тільки що виведені на ринок, можуть бути реально корисними для підприємства при тій умові, що в їхній основі лежать скільки-небудь достовірні оцінки можливої реакції покупців на ці ціни. Це вимагає від фахівців по ціноутворенню уміння знаходити кількісні параметри чутливості покупців до цін. Звичайно, ця робота повинна проводитися паралельно з глибоким якісним аналізом інтересів і переваг споживачів із погляду унікальності, якості, наявності аналогів, значення кінцевого результату, "справедливості" ціни на інноваційний виріб і т. п. Таке сполучення якісного аналізу і кількісних оцінок цінової чутливості може помітно підвищити ефективність маркетингових рішень. Початок усієї цієї роботи насамперед виходить від усвідомленого вибору найбільш адекватного методу досліджень цінової чутливості покупців.

Теорія і практика маркетингу виробила чимало методичних підходів до оцінки намірів і переваг споживачів, основні з яких ми приводимо в таблиці 1, де хрестиком відзначені найбільше ефективні сфери застосування кожного методу.

Таблиця 1 - Методи оцінки переваг і намірів споживачів і сфери їхнього використання

Найменування Методу	Споживчі товари		Промислові товари		
	Повсяк денні	Тривалого користування	Засоби виробництва	Комплекти	Сировина і матеріали
Прямий опит споживачів	+	+	-	+	+
Готовність до покупки	+	+	-	+	+
Параметричне позиціонування	-	+	+	-	-
Імітація покупок	-	+	+	+	+
Декомбінаційний аналіз	-	-	+	+	+

Стосовно до різних товарів (переважно до споживчих) ми рекомендуємо використовувати метод визначення готовності до покупки, що представляє собою модифікований варіант прямого анкетного опиту споживачів. Суть такого модифікування перебуває в тому, що споживачу замість питання “По якій ціні Ви б купили даний товар?” задається питання “Купили б Ви цей товар по наступній ціні?”, що досить

точно підходить до мети такого дослідження. Практика подібного роду анкетування споживачів показує, що наміри споживача при анкетуванні не завжди збігаються з його фактичним поведінням. Це наглядно відтворено в таблиці 2.

Вид такого роду модифікованої анкети може бути наступним:

Товар _____ (повне найменування і партія постачання)
Основні характеристики товару _____
Фірма-виробник _____
1. Зазначте кількість одиниць даного товару, що Вам необхідно придбати _____
2. Будь ласка відзначте хрестиком ступінь Вашої готовності до придбання даного товару за ціною <u>Ц</u> за одиницю:
- неодмінно придбаю -
- можливо придбаю -
- може купівлю, а може немає
- швидше за все не купівлю
- не купівлю ні в якому разі

Таблиця 2 - Таблиця ймовірностей покупки інноваційного товару по запропонованій ціні різними групами споживачів

Шифр	Характеристика намірів	Частка споживачів, що купили товар, $\square_i$			
		Споживчі товари	Засоби виробництва	Комплектуючі	Матеріали
01	Неодмінно куплю	0,80	0,90	0,80	0,85
02	Скоріше куплю	0,50	0,65	0,60	0,60
03	Може куплю, а може ні	0,25	0,30	0,25	0,25
04	Скоріше не куплю	0,10	0,05	0,05	0,05
05	Не куплю ніколи	0,01	0,00	0,01	0,00

У якості коментарю до таблиці 15.4 зауважимо, що споживачі промислових товарів виявляють велику “чесність” при оформленні анкет, відсоток виконання їх “зобов’язань” декілька вище, чим у покупців споживчих товарів. На наш погляд, це відбувається тому, що, по-перше, в період між упорядкуванням анкети і покупкою на менеджерів виробництва впливає менша кількість чинників, по-друге, наявністю меншої

особистої зацікавленості у покупці (витрачаються все-таки гроші підприємства, а не свої особисті).

Після проведення анкетування отримані зведення рекомендується представити за формою таблиці 3, у якій представляються узагальнені дані по кількості анкет в кожному з шифрів відповідей, що визначають розподіл споживачів при певному розмірі ціни на досліджуваний виріб.

Таблиця 3 - Угрупування результатів анкетування

Показники анкетування	Шифр відповідей				
	01	02	03	04	05
Кількість анкет: при ціні C_1 при ціні C_2	q_{011} q_{012}	q_{021} q_{022}	q_{031} q_{032}	q_{041} q_{042}	q_{051} q_{052}
Кількість виробів, зазначених в анкетах: при ціні C_1 при ціні C_2	Q_{011} Q_{012}	Q_{021} Q_{022}	Q_{031} Q_{032}	Q_{041} Q_{042}	Q_{051} Q_{052}
Середній коефіцієнт серійності покупки - Q/q_i : при ціні C_1 при ціні C_2	K_{011} K_{012}	K_{021} K_{022}	K_{031} K_{032}	K_{041} K_{042}	K_{051} K_{052}

Розмір коефіцієнта серійності покупки має важливе значення для виробника при розробці збутової політики. Якщо K_{01} значно більше K_{05} , це значить, що виріб по даній ціні в більшій мірі схильні купувати оптові покупці. І навпаки, споживачі малих партій і одиничних виробів до даної ціни не готові. Тому, при організації збуту, виробникам варто орієнтуватися на мережу незалежних оптових посередників (дистриб'юторів).

В протилежному випадку ситуація в корені змінюється. До даної ціни більш схильні роздрібні споживачі і споживачі дрібного опту. Тому, збутова стратегія буде, як видно, більш ефективною, якщо буде

орієнтуватися на мережу залежних посередників (агентів виготовлювача, збутових агентів, комівояжерів і т. п.).

За даними табл. 3 визначається ймовірність покупок інноваційного виробу при різних значеннях його ціни B_{Nqi} , визначається частка потенційних споживачів, готових до покупки:

$$B_{Nqi} = (Q_{01i} \gamma_{01i} + Q_{02i} \gamma_{02i} + Q_{03i} \gamma_{03i} + Q_{04i} \gamma_{04i} + Q_{05i} \gamma_{05i}) / (Q_{01i} + Q_{02i} + Q_{03i} + Q_{04i} + Q_{05i}),$$

де γ_i - ймовірність покупки товару різними групами споживачів при даній ціні.

Може виникнути резонне запитання: яке значення - Q_i або q_i - треба враховувати при розрахунку

ймовірності обсягів збуту при даній ціні? Це залежить від багатьох чинників і, як правило, потрібний додатковий аналіз анкет. Якщо значна частка коефіцієнта серійності покупок K_i отримана за рахунок одного або декількох великих споживачів, а основна маса відповідей припускає одиничні або дрібнооптові покупки, то краще враховувати в розрахунках значення q_i , при зворотному ж характері змісту анкет - краще використовувати значення Q_i , що швидше за все дасть більш достовірний результат. Зауважимо, що для виробів виробничого призначення одиничні покупки, як правило, зустрічаються досить рідко, тому розрахунки рекомендується робити з використанням значення Q_i по формулі.

Маючи значення $B_{N_{qi}}$, визначаються прогнозні дані рівня збуту виробів по даній ціні в конкретному сегменті ринку з місткістю E :

$$N_{qi} = E \times B_{N_{qi}}.$$

Приведений алгоритм дослідження намірів споживачів, як було вже зазначено вище, у більшій мірі використав для споживчих товарів, добре відомих своїми параметрами, різних видів сировини і матеріалів, що комплектують виробів і т. п. Однак, така методика навряд чи буде досить раціональною для дослідження намірів споживачів засобів виробництва: машин, верстатів, агрегатів, устаткування.

У цьому випадку ми рекомендуємо до використання два методи, суть яких зводиться до наступного.

1. Метод імітації покупок - заснований на повній імітації умов покупки товару, але без можливості зробити таку покупку реально. Наприклад, респонденту демонструються фотографії, описи і навіть макети (у деяких випадках навіть дослідницькі зразки) основних виробів-аналогів із своїми

технічними характеристиками і цінами. На основі цих даних потрібно зробити певний вибір.

2. Метод декомбінаційного аналізу дозволяє оцінити чутливість споживачів до цін шляхом їх розкладання (декомбінації) на окремі цінності, що надаються покупцем окремим властивостям товару, а значить перейти до створення таких товарів, котрі споживачі особливо цінують і за які готові платити більше, ніж підприємству обходиться наділення товара цими властивостями. Якщо таке обстеження проведене для репрезентативної групи покупців, то стає можливим побудова моделі купівельних переваг. А вже на основі цієї моделі можна прогнозувати, по якій ціні покупці погодяться купити товар, що містить визначений споживачами набір властивостей (причому можуть бути змодельовані реакції на товари з наборами властивостей, але поки що відсутні на ринку). Можна також прогнозувати, яка частка покупців віддасть перевагу товару тієї або іншої марки, тобто будувати прогнози гранично можливих обсягів збуту (що важливо, зокрема, при упорядкуванні бізнес-планів і розробці великих інвестиційних проектів). Крім того, спроможність даного методу виявляти приховані (підсвідомі) дозволяє робити прогноз реакції споживачів навіть на ті ціни і споживчі якості товарів, що прямо в дослідженні не фігурували (але знаходяться в рамках діапазону значень, охопленого анкетами). Треба сказати, що з усіх вищеописаних методів дослідження чутливості покупців до цін декомбінаційний аналіз здатний принести інформацію, найбільш цінну для розробки маркетингової, у тому числі цінової, стратегії фірми.

У результаті проведення такого роду дослідження одержуємо дані, що доцільно представляти у виді таблиці 4.

Таблиця 4 - Результати декомбінаційного аналізу думок, намірів і переваг споживачів

Рівень ціни, C_i	Місткість ринку, E	Ймовірність збуту	Обсяг збуту виробів при даній ціні, N_{qi}
C_1	E	$B_{N_{q1}}$	$N_{q1} \times B_{N_{q1}}$
C_2	E	$B_{N_{q2}}$	$N_{q2} \times B_{N_{q1}}$
C_3	E	$B_{N_{q3}}$	$N_{q3} \times B_{N_{q1}}$
.....			
C_i	E	$B_{N_{qi}}$	$N_{qi} \times B_{N_{q1}}$

Дані таблиці 4 рекомендується представляти у виді графіків, що наочно відбивають динаміку ймовірності покупок і виторги від продажів (обсяг збуту).

Етап 3. Визначаються значення граничних (критичних) обсягів збуту інноваційного товару N_{kpi} , при якому мінімальні цілі підприємства вважаються досягнутими.

В даній постановці слід зазначити три основні випадки, коли підприємство може встановлювати різні вимоги до граничного обсягу збуту інноваційного виробу при даній ціні на нього.

1. Забезпечення умов повернення усіх витрат (умовно-постійних і змінних), зв'язаних із виробництвом і збутом даного виробу. У цьому випадку в якості граничних (критичних) об'ємів збуту приймаються добре відомі в теорії і практику ціноутворення точки беззбитковості виробництва.

У даній ситуації в якості N_{kpi} підставляються значення N_{kpi} для відповідної ціни виробу.

2. Забезпечення підприємству нормального прибутку. Це більш високий рівень в порівнянні з попереднім варіантом, що може ставитися досить благополучним підприємством, яке високо цінує своєї ринкові можливості і в випадку невиконання умов по одержанню нормального прибутку, такий виріб може бути знятий з виробництва і замінений більш вигідним із комерційної точки зору.

3. Забезпечення будь-якої (навіть самої невеликої) суми для покриття умовно-постійних витрат. Даний випадок має місце тільки для підприємств, у яких не завантажені виробничі потужності, що більш, ніж характерно для сьогоденного стану вітчизняних промислових і в першу чергу машинобудівних підприємств. У даному

випадку для підприємства буде прийнятне замовлення на будь-яку кількість виробів по будь-якій ціні, єдиною вимогою до якого є покриття пропорційних витрат. В цих умовах розрахунок коефіцієнта цінової усталеності не має змісту, а умовою прийняття замовлення по даній ціні є дотримання нерівності:

$$C_1 > V_1,$$

де C_1 – ціна одного виробу;

V_1 – розмір пропорційних витрат у собівартості виробу.

Еман 4. Проводиться аналіз коефіцієнтів цінової байдужності до цін - α . Ми уже відзначали, що споживачі практично не чутливі до зміни цін у визначеному проміжку. Мається на увазі, що зменшення або збільшення ціни, наприклад на електродвигуни, підшипники, прилади на 1 % практично не змінить розміру попиту на них. По різних виробам діапазон такої цінової байдужності різний і вимагає до себе додаткової уваги й аналізу. Світовою практикою дослідження цінової чутливості вироблено 10 чинників, що можуть при наявності певних передумов, розширюють діапазон цінової байдужності споживачів. Вважається, що максимальною межею такого інтервалу є 10процентний діапазон, в однаковій мірі створюваний кожним із чинників цінової байдужності (по одному відсотку на кожний чинник). До числа чинників, що створюють ефект цінової байдужності в споживача відносяться:

а) ефект уявлень про наявність товарів-аналогів та заміників: чим вища їх ціна, тим менш чутливі споживачі до ціни даного інноваційного проекту;

б) ефект унікальності – чим унікальніший товар, тим менше чутливі

споживачі до його ціни;

в) ефект витрат на переключення – чим більше витрати несуть споживачі при переході на товар-аналог, тим менш чутливі споживачі до його ціни;

г) ефект порівняльних труднощів – чим більш відомі товар і його

фірма, тим менше чутливі споживачі до його ціни;

д) ефект оцінки якості через ціну – чим в більшій мірі споживач сприймає ціну як високий рівень якості, тим менше він чутливий до неї;

е) ефект дорожнечі товару – чим вище питома вага витрат на товар у загальній сумі витрат споживача, тим він більш чутливий до його ціни;

ж) ефект оцінки товару через кінцевий результат – чим більше чутливість споживача до загальних витрат на досягнення кінцевого результату, тим чутливіше відноситься споживач і до ціни конкретного виробу;

з) ефект поділу витрат – чим більшу частину витрат беруть на себе треті особи (промислові підприємства та фірми, спосори, батьки, друзі та ін.), тим менш чутливий споживач до ціни;

и) ефект справедливості ціни – чим більше ціна виходить за межі діапазону, де споживач вважає її "справедливою", тим він чутливіший до неї;

к) ефект створення запасів – чим більше товар придатний для

збереження в складі запасів, тим чутливіший споживач до його ціни.

З урахуванням приведених вище рекомендацій, було проведено дослідження рівня чутливості споживачів до різних виробів, фрагмент якого приведено.

Еман 5. Визначення коефіцієнта, що враховує інфляційне чекання. У умовах інфляції цінова стратегія підприємства не може одержати досить надійне обґрунтування без оцінки інфляційного чекання або, іншими словами, без обґрунтованого, зваженого прогнозу зміни цін на його продукцію і цін на ресурси з урахуванням загального інфляційного росту цін в економіці країни на планований період. Це стосується як короткострокового періоду, так і довгострокових розробок.

Для оцінки інфляційного чекання в ціновій стратегії підприємства рекомендується використовувати наступні показники, які прийняті в офіційній статистичній практиці нашої країни та використовуються при соціально-економічному прогнозуванні.

1. Зведений індекс споживчих цін на товари і послуги, що систематично розраховується центральними статистичними органами України і є відповідно до прийнятої методики більшістю країн із розвинутою економікою основним показником рівня інфляції.

2. Індекс цін виробників промислової продукції – також систематично публікується в періодичній пресі і необхідний для оцінки рівня інфляції цін на продукцію, вироблену промисловими підприємствами.

3. Індекс тарифів на вантажні перевезення, який відбиває динаміку тарифів на переміщення вантажів усіма видами транспорту загального користування.

4. Індекс цін на матеріально-технічні ресурси відбиває динаміку середніх цін по групах продукції виробничо-технічного призначення, що купуються підприємствами для поточного споживання.

5. Індекс цін на сільськогосподарську продукцію.

6. Індекс цін на послуги для населення. Має особливе значення для підприємств, що працюють у сфері обслуговування.

Зазначені показники беруться з різних джерел зовнішньої інформації, однак в ряді випадків їхня наявність є недостатньою для прийняття обґрунтованого рішення про прогноз темпів інфляції. Тому дані зовнішньої інформації рекомендується доповнювати власними оцінками, тобто оцінками експертів, які можна отримати як в особистому порядку (польові дослідження), так і з використанням результатів вже проведених досліджень різних наукових організацій (кабінетні дослідження).

Оцінку інфляційного чекання рекомендується проводити по наступній схемі: а) уточнюються конкретні показники динаміки цін, а також уточнюється період часу прогнозування;

б) підготовляється інформація й аналізуються вихідні дані за минулий період як по показниках

прогнозу, що містяться в його висновках, так і по чинниках і умовах, що впливають на кінцеві показники;

в) виявляються основні чинники й умови, що будуть впливати на

темпи інфляції, а також оцінюється рівень їхнього кількісного впливу;

г) розраховується темп інфляції на перспективний період.

Для більшої обґрунтованості прийнятих рішень можливі для використання різноманітні методи визначення темпів інфляції. Наприклад, рекомендується проводити оцінку інфляційного чекання по трем ймовірних сценаріях розвитку економічної ситуації в майбутньому: найбільше сприятливому, оптимальному і найменше сприятливому.

Етап 6. Проводиться обґрунтування рівня цінового ризику R_{Li} , що визначає ймовірність можливих збитків при встановленні на інноваційний товар ціни C_i . Строго говорячи, у контексті розв'язуваної задачі значення R_{Li} визначає не ймовірність наявності матеріальних втрат в розробника, а їх опосередкований розмір у випадку не досягнення підприємством рівня прогнозного збуту продукції при даній ціні - N_{ci} . При досить надійному економічному обґрунтуванні, навіть якщо розмір $R_{Li} = 0,5$, економічних втрат може і не бути, якщо, наприклад, N_{ci} у два і більш рази перевищує граничні (критичні) значення обсягів збуту. Крім того, розрахункові значення N_{ci} можуть бути просто нереальними для даного підприємства в зв'язку з нестачею виробничих потужностей або довгострокових планів у відношенні інших виробів.

Список літератури

1. Економіка підприємства: учбовий посібник / За ред. проф. Перерви П.Г., проф. Погорелова М.І., доц. Меховича С.А. –Харків: 2006. - 691 с.
2. Погорелов М.І. Підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства /М.І. Погорелов, Н.Г. Дунь // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». - 2013. -№ 22 (995) -С. 119-123.
3. Погорелов М.І. Методика определения экономической эффективности ремонта/ Н.И. Погорелов, С.Н. Погорелов // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». - 2013. -№ 67(1040) -С. 172-181.

4. Погорелов М.І. Економіко-математична модель оцінки рівня ремонтного виробництва /С.М. Погорелов, М.І. Погорелов // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2014. -№ 34 (1077). – С. 11–18.
5. Погорелов М.І. Методика визначення економічної ефективності ремонту / М.І. Погорелов, І.М. Погорелов // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2015. -№ 26 (1135). – С. 167-176.
6. Погорелов М.І. Методика економічного обґрунтування заходів щодо НОТ/ М.І. Погорелов, С. М. Погорелов// Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2015. -№ 60 (1169). – С. 149-154.
7. Погорелов С.М. Методика оцінки рівня організації праці менеджерів // Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2018. – № 15 (1291). – С 125-128
8. Погорелов С.М. Особливості застосування інформаційних технологій в менеджменті та економіці // Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2018. – № 19 (1295). – С 151-155

References(transliterated):

1. Ekonomika pidpriemstva: uchbovii posibnik / Za red. prof. Perervi P.G., prof. Pogorelova M.I., doc. Mekhovicha S.A. –Harkiv: 2006. - 691 s.
2. Pogorelov M.I. Pidvishchennya effektivnosti innovatsiynoi diyal'nosti pidpriemstva /M.I. Pogorelov, N.G. Dun' // Visnik NTU „HPI”. Seriya: Tekhnichnij progres i effektivnist' virobnictva. –H.: NTU „HPI”. - 2013. - № 22 (995) - S. 119-123.
3. Pogorelov M.I. Metodika opredeleniya ekonomicheskoy effektivnosti remonta/ N.I. Pogorelov, S.N. Pogorelov // Visnik NTU „HPI”. Seriya: Tekhnichnij progres i effektivnist' virobnictva. – H.: NTU „HPI”. - 2013. -№ 67(1040) - S. 172-181.
4. Pogorelov M.I. Ekonomiko-matematichna model' ocinki rivnya remontnogo virobnictva /S.M. Pogorelov, M.I. Pogorelov // Visnik NTU «HPI». Seriya: Tekhnichnij progres i effektivnist' virobnictva. – H.: NTU «HPI». – 2014. - № 34 (1077). – С. 11–18.
5. Pogorelov M.I. Metodika viznachennya ekonomichnoi effektivnosti remontu / M.I. Pogorelov, I.M. Pogorelov // Visnik NTU «HPI». Seriya: Tekhnichnij progres i effektivnist' virobnictva. – H.: NTU «HPI». – 2015. -№ 26 (1135). – С. 167-176.
6. Pogorelov M.I. Metodika ekonomichnogo obruntuvannya zahodiv shchodo NOT/ M.I. Pogorelov, S. M. Pogorelov// Visnik NTU «HPI». Seriya: Tekhnichnij progres i effektivnist' virobnictva. – H.: NTU «HPI». – 2015. - № 60 (1169). – С. 149-154.
7. Pohorielov S.M. Metodyka otsinky rivnia orhanizatsii pratsi menedzheriv // Visnyk NTU «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut» (ekonomichni nauky). Zbirnyk naukovykh prats. – Kh. : NTU «KhPI». – 2018. – № 15 (1291). – S 125-128
8. Pohorielov S.M. Osoblyvostizastosuvannya informatsiinykh tekhnolohii v menedzhmenti ta ekonomitsi // Visnyk NTU «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut» (ekonomichni nauky). Zbirnyk naukovykh prats. – Kh. : NTU «KhPI». – 2018. – № 19 (1295). – S 151-155

Надійшла (received) 13.09.2022

Відомості про автора / About the Author

Погорелов Сергій Миколайович (Pohorielov Serhiy Mukolaevich)– кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри «Економіка бізнесу і міжнародні економічні відносини», Харків, Україна; e-mail: serhii.pohorielov@khp.edu.ua, (ORCID: 0000-0003-0868-2002)

Кочетова Тетяна Іванівна (Kochetova Tetyana Ivanivna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку і фінансів, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5273-5066>; e-mail: tetyana.kochetova@khp.edu.ua

Д.В. РАЙКО**РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ ТА ВИНЕКНЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО МАРКЕТИНГУ ОСОБИСТОСТІ**

Розкрито еволюцію поняття людського капіталу від початку політекономічних вчень і до наших днів. Позначено елементи людського капіталу та їх визначення різними вченими під впливом зміни та трансформації економічних та соціальних відносин. Вказано, що в умовах переходу від індустріальної до постіндустріальної економіки суттєво зросла роль соціальних чинників виробництва. Саме це поступово породило розробку теоретичних засад нематеріальних форм капіталу, серед яких людський, інтелектуальний, соціальний почали займати особливе місце. Визначено важливість і одночасно відсутність вирішення проблеми маркетингу особистості в економічній культурі сучасної України. Описано дилему віднесення людського капіталу до інтелектуального (нематеріального) та до матеріального, тобто такого, що є джерелом отримання доходів та формуванням статей видатків окремого індивіда чи компанії, в якій він працює. Також наголошено на повній відсутності поняття маркетингу та менеджменту працевлаштування, професійного зростання індивідуума, так званого особистісного маркетингу, адже ці поняття застосовуються на даний час або до окремого політичного діяча, або до дуже публічних осіб в сфері бізнесу, акторської майстерності, мистецтва. Описано проблему працевлаштування людей із вродженими обмеженими можливостями. Розкрито проблеми їх працевлаштування і проблеми ринку праці інвалідів. Виділено їх соціальну значущість в системі формування економічних відносин, побудови зв'язків на макrorівні та на мікрорівні. Описано поєднання інституту людського розвитку з можливостями людей з особливими потребами, які повинні розвиватися і формувати додатний національний продукт, брати участь у його нарощенні та розподілі. Щодо професійного маркетингу особистості, і тим більше, особистості з обмеженими можливостями відсутні будь-які напрацювання.

Ключові слова: розвиток; людський капітал; особа з інвалідністю; людський ресурс; суспільна діяльність; професійний рівень; професійний маркетинг; маркетинг особистості людей з інвалідністю; соціально-орієнтований маркетинг

D. RAIKO**HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT OF PEOPLE WITH DISABILITIES**

The evolution of the concept of human capital from the beginning of political economic teachings to the present day is revealed. The elements of human capital and their definition by various scientists under the influence of change and transformation of economic and social relations are indicated. It is indicated that in the conditions of transition from industrial to post-industrial economy, the role of social factors of production has significantly increased. It was this that gradually gave rise to the development of the theoretical foundations of intangible forms of capital, among which human, intellectual, and social capital began to occupy a special place. The importance and, at the same time, lack of a solution to the problem of personality marketing in the economic culture of modern Ukraine is determined. The dilemma of assigning human capital to intellectual (intangible) and to material, i.e., that is the source of income and the formation of expenditure items of an individual or the company in which he works, is described. It is also emphasized the complete absence of the concept of marketing and employment management, professional growth of an individual, the so-called personal marketing, because these concepts are currently applied either to an individual political figure or to very public persons in the field of business, acting, and art. The problem of employment of people with congenital disabilities is described. Their classification and employment opportunities are disclosed. Their social significance in the system of forming economic relations, building connections at the macro-level and at the micro-level is highlighted. The combination of the institute of human development with the capabilities of people with special needs, who should develop and form the added national product, participate in its growth and distribution, is described. Regarding the professional marketing of an individual, and even more so, an individual with disabilities, there are no studies.

Keywords: development; human capital; a person with a disability; human resource; social activity; professional level; professional marketing; personality marketing of people with disabilities; socially oriented marketing

Вступ. Сучасні реалії України, яка перебуває в стані оборони від неоголошеного та необґрунтованого військово-територіального нападу росії, свідчать про те, що в майбутньому країна буде вважатися країною людей з інвалідністю. Люди з інвалідністю будуть як колишні військові, так і цивільні. І якщо військовим держава забезпечить гідний соціальний статус та дохід від втрати працездатності, то цивільні особи з особливими потребами будуть обмежуватися тими послугами та благами, які їм лишать або можуть і скоротити через надмірну завантаженість на бюджет. Все це буде спонукати таких осіб шукати себе на ринку праці, якого в Україні на даний час для таких категорій працездатних осіб з обмеженими можливостями не існує взагалі. Але слід наголосити, що особи з інвалідністю входять в категорію людського капіталу і можуть бути економічно вигідними як для своїх родин, так і для держави.

Аналіз стану питання. На даний час теорії людського капіталу присвятили свої праці теоретичного та прикладного характеру такі

дослідники, як Д. Акімов [1], В. Бек [2], О. Полоус [6], В. Романов [8], Д. Терещенко [10], Т. Сафонова [9] та ін..

Життєдіяльність людей з інвалідністю та рівень їх включення в працездатну частину населення країни розглядали такі вчені, як С. Вишневецька [8], О. Волгіна [4], О. Іванова [4], М. Іншин [10], В. Костюк [10], Т. Перегудова [5], О. Продиус [7] та ін.

Одночасне поєднання здатності людей з інвалідністю приносити високу користь суспільству в професійній зайнятості та ставати людським капіталом поки не знайшло ґрунтового дослідження.

Мета дослідження. Визначити критерії людського капіталу людей з інвалідністю та проблеми соціально-орієнтованого професійного маркетингу щодо їх працевлаштування.

Постановка проблеми. Відсутність критеріїв соціальної відповідальності щодо працевлаштування людей з інвалідністю і формування їх професійності здатності на такому рівні, який має стати капіталом для держави загалом та працедавця зокрема, викликає

потребу у вивченні цього питання. Враховуючи це, важливо виокремити також відсутність маркетингових технологій професійної адаптації осіб з інвалідністю в процесі навчання та життєдіяльності.

Методи дослідження. В ході дослідження було використано методи історіографічного аналізу, синтезу думок при вивченні теоретичного поняття людського капіталу та його елементів. Методи графічного групування використано при формуванні узагальнених наочних рисунків. Методи аналітичного порівняння та аналогії використані при визначенні спільних точок взаємодії між людським капіталом та ресурсами людей з інвалідністю.

Результати дослідження. Базис поняття людського капіталу був закладений класичною економічною школою в працях У. Петті, А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршалла, Г. Беккера, Ф. Ліста та ін. Саме вони звертали увагу на людину та її здібності, навички, професійний досвід як на ресурс, який здатний відтворюватись саме працівником при певних умовах зацікавленості ним підвищеними результатами праці, добробутом та прибутком.

Термін «людський капітал» винайшов в 1960-х роках відомий американський економіст Т. Шульц, лауреат Нобелівської премії 1979 р., щоб виразити вартість людського потенціалу. Т. Шульц показав, що людська здатність є однією із форм капіталу. Саме Т. Шульц сформував механізм формування людини як капіталу для роботодавця (рис. 1).

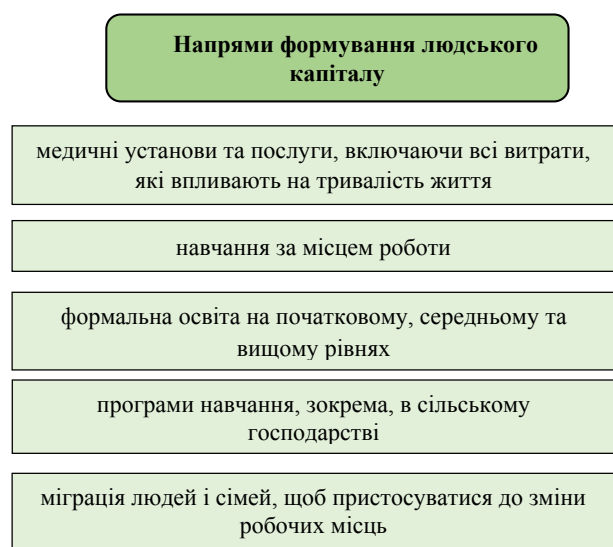


Рис. 1 – Напрямки формування людського капіталу за Т. Шульцом [за 16, с. 9]

Сучасник Г. Беккер в праці «Людський капітал» додає до елементів людського капіталу знання, виробничі навички та мотивацію [11, с. 95]. Е. Тоффлер в праці «Метаморфози влади» виводить поняття людського капіталу за можливостями працездатної людини. Він переконує, що «Людський капітал на всіх підставах можна розглядати поряд з іншими видами капіталу як змістовний елемент економічної системи, її важливої категорії та невід'ємної частини» [13, с. 69].

Ідеї інституційного підходу до теорії людського капіталу виводять на перший план критерії вибору

індивідом напрямків економічної діяльності (професійної причетності), які в подальшому формують його рівень людського розвитку і цінність для працедавця. До таких авторів належать Д. Норт [14], Д. Ходжсон [12], О. Вільямсон [3].

І. Фішер, автор концепції «всеосяжного капіталу», відносить саму людину та її природжені властивості до капіталу: «Вона (людина) так само матеріальна, як кінь чи бик. Людина може належати іншій особі (у випадку рабства) або ж самій собі. І в тому, і в іншому разі вона корисна своєму власникові» [13, с. 51-52]. Як наголошує Т. Сафонова, «ця теорія стала основою для подальшого розвитку концепції людського капіталу, що був обумовлений об'єктивними процесами розвитку суспільного виробництва та науково-технічного прогресу на заході у другій половині ХХ ст.» [9, с. 2-3].

О. Полоус та В. Романов визначають людський капітал «як сукупність якостей, які визначають продуктивність і можуть стати джерелами доходу для людини, підприємства і суспільства. Такими якостями зазвичай вважають здоров'я, природні здібності, освіту, професіоналізм, мобільність» [8, с. 94].

Схему кругообігу розвитку людського капіталу, представлену О. Полоус та В. Романовим зображено на рис. 2.

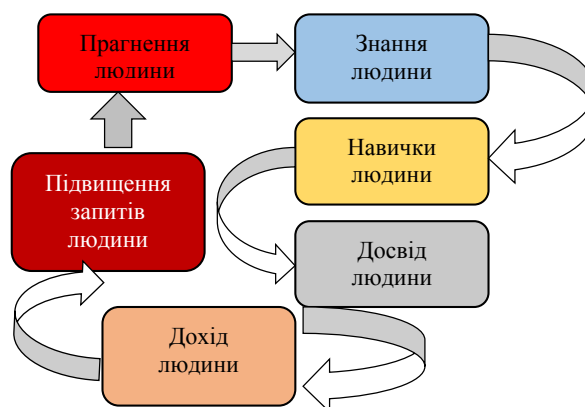


Рис. 2 – Кругообіг формування людського капіталу працівника за О. Полоус, В. Романовим [7]

О. Полоус та В. Романов переконані, що «це не просто сукупність знань, здібностей, якими володіє людина, а придбаний запас знань, які доцільно використовувати в тій чи іншій сфері суспільної діяльності, що сприяє зростанню продуктивності праці та виробництва; використання даного запасу приводить до зростання заробітків (доходів) даного працівника; збільшення доходів сприяє зацікавленості працівника, що приводить до подальшого інвестування в людський капітал» [8, с. 94].

Отже, ці дослідники спираються на самовизначеність людини, її власну зацікавленість у досягненнях праці, самонавчанні, підвищенні кваліфікації і звідси, – в підвищенні доходів. Ми не погоджуємося з таким твердженням. Адже в сучасних умовах праці в Україні не завжди вища віддача на робочому місці призводить до підвищення отриманих доходів. Це, на наш погляд, сумнівно навіть в позиції

приватного підприємця, фізичної особи-підприємця. Здебільшого, знання і досвід, навички та продуктивність праці призводять до зниження браку, зниження трудомісткості роботи, перетворення однотипних робочих процесів на їх механічне виконання. Лише за умови оплати роботи на виробітком є реальний шанс працівнику отримати пряму віддачу від зростання продуктивності праці. Тому ми не погоджуємося, що отримання вищого доходу призводить до бажання отримувати кращу освіту, вкладатися в самоосвіту. На наше переконання, це призводить до зростання соціального статусу працівника, до зростання його добробуту, можливо, до зростання чисельності дітей у родині або його мобільності, якіснішого рівня відпочинку, отримання матеріальних благ у вигляді кращого автомобіля, кращого житла, купівлі продуктів харчування вищої якості. Тобто, до зростання якості життя окремої людини, а в макроекономічному здобутку – до зростання індексу людського розвитку.

Для нарощення освітнього рівня в свідомому професійному віці працівник має зрозуміти реальний стимул вийти із зони комфорту у вигляді благ, які він може отримати на основі уже надбаних знань, умінь, навичок, професійного іміджу і власної потреби. І для цього він повинен перебувати в компанії, яка також має стратегічне бачення росту, розвитку та отримання більшого доходу і потребує для цього працівників відповідного рівня спроможності це здійснювати. Так виникає професійний особистісний маркетинг, де компанія потребує, а працівник готовий задовільнити потребу компанії в своїх знаннях, вміннях, навичках для їх спільного зростання доходів та добробуту. В цьому випадку критерії людського капіталу мають мати такі компоненти: 1) можливість працівника брати участь в суспільно корисній праці; 2) можливість працівника формувати власні соціальні контакти; 3) здатність працівника генерувати нові ідеї, образи, уявлення і перетворювати їх в бажані для компанії; 4) раціонально використовувати власні навички, знання та методи роботи для досягнення цілей, які сповідує компанія.

Отже, можемо відзначити, що і в сучасну добу теорія людського капіталу немає чіткого базису і відповідних напрацьованих елементів, які б чітко визначали зацікавленість особи чи компанії в застосуванні спочатку інтелектуального, а згодом переводу його в матеріальний еквівалент через здібності, навички, професіоналізм та продуктивність праці працівника. На нашу думку, саме потенціал компанії, її імідж, спрямування і можливості розвитку, росту, розширення дають точку відліку для формування стратегічних та тактичних планів і відповідного пошуку ресурсів їх досягнення. І саме тоді людський капітал ставиться в пошук компанією саме в тих ракурсах і виявленнях, які в тому випадку необхідні фірмі для досягнення її цілей. Іноді людині не потрібно довчатися, підвищувати/змінювати кваліфікацію, отримувати нові навички, нарощувати продуктивність праці, а лише інакше застосувати свої вміння і досвід.

Тобто, ми вважаємо, що людський капітал, - це те, що уже є наявне в працівнику компанії, яке при вірній постановці цілі і методах її досягнення дає змогу йому розкрити весь спектр своїх знань, вмінь, навичок, досвіду. А розвиток людського капіталу спирається саме на формування в працівника потреби підвищити свій рівень знань і навичок, продуктивність праці, ускладнити взаємозв'язки і тим самим спочатку самостійно, а згодом і з суспільною користю для компанії вийти на заданий рівень досягнення цілей за допомогою нових методів чи механізмів.

Звернемося до питання працевлаштування інвалідів, людей з особливими потребами.

В довоєнний період рівень зайнятості людей з інвалідністю становив в середньому 21-23 % [7].

Враховуючи те, що Україна на даний час втратила працездатне населення через 1) військові дії і перехід працівників на фронт, 2) через виїзд сімей, переважно жінок з дітьми за кордон і ймовірне їх неповнення в країну, 3) через фізичне знищення цивільних в тилу і загибель військових, на сучасних та майбутніх людей з особливими потребами буде покладено обов'язок працювати і формувати доданий валовий продукт для стабілізації економіки держави.

Що ж сама людина з обмеженими можливостями і особливими потребами може дати роботодавцю? Яким чином виявити її здібності, щоб їх вдосконалити і спрямувати таку людину так, щоб вона не була тягарем ні своїй родині, ні державі, ні собі і могла отримати достойну оплату праці за свою роботу?

Європейський досвід показує, що ринок праці людей з інвалідністю може існувати. Ефективними механізмами виявлення потрібних для роботодавця якостей людини з особливими потребами та обмеженими можливостями є ярмарки виробів і результатів праці таких осіб, проведення конкурсів осіб з однаковими фізичними вадами в однопрофільному напрямку. В країнах Європи існують спеціальні благодійні організації, які піклуються саме цими питаннями. Наприклад у Польщі є Фонд ім. брата Альберта, Хельсинський фонд з захисту прав людини чи польський філіал Amnesty International, Фонд SOS, Центр підтримки громадських ініціатив та організації допомоги дітям з інвалідністю, центр «Євромед» [5].

Отже, в Європі сформований соціально орієнтований маркетинг освітнього та професійного розвитку осіб з інвалідністю. В Україні цей напрямок поки що не знайшов такої зацікавленості. Люди з інвалідністю в професійному просторі не є конкурентною силою порівняно з повносправними людьми. Напрямки працевлаштування щодо них не розробляються ні на урядовому, ні на місцевому рівнях. Соціальним маркетингом осіб з інвалідністю може також вважатись не тільки особи з інвалідністю, но і з початком війни і виникненням групи людей, які набули інвалідність внаслідок військових дій, але можуть продовжувати роботу.

Складність розвитку ринку праці осіб з інвалідністю визначається тим, що кожна людина з обмеженими можливостями потребує на робочому місці спеціальних заходів, які б дали їй можливість підтримувати саме робочу варіант відносин (наявність

під'їздів до входу, пандусів, візків, палиць, комфорту в ліфтах та кімнатах гігієни, за робочим столом і приміщенні загалом). Тому, на наш погляд, розвиток ринку праці осіб з інвалідністю доцільно для адаптації перенести спочатку в сферу фрілансеру. В даному випадку людина з обмеженими можливостями буде мати змогу працювати в комфортному для неї місці, не витрачаючи час на дорогу до роботи і з неї. Адже переробка міського транспорту і вулиці також буде потребувати змін.

Спочатку, на наш погляд, Україна повинна переформувати певну кількість своїх навчальних закладів в інклюзивні. Вони повинні мати як можливість навчати людей з інвалідністю, так і мати медичний супровід таких людей відразу на місцях. Головним пунктом цих закладів навчальних має стати ведення чіткого списку усіх осіб з обмеженими можливостями, тобто 100-відсотково охопити їх для формування програм адаптації, розвитку та супроводу, ступеня мобільності та психологічного стану, готовності до спілкування не лише з роботодавцями, а й загалом зі навколишнім світом.

Для виявлення в людей з інвалідністю їх професійних здібностей необхідно формувати спеціальні тестові завдання уже на рівні їх навчання і подальшої профорієнтації. На нашу думку, для активнішого входження особи з особливими потребами в професійний світ слід з 14 років визначати його здібності і розвивати їх в професійному напрямку. Люди з інвалідністю не мають професійної мобільності, вони не конкурентні на ринку праці, тому здобута ними професія буде, здебільшого, супроводжувати їх все життя. Чим раніше така особа посягне навички в певній роботі, тим легше їй буде адаптуватися і згодом отримувати заробітну плату і знизити соціальну напруженість в сім'ї та суспільстві. А набуті раніше професійні навички і здобутки будуть мотивувати таку людину до розвитку майстерності і вдосконалення професіоналізму, робитимуть її більш стійкою до викликів часу, негативного чи відторгненого ставлення оточення.

Від інклюзивних закладів навчання буде в даному випадку вимагатися створення цілої системи супроводу, як від системи закладів освіти і профорієнтації. Якщо система освіти веде дитину від 1 року до орієнтовно 25 років: садочок, ясельна група – початкова школа – середня школа – старша школа чи професійна освіта – вища школа – робоче місце. То в даному випадку слід буде вести людину з інвалідністю від моменту звернення, в ідеалі від народження до виходу на пенсію чи смерті, тобто протягом усього життя, задовольняючи не лише професійне вирішення проблем, але й медичного та соціального супроводу. Розвиток даної системи з кореня дасть змогу адаптувати і осіб з інвалідністю з народження, і осіб з інвалідністю з набутими обмеженнями внаслідок війни чи життєвих обставин.

Висновки. Проведене дослідження показує нам, що в Україні існує теоретичне підґрунтя для формування систем професійного розвитку цілком повносправних людей, але абсолютно відсутні навіть теоретичні напрацювання, програми та проекти, які б

розвивали ринок праці людей з різними фізичними вадами, обмеженими можливостями та особливими потребами. В майбутньому Україна постане як країна осіб інвалідністю, тому такі програми розвитку потрібні розвивати і припрацьовувати уже, робити пілотні проекти і адаптовувати цілі системи медичного та професійного супроводу для введення таких людей в суспільство і зниження соціальної напруженості на нього, формування від їх праці доданого вального продукту.

Впровадження в заклади вищої інклюзивної освіти складової щодо осіб з інвалідністю для набуття ними конкурентоспроможності на ринку праці поки що лишається на рівні співпраці українських ЗВО та зарубіжних недержавних організацій.

Перспективи подальших досліджень визначаються створенням методології та механізмів адаптації людей з інвалідністю до умов економічного середовища в країні і створення ними людського капіталу з ефектом соціально-економічної віддачі. Для формування в них конкурентоспроможності на ринку праці слід в межах закладу освіти вводити методологію роботи з такими людьми з усіх навчальних предметів, так як особи з набутою інвалідністю можуть отримувати другу, третю освіту для входження на ринок праці. Особи із вродженою інвалідністю повинні від початку профорієнтації працювати за програмами, які формують в них професійні навички з врахуванням їх вад. В обох випадках саме соціально - орієнтований маркетинг повинен забезпечувати ці навчальні потреби.

Список літератури

1. Акимов Д. И. Социальный маркетинг. К. : Наукова думка, 2008. 144 с.
2. Бек В. Человеческий капитал ищет, где лучше. Деньги. 2015. № 19 (309). С. 16.
3. Вільямсон О. Е. Економічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів. Київ : Артес, 2001. 472 с.
4. Волгіна О. М., Іванова О. Л. Соціальний супровід людей з інвалідністю на робочому місці: посібник; ПРООН в Україні, Спільна Програма «Сприяння інтеграційній політиці та послугам для людей з інвалідністю в Україні». К. : Baïre, 2018. 36 с. URL : https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/802_eea1d507082f96828df62fa1e4fdbaaa9071671f70dddc90fc909154bde7a.pdf (Дата звернення 08.08.2022)
5. Перегудова Т. В. Використання трудового потенціалу людей з інвалідністю: європейський досвід корпоративної соціальної відповідальності. Науковий клуб. 2015. № 10 (30). URL : http://sophus.at.ua/publ/2015_10_30_kampodilsk/sekcija_section_4_2015_10_30/vikoristannja_trudovogo_potencijalu_ljudej_z_invalidnistju_evropejskij_dosvid_korporativnoji_socialnoji_vidpovidalnost_i/105-1-0-1530 (Дата звернення 08.08.2022)
6. Полоус О. В., Романов В. О. Маркетинг людського капіталу в сфері ІТ-технологій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. № 12. С. 93-97.
7. Продіус О. І. Соціально-економічні аспекти працевлаштування осіб з обмеженими можливостями в контексті стійкого інклюзивного навчання. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 32. С. 97-101. URL : http://bses.in.ua/journals/2018/32_2018/21.pdf (Дата звернення 08.08.2022)
8. Розвиток трудового потенціалу як складова соціальної безпеки України: монографія [С. В. Вишновецька, М. І. Іншин, В. Л. Костюк, І. С. Сахарук та ін.] ; за ред. М. І. Іншина, І. С. Сахарук. Київ : ФОП Маслаков, 2018. 544 с. URL : <https://r.donnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11233/%D>

- 0%90%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%B03.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Дата звернення 08.08.2022)
9. Сафонова Т. В. Теорія людського капіталу як інтегральна концепція розвитку соціальної та економічної сфери. 2009. № 6. URL : <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5Qr0gNEUiccJ:dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/39808/12-Safonova.pdf%3Fsequence%3D1&cd=13&hl=ru&ct=clnk&gl=ua> (Дата звернення 08.08.2022)
 10. Терещенко Д. А. Генезис наукових підходів до теорії людського капіталу. Публічне управління та митне адміністрування. 2019. № 4 (23). С. 90-101.
 11. Тоффлер Е. Метаморфози влади; пер. с англ. К., 2003. 669 с.
 12. Ходжсон Д. Економічна теорія та інститути: Маніфест сучасної інституціональної економічної теорії; пер. с англ. К. : Знання-Прес, 2003. 464 с.
 13. Fisher I. The Nature of Capital and Income. L., 1927.
 14. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. England: Cambridge University Press, 1990. URL : https://books.google.fr/.../Institutions_Institutio. (Дата звернення 08.08.2022)
 15. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital. The American Economic Review. Vol. 51. № 1 (Mar., 1961). P. 1-17.
- References (transliterated)**
1. Akymov D. Y. Sotsyal'nyy marketynh [Social marketing]. Kiev: Naukova dumka, 2008. 144 p.
 2. Bek V. Chelovecheskiy kapital yshchet, hde luchshe [Human capital is looking for the best]. *Den'hy* [Money]. 2015. no 19 (309). pp. 16.
 3. Vil'yamson O. E. Ekonomichni instytutsiyi kapitalizmu: Firmy, marketynh, ukladannya kontraktiv [Economic institutions of capitalism: Firms, marketing, contracting]. Kiev : Artek, 2001. 472p.
 4. Volhina O. M., Ivanova O. L. Sotsial'nyy suprovid lyudey z invalidnistyu na robochomu misti: posibnyk; PROON v Ukraini, Spil'na Prohrama «Spryyannya intehratsiyniy politytsi ta posluham dlya lyudey z invalidnistyu v Ukraini» [Social support of people with disabilities at the workplace: manual; UNDP in Ukraine, Joint Program "Promotion of Integration Policy and Services for People with Disabilities in Ukraine"]. Kiev: Vaite, 2018. 36 p. URL : <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/802eea1d507082f96828df62fa1e4fdbaaa90716717f0dddc90fc909154bde7a.pdf> (Data zvernennya 08.08.2022)
 5. Perehudova T. V. Vykorystannya trudovoho potentsialu lyudey z invalidnistyu: yevropeys'kyy dochsvid korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti [Using the labor potential of people with disabilities: the European case study of corporate social responsibility]. *Naukovyy klub* [Scientific club]. 2015. no 10 (30). URL : http://sophus.at.ua/publ/2015_10_30_kampodilsk/sekcija_section_4_2015_10_30/vikoristannja_trudovogo_potencialu_lyudej_z_invalidnistju_evropejskij_dosvid_korporativnoyi_socialnoyi_vidpovidalnost_i/105-1-0-1530 (Data zvernennya 08.08.2022)
 6. Polous O. V., Romanov V. O. Marketynh lyuds'koho kapitalu v sferi IT-tehnolohiy [Marketing of human capital in the field of IT technologies]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and the world economy]. 2017. № 12. S. 93-97.
 7. Prodius O. I. Sotsial'no-ekonomichni aspekty pratsevashtuvannya osib z obmezhenymy mozhlyvostyamy v konteksti stiykoho inklyuzyvnoho navchannya [Socio-economic aspects of employment of persons with disabilities in the context of sustainable inclusive education]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi* [Black Sea Economic Studies]. 2018. Issue 32. pp. 97-101. URL : http://bses.in.ua/journals/2018/32_2018/21.pdf (Data zvernennya 08.08.2022)
 8. Rozvytok trudovoho potentsialu yak skladova sotsial'noyi bezpeky Ukrainy [Development of labor potential as a component of social security of Ukraine]: monohrafiya [S. V. Vyshnovets'ka, M. I. Inshyn, V. L. Kostyuk, I. S. Sakharuk ta in.] ; za red. M. I. Inshyna, I. S. Sakharuk. Kiev: FOP Maslakov, 2018. 544 p. URL : <https://r.donnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1123/%D0%90%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%B03.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Data zvernennya 08.08.2022)
 9. Safonova T. V. Teoriya lyuds'koho kapitalu yak intehr'al'na kontseptsiya rozvytku sotsial'noyi ta ekonomichnoyi sfery [The theory of human capital as an integral concept of social and economic development]. 2009. no 6. URL : <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5Qr0gNEUiccJ:dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/39808/12-Safonova.pdf%3Fsequence%3D1&cd=13&hl=ru&ct=clnk&gl=ua> (Data zvernennya 08.08.2022)
 10. Tereshchenko D. A. Henezys naukovykh pidkhodiv do teorii lyuds'koho kapitalu [Genesis of scientific approaches to the theory of human capital]. *Publichne upravlinnya ta mytne administruvannya* [Public administration and customs administration]. 2019. no 4 (23). pp. 90-101.
 11. Toffler E. Metamorfozy vlady [Metamorphoses of power]; per. s anhl. Kiev, 2003. 669 p.
 12. Khodzhsen D. Ekonomichna teoriya ta instytuty: Manifest suchasnoyi instytutsional'noyi ekonomichnoyi teorii [Economic theory and institutions: Manifesto of modern institutional economic theory]; per. s anhl. Kiev: Znannya-Pres, 2003. 464 p.
 13. Fisher I. The Nature of Capital and Income. Lviv, 1927.
 14. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. England: Cambridge University Press, 1990. URL : https://books.google.fr/.../Institutions_Institutio. (Data zvernennya 08.08.2022)
 15. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital. The American Economic Review. Vol. 51. no 1 (Mar., 1961). pp. 1-17.

Надійшла (received) 13.09.2022

Відомості про автора / About the Author

Діана Валеріївна Райко (Diana Raiko) - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9307-103X>; email: Diana.Raiko@khipt.edu.ua

ZHANG MIN, HUO RAN**ASSESSING THE LOGISTIC SYSTEM MATURITY LEVEL IN INTEGRATED SUPPLY CHAINS UNDER LOGISTIC 4.0 PARADIGM**

The fourth industrial revolution and digital technologies have transformed the logistics industry, leading to the emergence of Logistics 4.0 paradigm with interconnected systems, robots, big data analytics, and data-driven decision-making, which is crucial for enhancing supply chain resilience, sustainability, and customer-centricity. In this regard, the need to continuous investment in logistics system maturity assessment and development has been identified. This research article analyzes existing maturity assessment models for business systems, summarizes these models, and discusses their potential transformation under the influence of digitalization. The importance of evaluating maturity levels is highlighted through existing research but emphasizes that merely identifying maturity levels is insufficient, as improvements are necessary following the evaluation. Moreover, existing models that evaluate maturity levels need to improve accounting for industry-specific contexts and provide specific quality indicators rather than focusing on the description of maturity levels. The article aims to develop the theoretical and methodological foundations for the logistics system maturity in integrated supply chain evaluation and provide a framework for organizations to identify areas for improvement with the Logistics 4.0 paradigm. The article's hypotheses suggest that improving such factors as digital transformation, supply chain integration, organizational culture, strategic alignment, human capital, workforce development, partnerships, and collaborations can enhance the maturity level of logistic systems, leading to improved supply chain performance, but some barriers and challenges need to be overcome with the fourth industrial revolution achievements. The mutual influence of the described hypotheses highlights three key areas for evaluating logistics maturity: the level of formalization within the integration process, the maturity of individual participants, and the utilization of opportunities provided by the fourth industrial revolution. The interpretation of integrated logistic system maturity level has been given. The article provides a comprehensive interpretation of the maturity level of integrated logistics systems, which are proposed to identify based on the developed hierarchical model of fuzzy inference. Under the fuzzy model, indicators for assessing different aspects of logistic maturity have been offered, and response scenarios to maturity assessment results have been developed.

Keywords: logistics; logistics integration; maturity level; supply chains; fuzzy inference; directions of logistics optimization

ЧЖАН МІНЬ, ХО ЖАНЬ**ОЦІНЮВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ЗРІЛОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАВАННЯ ЗА ПАРАДИГМОЮ ЛОГІСТИКИ 4.0**

Четверта промислова революція та цифрові технології змінили галузь логістики, що призвело до появи парадигми логістики 4.0 із взаємопов'язаними системами, роботами, аналітикою великих даних та прийняттям рішень на основі даних, що має вирішальне значення для підвищення стійкості ланцюга постачання та забезпечення підвищення рівня клієнтоорієнтованості. У зв'язку із цим актуалізувалась потреба постійного інвестування в оцінювання та забезпечення зростання зрілості логістичної системи. У цій дослідницькій статті аналізуються існуючі моделі оцінки зрілості бізнес-систем, узагальнюються ці моделі та обговорюється їх потенційна трансформація під впливом цифровізації. Важливість оцінювання рівнів зрілості підкріплюється наявними дослідженнями, але підкреслюється, що простого визначення рівнів зрілості недостатньо, оскільки після оцінювання необхідні вдосконалення. Крім того, існуючі моделі оцінювання рівня зрілості повинні бути покращені врахуванням галузевих контекстів через кількісні показники, а не лише через орієнтацію на опис рівнів зрілості. Метою статті є розвиток теоретико-методичних засад оцінювання зрілості логістичних процесів інтегрованих ланцюгів постачань і визначення областей їх вдосконалення за допомогою парадигми логістики 4.0. Гіпотези статті припускають, що вдосконалення таких факторів, як цифрова трансформація, інтеграція ланцюга поставок, організаційна культура, стратегічне узгодження, людський капітал, розвиток робочої сили, партнерства та співпраця, може підвищити рівень зрілості логістичних систем, що призведе до покращення продуктивності ланцюга поставок. Взаємний вплив описаних гіпотез виділяє три ключові сфери для оцінки зрілості логістики: рівень формалізації інтеграційного процесу, зрілість окремих учасників логістичної взаємодії та використання наданих четвертою промисловою революцією можливостей. Подано інтерпретацію рівня зрілості інтегрованих логістичних систем, які запропоновано ідентифікувати на основі розробленої ієрархічної моделі нечіткого логічного висновку. Розроблено сценарії реагування логістичних систем на отримані результати оцінювання.

Ключові слова: логістика; логістична інтеграція; рівень зрілості; ланцюги постачань; нечіткий логічний висновок; напрями логістизації

The urgency of the research. The fourth industrial revolution and digital technologies have widely spread and have brought a paradigm shift in the logistics industry, rendering some traditional logistics methods inadequate and necessitating the development of powerful new tools. The Logistics 4.0 paradigm, characterized by interconnected systems, robots and cyber-system involvement, big data analytics, supply chain integration, data-driven decision-making, etc., has emerged as a reasonable response to the new digital challenges. Enterprises and their associations could face such challenges only through increasing logistic system maturity levels that could have different ways of understanding but are crucial in all their meanings. Increasing maturity levels provides invaluable insights for enhancing supply chain resilience, sustainability, and customer-centricity.

Target setting. As the global logistics industry evolves rapidly under the digital influence, pursuing knowledge in logistics system maturity assessment is a critical field of inquiry that requires an ongoing investment of intellectual capital and resources. Organizations must have the tools and frameworks to

gauge their logistics maturity levels accurately. Such assessments can enable them to identify potential areas for improvement, compete effectively, craft strategic initiatives to fortify their logistical prowess and thrive in a volatile business environment.

Actual scientific researches and issues analysis. The maturity level of systems and business processes has been considered by many researchers and is mentioned in various reference models. A list of existing maturity assessment models and directions for their possible transformation under the digitalization influence (these directions are defined by the authors of this article) has presented in Table 1. Based on the presented systematization of information, the maturity of business processes can be defined as the degree to which the process meets the requirements of certainty, manageability, measurability, replicability, and performance. In turn, the logistic maturity level refers to the maturity of an organization's logistics processes and capabilities, including managing inventory, transportation, etc.

Table 1 – System maturity level frameworks and directions of its possible development under the digitalization influence

Framework	Essence of model	Model Levels	Digitalization impact
CMMI (Capability Maturity Model Integration) [4]	A framework for process improvement. It is designed to help organizations enhance their product and service development, delivery, and maintenance capabilities.	1. Initial 2. Managed 3. Defined 4. Managed 5. Optimizing	It should be expanded by process optimization through such digital technologies as AI, IoT, and data analytics, which can facilitate continuous improvement and innovation across processes within the organization.
Logistics Maturity Model (LMM) [1; 12]	A comprehensive model was developed to evaluate logistics performance and capabilities, focusing on logistics processes' efficiency and integration.	1. Ad hoc 2. Fragmented 3. Integrated 4. Optimized 5. Advanced	Given model should also be improved through end-to-end visibility, real-time data-driven decision-making, and increased automation like blockchain and robotics preces (RPA)
SCOR (Supply Chain Operations Reference) Model [2; 8]	It is a management tool that provides a standard framework for evaluating, improving, and communicating supply chain performance across industries	1. Reactive 2. Anticipatory 3. Collaborative 4. Orchestrating 5. Cognitive	The fourth industrial revolution can help the SCOR model's core elements (Plan, Source, Make, Deliver, Return) optimization through better demand forecasting and collaboration among supply chain partners
Gartner's Five-Stage Maturity Model for Manufacturing Excellence [7; 10]	The maturity model offers a strategic framework to achieve manufacturing excellence by aligning people, processes, and technology.	1. Chaotic 2. Structured 3. Integrated 4. Orchestrated 5. Continuous	For the manufacturing capabilities improvement it is possible to use digitalization for transition from lower maturity stages to higher stages of the model, enabling excellence
Industry 4.0 Maturity Model [3; 11]	A model that evaluates the digital maturity of manufacturing companies based on technological, organizational, and strategic dimensions.	1. Computerize 2. Connectivity 3. Visibility 4. Transparency 5. Adaptability	Digital transformation can accelerate an organization's progress across the maturity stages of this model, from Computerization to Visibility, fostering a higher degree of automation and resilience

The information presented in Table 1 provides an overview of the most prevalent models for assessing the maturity of systems and processes. Additionally, Table 1 encompasses the authors' perspective on the influence of informatization and digitalization on these models. The table includes not only references to the models themselves but also to the implementation of evaluation processes in an academic context. For example, by usage of SCOR [8] I. Bukhori, K. Widodo, and D. Ismoyowati [2] investigate the performance of a poultry supply chain in a Yogyakarta-based slaughtering house. Expanding SCOR by Analytical Hierarchy Process methods helps identify areas for improvement of logistic operations for company efficiency. Such an example proves the importance of assessing the level of maturity. The Same with Five-Stage Manufacturing Excellence Maturity Model developed by Gartner's Company [7] and widely revealed by researchers such as C. Siedler [10]. This model consists of seven dimensions, such as goal, data, skill sets, organizational structure, applications, analytics techniques, and supporting technology, each of which evaluates the extent of digitalization within various phases of a product's lifecycle. But anyway, it is not enough only to distinguish the maturity levels due to the necessity to make some improvement after evaluation.

Uninvestigated parts of general matters defining. As it shown in author's expanding in Table 1, the fourth industrial revolution and the influence of digital technologies can lead to significant improvements across various maturity models by driving enhanced process optimization, increased automation, data-driven decision-making, and better

integration and collaboration, ultimately fostering organizational agility and resilience. However, Table 1 focuses more on business processes rather than logistics. Nevertheless, Several researchers have studied the maturity models of logistics systems operating within the logistics' 4.0 framework. For example, J. Oleskow-Szlapka and A. Stachowiak [9] offered the estimation model specifically designed to scrutinize the degree of progress achieved in logistics processes within the context of the fourth industrial revolution. Even though the given in [9] model is based on six dimensions (process, organization, technology, human resources, management, and performance) and helps to identify the enterprise's strengths and weaknesses in logistics processes, several areas for mentioned model improvement could be determined. Such areas consider the influences of different contexts and industries on the logistic maturity level and provide specific strategies for improving logistics processes rather than just identifying strengths and weaknesses. The same areas of improvement are relevant to K. Werner-Lewandowska's and M. Kosacka-Olejniak's [12] article, similar to those described in Table 1 Logistics Maturity Model (LMM) but for the service company was presented. In [12], proposals emphasize the breakdown of the LLM in areas of planning, procurement, storage, inventory management, distribution, and reverse logistics, each of which should be further expanded to take into account digital transformation. So, the models mentioned above delineate areas that require consideration of maturity levels, but they solely entail defining features of said levels. Hence, it is

essential to incorporate quantitative characteristics, which is also impossible to implement with Industry 4.0 impact fully.

The research objective. The article aims to develop the theoretical and methodological foundations for the logistics system maturity in integrated supply chain evaluation and provide a framework for organizations to identify areas for improvement with the Logistics 4.0 paradigm. Achieving the article's goal involves solving the following tasks: identifying and analyzing the key factors influencing integrated supply chain logistics systems' maturity level; developing a comprehensive maturity assessment framework for evaluating the logistics system maturity level with various dimensions; providing actionable recommendations for an integrated supply chain to use in own advantage opportunities from the Logistics 4.0 paradigm and digital transformation.

The statement of basic materials. Implementing the research objective could be based on fuzzy logic approach described by V. Gajovic [6] and A. Dorokhov [5] in their articles. The advantages of using fuzzy logic include: its ability to handle imprecise and uncertain data; flexibility in decision-making; its potential to model complex systems. The fuzzy logic approach is suggested to rely on multiple this article authors' hypotheses to ascertain the degree of maturity within the logistics system, particularly in integrated supply chains. The interaction between the proposed hypotheses (are

defined by the set $\{H\}$) is shown in Fig. 1. The presented in Fig. 1 dependencies expand the idea that individual enterprises' integration increases the competitiveness of integrated supply chains. However, it is essential to note that competitiveness can only be enhanced through the growth of logistics maturity. The first integration stage may lead to a decline in logistics maturity due to the emergence of new procedures. To increase logistics maturity, utilizing the opportunities provided by the fourth industrial revolution is essential. The logistics maturity of an integrated supply chain depends on the maturity of its participants. Moreover, the existence of formalization within the integration process affects the level of logistics maturity. Participants in an integrated supply chain can enhance logistics maturity by attracting logistics practices from other participants. This approach can lead to the mutual development of logistics practices, thus contributing to the overall logistics maturity of the integrated supply chain. Although integration does not necessarily have to be formal, the level of logistics maturity depends on the existence of such formalization. Thus, the mutual influence of the described hypotheses and conditions allows for identifying three crucial areas for evaluating logistics maturity in an integrated supply chain, which are presented at the bottom of Fig. 1.

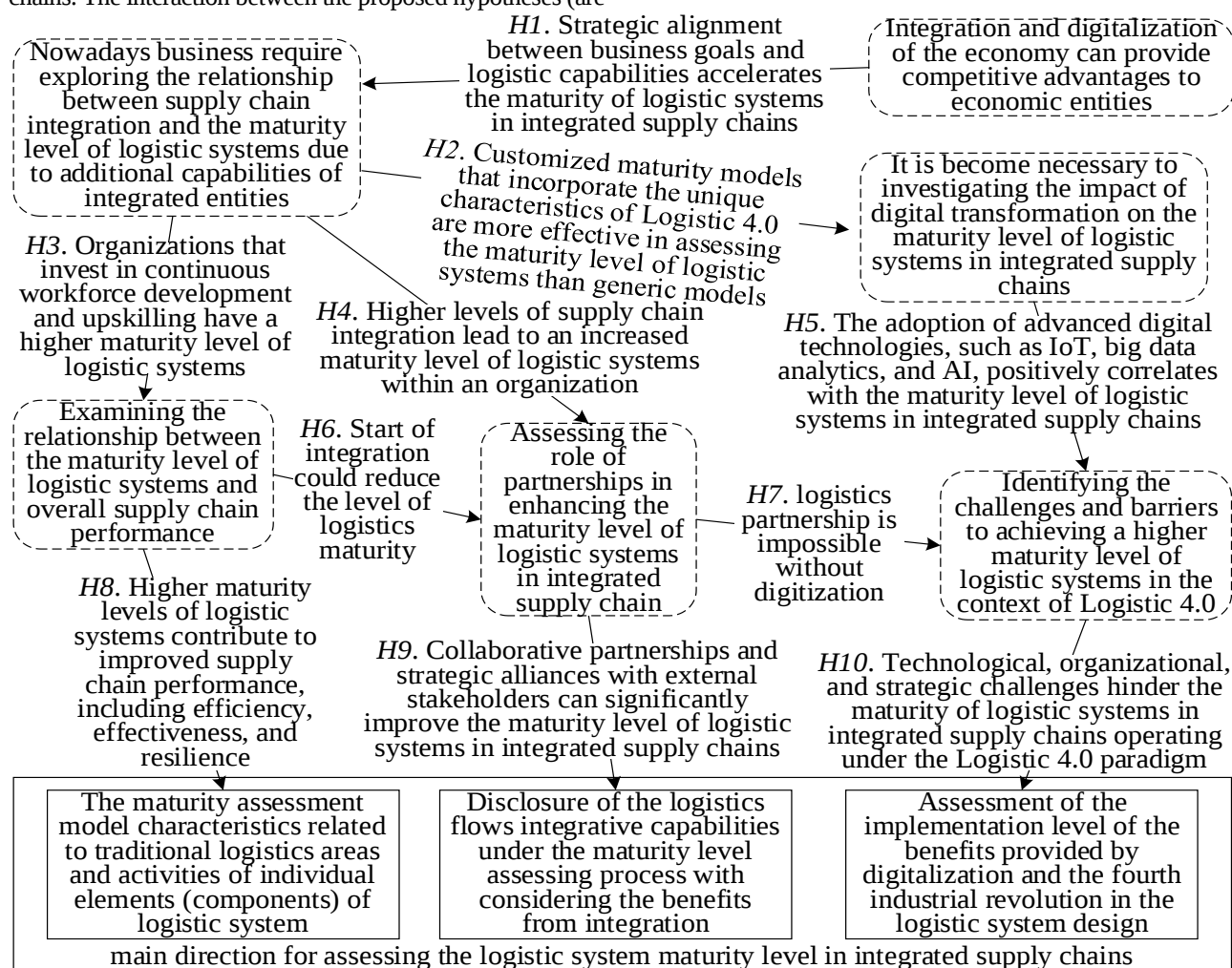


Fig 1. - The article hypothesis regarding direction for assessing the logistic system maturity level in integrated supply chains

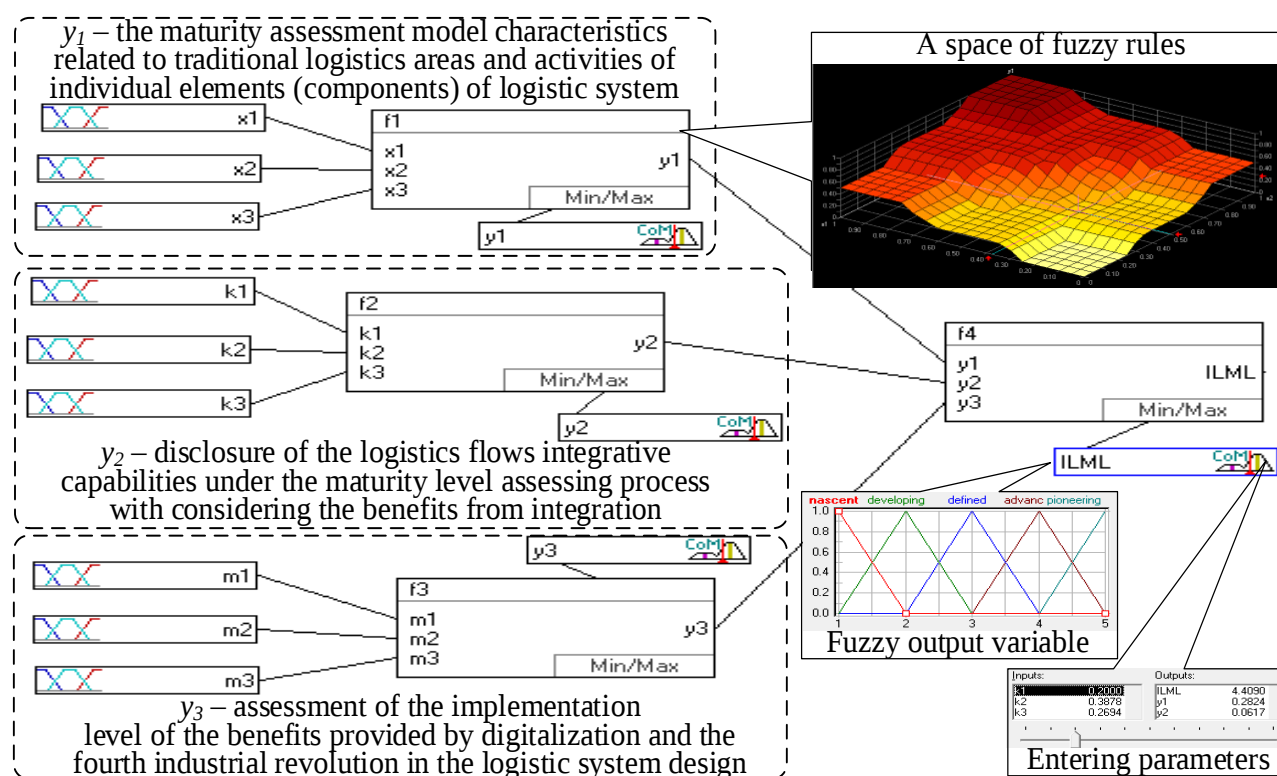
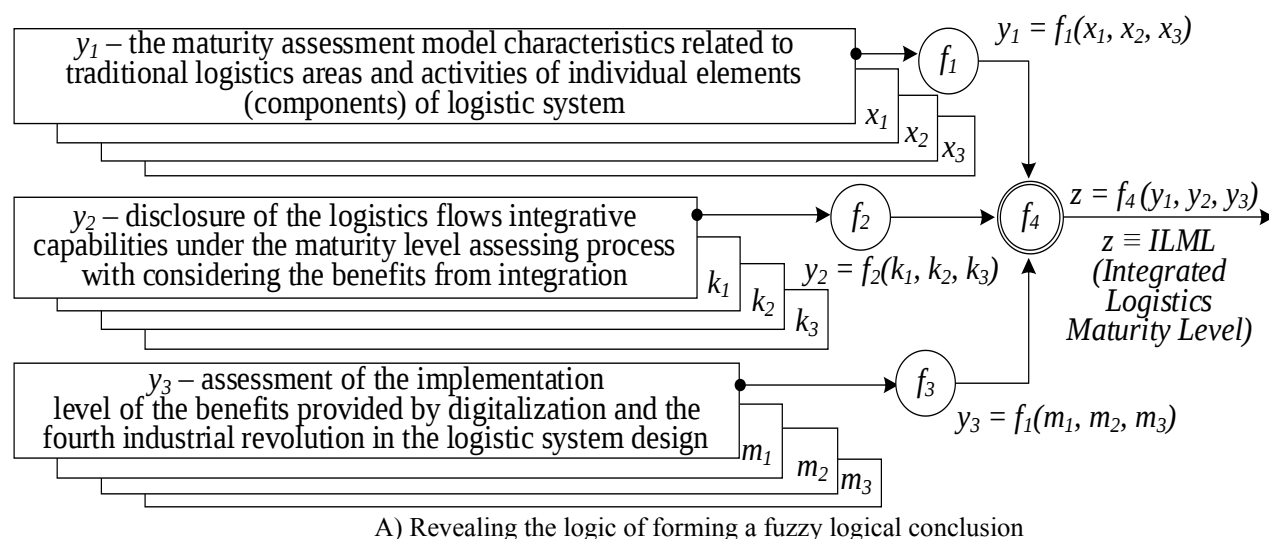


Fig. 2 – Fuzzy model for assessing the logistic system maturity level

The diagram presented in Fig. 2 comprises two parts, each serving a distinct role in the overall model. The first part (part A) elucidates the general logic of formulating a fuzzy logical inference concerning determining the logistic maturity level. This component provides an approach for the amalgamation of indicators for each of the groups presented in Fig. 1, thereby offering a comprehensive methodology for assessment. Part B of given at Fig. 2 diagram portrays the software implementation of the evaluation logic, utilizing a hypothetical example for illustration purposes. For this specific example, three indicators are selected for each group, ensuring a balanced

representation across all categories. It should be noted that the symbolic representation of the indicator groups and the fuzzy inference functions in both the first and second parts of Fig. 2 are consistent. It can be seen that the terms of the output variable in Fig. 2 (ILML variable) correspond to their description in Table 2.

In addition to the elements detailed previously, Part B of Figure 2 also showcases the blocks of logical inference rules. Such rules' blocks (they correspond to the set of functions $\{f\}$ from part A of Fig. 2) are requisite for formulating robust logical inferences, providing the framework to manage and process raw data. The rules

within each block can vary depending on the set of indicators as well as the specific characteristics of the integrated supply chain activities. The selection of fuzzy inference rules is facilitated by an adaptable framework that adjusts based on the unique aspects of each supply chain, ensuring that the evaluation remains accurate and relevant. Each rule can be elucidated as a corresponding plane for formulating fuzzy inference, visually representing the complex mathematical processes underlying the inference system. Additionally, within part B of Fig. 2, one can observe a module of the FuzzyTech program that calculates each individual assessment's influence on the resultant indicator, shedding light on the intricate interplay between individual metrics and the overall evaluation result.

Each of the maturity level indicators utilized in Figure 2 could potentially be represented by an aggregate of several indicators, thereby providing a more nuanced and comprehensive assessment of each maturity level. This approach would introduce an additional hierarchy level to the proposed maturity assessment model, containing its own set of fuzzy inference rules, enriching the evaluation process. Following, we delve into the types of indicators that could be employed for conducting a fuzzy evaluation of logistic maturity. The discussion will revolve around sets of indicators for each group, where a specific indicator could be selected from such a set. The choice of indicators, in this way, becomes a dynamic process, allowing for adjustments and refinements based on the unique characteristics of the evaluated logistic system, further enhancing the validity and reliability of the assessment.

So, let's consider the content presented in Fig. 2 sets of indicators and characteristics of the logistics maturity level. The following seems appropriate if we talk about aspects related to traditional logistics areas and activities of individual elements of the logistic system (components y1 at Fig. 2). Firstly, it is necessary to calculate process efficiency and effectiveness (subcomponent x1 at Fig. 2). As maturity model elements here could be used, the indicators such as order cycle time, inventory turnover, transportation costs, and order accuracy. Secondly, it is necessary to consider workforce development and skillset (subcomponent x2 at Fig. 2), which is filled with such indicators as an investment in employee training and development, skill-building programs, and the presence of specialized logistics talent. Finally, in this group of indicators, we will define the subcomponent (x3 at Fig. 2) of organizational culture and structure (degree of innovation, agility, and collaboration within the organization) and the presence of cross-functional teams and dedicated logistics personnel).

The next group of indicators for assessing logistics maturity (components y2 in Fig. 2) correlates with disclosing the logistics flow integrative capabilities. The key emphasis here is proposed to be on supply chain integration ($k1 \in \{\text{extent of collaboration and information sharing among supply chain partners, visibility and traceability of goods and information, seamless coordination of processes}\}$), sustainability and environmental performance ($k2 \in \{\text{adoption of green logistics practices, energy efficiency, waste reduction, and carbon footprint}\}$), and strategic alignment ($k3 \in \{\text{alignment of logistics goals and objectives with overall business strategy, prioritization of logistics initiatives based on strategic importance}\}$).

Finally, last part of the maturity assessment model (components y3 in Fig. 2) dialing with assessment the benefits provided by digitalization and the fourth industrial revolution within the logistic system design. The key areas here are technology adoption, data-driven decision-making, and managing the digitalization risks. The first of these areas (subcomponent m1 at Fig. 2) of maturity estimation is revealed through the degree of Implementation and integration of advanced technologies such as IoT, AI, machine learning, blockchain, and robotic process automation (RPA). In the case of the data-driven decision-making area (subcomponent m2 at Fig. 2), it is possible to calculate the utilization of data analytics, predictive analytics, and real-time data for decision-making qualitatively, as well as the establishment of data governance policies and data management practices. The last areas connected to managing the digitalization risks (subcomponent m3 at Fig. 2) must be entered into the model the characteristics of risk management practices Implementation, ability to adapt to disruptions, adherence to service level agreements (SLAs), and supply chain resilience measures.

By evaluating the maturity level across given in Fig. 2 dimensions using the aforementioned indicators, organizations not only can gain a comprehensive understanding of their logistics system performance, but also can identify areas for improvement. Even though an integral assessment is employed, it is possible to utilize a more detailed representation of the evaluation results on logistic maturity. This exact representation enables a more granular understanding of the performance across various facets of logistic operations, provided in the form of a radar chart, as shown in Figure 3, where presented in Figure 2 directions have been matched. The radar chart provides a visual representation of performance across multiple criteria, efficiently identifying strengths and areas for improvement.

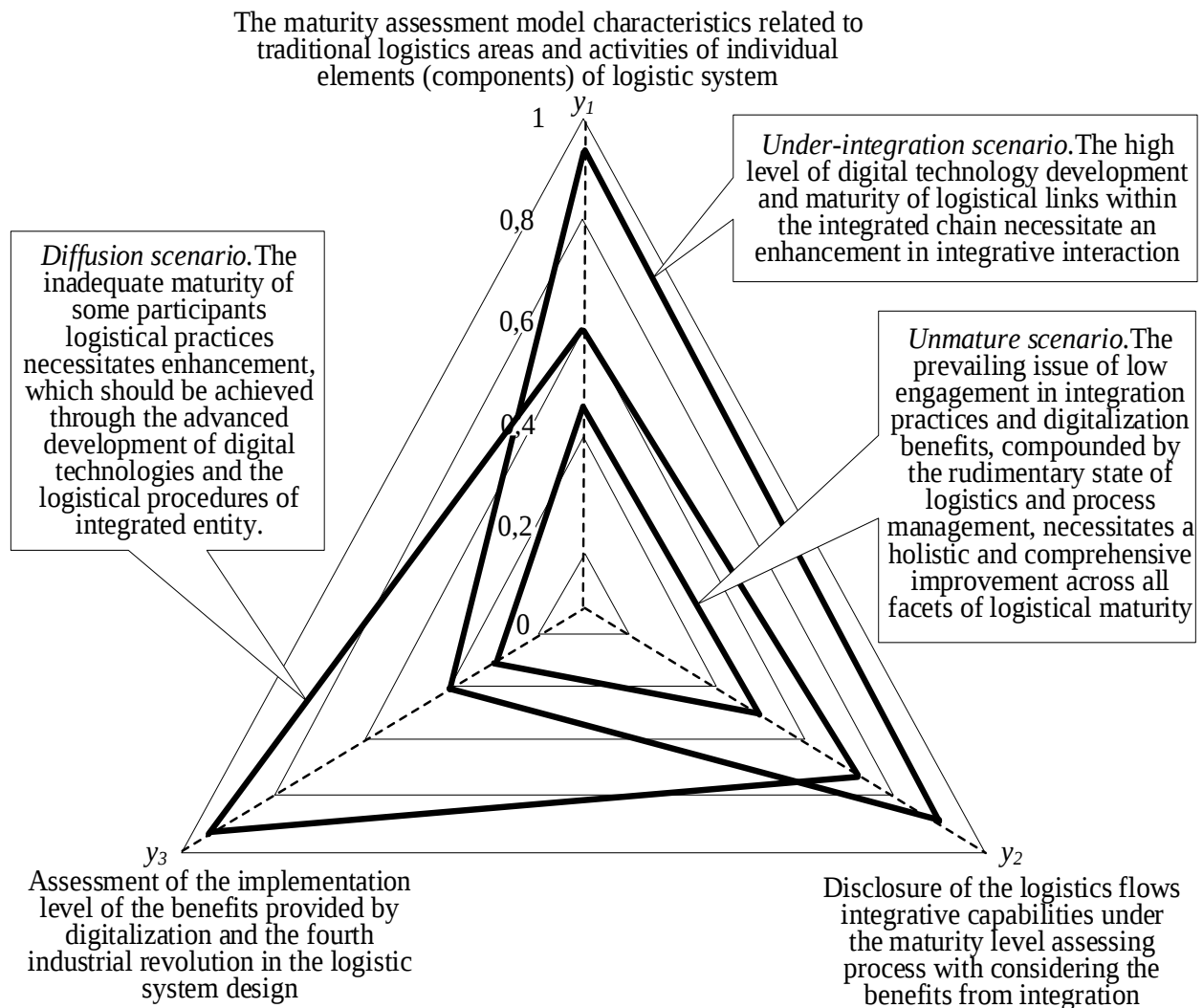


Fig. 3 – Response scenarios to logistic maturity assessment

As we can see, Fig. 3 contains descriptions of different enterprise response scenarios to the results of the logistic maturity evaluation. These scenarios provide a strategic perspective on possible actions and decisions that could be taken in response to the insights derived from the review, adding another layer of utility to the assessment process.

Conclusions. The fourth industrial revolution, distinguished by the convergence of digital, biological, and physical technologies, has catalyzed significant transformations in the logistics industry, giving rise to the Logistics 4.0 paradigm. Simultaneously, a compelling need has arisen for continuous investment in assessing and developing the maturity of logistics systems. Given this, an array of existing maturity assessment models designed for business systems has been analyzed, encapsulating their fundamental aspects and deliberating on their prospective metamorphosis in response to the burgeoning influence of digitalization. Based on this analysis results, three critical areas for evaluating logistics maturity in an integrated supply chain have been identified. These areas include the level of formalization within the integration process, the maturity of individual participants, and the utilization of

opportunities provided by the fourth industrial revolution. By focusing on these crucial areas, companies can enhance logistics maturity, thus increasing the competitiveness of the integrated supply chain. Also, the article provides a comprehensive interpretation of the maturity level of integrated logistics systems, which are proposed to identify based on the developed hierarchical model of fuzzy inference. Under the fuzzy model, indicators for assessing different aspects of logistic maturity have been offered, and response scenarios to logistic maturity assessment results have been developed.

Notwithstanding the extensive and perspicacious nature of this research, there remain uncharted territories within the domain of logistic system maturity assessment, warranting further exploration and inquiry. Future research endeavors may delve into the development of industry-specific maturity models, investigate the impact of regional disparities on logistic maturity, or examine the role of sustainability and circular economy principles in the context of Logistic 4.0.

References

1. Battista C., Schiraldi M.M. The Logistic Maturity Model: Application to a Fashion Company. *International Journal of Engineering Business Management*. 2013. № 5. P. 1-19.
2. Bukhori I.B., Widodo K.H., Ismoyowati D. Evaluation of Poultry Supply Chain Performance in XYZ Slaughtering House Yogyakarta using SCOR and AHP Method. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*. 2015. № 3. P. 221-225.
3. Çınar Z.M., Zeeshan Q., Korhan O. A Framework for Industry 4.0 Readiness and Maturity of Smart Manufacturing Enterprises: A Case Study. *Sustainability*. 2021. № 13(12). P. 59-66.
4. CMMI (Capability Maturity Model Integration) for Development. URL: <https://resources.sei.cmu.edu/library/asset-view.cfm?assetID=9661>.
5. Dorokhov A., Dorokhova L. Fuzzy model in Fuzzytech environment for the evaluation of transportation's quality for cargo enterprises in Ukraine. *Transport and Telecommunication*. 2011. Vol. 12. № 1. P. 25-33.
6. Gajovic V., Kerkez M., Kocovic J. Modeling and simulation of logistic processes: risk assessment with a fuzzy logic technique. *Simulation*. 2017. № 94(6). P. 507-518.
7. Gartner's Five-Stage Maturity Model for Logistics Excellence. URL: <https://www.gartner.com/en/documents/3903399>.
8. Introduction to SCOR and Applications. URL: <https://scor.ascm.org/processes/introduction>.
9. Oleskow-Szapka J., Stachowiak A. The Framework of Logistics 4.0 Maturity Model. *Intelligent Systems in Production Engineering and Maintenance*. Switzerland: Springer, 2019. P. 771-781.
10. Siedler C., Dupont S., Zeihsel F., Aurich J.C. Maturity model for determining digitalization levels within different product lifecycle phases. *Production Engineering*. 2021. № 15. P. 431-450.
11. Steinlechner M., Schumacher A., Fuchs B., Reichsthaler L. A maturity model to assess digital employee competencies in industrial enterprises. *54th CIRP Conference on Manufacturing Systems*. Elsevier B.V., 2021. P. 1185-1190.
12. Werner-Lewandowska K., Kosacka-Olejnik M. Logistics maturity model for service company – theoretical background. *Procedia Manufacturing*. 2018. № 17. P. 791-802.

Надійшло (received) 14.09.2022

Відомості про автора / About the Author

Zhang Min (Чжан Мін) – PhD Student, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»; Kharkiv, Ukraine; ORCID: 0009-0000-9807-0098 e-mail: min.zhang@emmb.khpi.edu.ua

Huo Ran (Хо Жань) – PhD Student, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»; Kharkiv, Ukraine; ORCID: 0009-0006-0094-5348 e-mail: ran.huo@emmb.khpi.edu.ua

В.А. КУЧИНСЬКИЙ**ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА ПРОФОРІЄНТАЦІЇ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ В ПРАЦЕЗДАТНОМУ ВІЦІ**

В статті описано питання соціальної, професійної, комплексної адаптації, інтеграції людей з інвалідністю в суспільно-економічні відносини. Вказано, що українське суспільство не готове до сприйняття людей з інвалідністю на робочих місцях після завершення ними навчального процесу та отримання певної професії за фахом. Суспільство не готове, тому що його ніхто не готував досі в інклюзивному напрямку сприйняття людей з особливими потребами. Вказано, що прийняття людей з інвалідністю в повнолітньому віці у суспільство натикається на проблеми з обох сторін. З боку суспільства відсутні важелі виконання законодавчо визначених гарантій дотримання прав та свобод людей з інвалідністю на отримання робочого місця. З іншого боку, перебування людей з інвалідністю в соціальній ізоляції через їх постійні особливі потреби в догляді та опіці впливають на їх відношення до реального світу: зацікавленість – вкрай рідко, бажання включитися в можливі процеси – практично завжди, ігнорування суспільства і зацікнення на власній хворобі – часто. В таких умовах завдання суспільства визначається створенням інклюзивного середовища для інтеграції людей на робочих місцях. Наголошено, що в Україні для цього Міністерство соціальної політики створило платформу «ВІЛЬНО! [працевлаштування]» та пілотний проєкт «Рука допомоги», які направлені на формування інклюзивного суспільно-економічного простору для людей з інвалідністю. В ході дослідження було використано загальні методи наукового вивчення, а саме: порівняння, опису, спостереження, аналогії. Також було застосовано спеціальні методи вивчення, а саме системний підхід і структурно-функціональний аналіз, синтез, узагальнення.

Ключові слова: особа з особливими потребами; люди з інвалідністю; соціалізація; профорієнтація

V.A. KUCHYNSKYI**PROBLEMS OF SOCIALIZATION AND PROFESSIONAL ORIENTATION OF PERSONS WITH DISABILITIES IN WORKING AGE**

The article describes the issue of social, professional, complex adaptation, integration of people with disabilities into socio-economic relations. It is indicated that the Ukrainian society is not ready to accept people with disabilities in the workplace after they complete the educational process and obtain a certain profession by specialty. Society is not ready, because no one has prepared it so far in the inclusive direction of accepting people with special needs. It is indicated that the acceptance of people with disabilities into society at an adult age encounters problems from both sides. On the part of society, there are no levers for the implementation of legally defined guarantees of observing the rights and freedoms of people with disabilities to obtain a workplace. On the other hand, the presence of people with disabilities in social isolation due to their constant special needs for care and guardianship affects their relationship to the real world: interest is extremely rare, the desire to be included in possible processes is almost always, ignoring society and focusing on one's own illness. often. In such conditions, the task of society is determined by the creation of an inclusive environment for the integration of people at workplaces. It was emphasized that in Ukraine, the Ministry of Social Policy created the platform "FREE! [employment]" and the pilot project "Helping Hand", which are aimed at creating an inclusive socio-economic space for people with disabilities. In the course of the research, general methods of scientific study were used, namely: comparison, description, observation, analogy. Also, special methods of study were applied, namely a systematic approach and structural-functional analysis, synthesis, generalization.

Keywords: person with special needs; people with disabilities; socialization; career guidance

Вступ. Проблема інвалідності особи у суспільстві існувала завжди. Підходи до позначення інвалідності, яких налічується п'ять, мають двокий характер. З одного боку стоять теорії (біомедична, філантропічна, соціологічна та економічна) розглядають обмежені можливості людини з інвалідністю як її особисту проблему з різних сторін. П'ята теорія розкриває проблему суспільства, яке допускає обмеження прав людини з інвалідністю і не вирішує її, замовчує, формує ізоляцію простору і можливостей розвитку такої людини [1]. У даному контексті, інвалідність та турбота про осіб з обмеженими можливостями перестають бути приватними питаннями окремих осіб чи груп, вони набувають загальносуспільного значення та стають реальними соціальними викликами. Вирішення цих питань потребує зусиль як суспільства, так і держави, яка вважає себе демократичною та соціальною. Це вимагає не лише значних фінансових інвестицій, а й певних морально-психологічних зусиль, спрямованих на задоволення унікальних потреб людей з інвалідністю, що допоможе їм виходити зі стану виключеності та розпочинати жити повноцінним, незалежним життям.

Враховуючи те, що держава Україна оголосила себе соціальною державою, питання розвитку саме таких

категорій населення має бути в планах порядку денного постійно. Так, на кінець 2021 року в Україні налічувалося 2 млн 703 тис. осіб з інвалідністю. Якщо дітей з інвалідністю було 163,9 тис. осіб, то дорослого населення – 2 млн 539,1 тис. осіб. З них 1 млн 416 тисяч осіб мають 3-ю групу інвалідності, 900,8 тис. осіб мають другу групу інвалідності, інші 222,3 тис. осіб – першу групу інвалідності [2]. Серед причин інвалідності людей працездатного віку найпоширенішими є травми і захворювання опорно-рухового апарату (94–96% і 88–95%, відповідно), а також новоутворення і порушення системи кровообігу (53–60 % і 60–75%, відповідно) [3]. І усі вони, незалежно від групи, мають однакові з повносправними особами права, свободи, соціальні очікування.

Аналіз стану питання. Спеціалісти та дослідники виявляють інтерес до аналізу питань, пов'язаних із соціальним забезпеченням, трудовими відносинами, працевлаштуванням та професійною підготовкою населення, включаючи його суспільно вразливі групи. Значний внесок у їх розробці належить таким ученим, як: С. Бандура, Д. Богиня, І. Бондар, О. Богуцький, Б. Генкін, І. Гнибіденко, О. Грішнова, М. Долішній, С. Дорогунцов,

© В.А. Кучинський, 2022

Т. Заєць, К. Корсак, М. Костаков, Ю. Краснов. Не зважаючи на помітні напрацювання і здобутки вітчизняних та закордонних учених, проблема інтегрування осіб з інвалідністю у професійний та соціальний простір ще залишається недостатньо вивченою. Це спонукає науковців і практиків до її подальшого теоретичного осмислення та прийняття дієвих рішень в цьому напрямку.

Постановка проблеми. Потенційно невирішені питання соціальної інтеграції осіб з інвалідністю як в загалом суспільний, так і зокрема професійний простір ставлять перед дослідниками завдання розкрити той потенціал, який уже закладений у нормативній базі та у ментальному уявленні людей. Те саме стосується і працевлаштування людей з особливими потребами, які уже досягли того віку, з якого настає обов'язок працювати та ставати економічно доцільними, вигідними не лише для держави, але й для громади та власної родини, знімаючи з неї частину соціально-економічних навантажень.

Мета статті. Метою статті є вивчення проблем соціальної та професійної інтеграції людей з інвалідністю в працездатному (повнолітньому) віці.

Методи дослідження. В ході дослідження було використано загальні методи наукового вивчення, а саме: порівняння, опису, спостереження, аналогії. Також було застосовано спеціальні методи вивчення, а саме системний підхід і структурно-функціональний аналіз, синтез, узагальнення.

Результати дослідження. Розпочнемо з поняття соціальної інтеграції. Соціальна інтеграція насамперед опосередкована двома символами: соціалізація та інтеграція.

Соціалізацію було визначено у багатьох науках: філософії, соціології, антропології, соціальній психології та педагогіці та кожна з цих наук акцентує на певному аспекті означеного феномену. В цьому випадку ми використовуємо поняття соціалізації з точки зору економічної ефективності та комплексності. Враховуючи такий підхід, соціалізацію Т. Парсонс визначав як «поєднання індивідуальної мотивації з функціональними потребами суспільства» [4]. За визначенням А. Капської, це «процес послідовного входження індивіда в соціальне середовище, що супроводжується засвоєнням і відтворенням культури суспільства внаслідок взаємодії людини зі стихійними та цілеспрямовано створюваними умовами життя на всіх вікових етапах [5, с. 22]. І. Когут сповідує більш комплексний підхід до поняття соціалізації, а саме, що це «спроможність людини до побутового (фізичного), морального, соціального виживання як в наявних, так і в нових обставинах, готовність обирати правильні способи буття, зберігаючи активну позицію» [6, с. 64].

Отже, соціалізація особи з обмеженими можливостями в нашому випадку означатиме, реакцію особи з інвалідністю на вимоги суспільства (ролі, норми та цінності) і рівень здатності адаптуватися до цих вимог.

Для визначення такого рівня існує процес інтеграції. Цей процес є поетапним і містить у собі – діагностику проблеми, адаптацію, реабілітацію,

спеціалізоване навчання, інклюзивне навчання [6, с. 65]. Слід зауважити, що ці етапи не є закономірністю. Адже інклюзивне навчання стало визнаватися лише останні 8-10 років і для нього досі не розроблено детальних та повноцінних методик. Частково, через індивідуальність кожної особи з інвалідністю, які потрібен свій підхід залежно від її знань, умінь, темпераменту, рівня захворюваності та розуміння оточення, її стану і можливостей витримати фізичні та розумові навантаження на організм. З іншого боку, немає достатньо розробленої методичної та практичної бази власне вчителів, які б уміли працювати в інклюзивному середовищі. Тому процес інклюзивного навчання наразі відбувається на етапі зародження та альтруїстичного відношення педагогів до навчання дітей з інвалідністю. Тому особи, які досягають повнолітнього віку досі не стають предметом позитивного розгляду як працездатні особи, які потребують додаткового навчання й обов'язкового працевлаштування відповідно до вмінь, спроможності та бажання працювати в тій чи іншій сфері.

Люди з інвалідністю опиняються в оточенні осіб без обмежень і потребують більшого рівня соціального захисту, підтримки та допомоги. Ці види підтримки затверджені законодавством та відповідають нормативам, інструкціям та рекомендаціям. Існує встановлений механізм їх впровадження. Усі закони стосуються пільг, пенсій та інших форм соціальної підтримки, спрямованих на забезпечення життєдіяльності та матеріальних витрат. Проте людям з інвалідністю потрібна підтримка, яка б сприяла їхній активності та стимулювала розвиток, а не лише забезпечувала засобами існування. Важливо дотримувати принципу активізації самої людини (підходячи до інвалідності в соціальній роботі). Для повноцінного життя інвалідів необхідне їх приєднання до суспільно корисної діяльності, розвиток та підтримка їх зв'язків зі здоровими особами, державними установами різних сфер, громадськими організаціями та управлінськими структурами. Іншими словами, йдеться про соціальну інтеграцію інвалідів, яка тепер вважається не просто кінцевою метою реабілітації, а й питанням розвитку та активності [7, с. 33]. На даний час інклюзивне середовище вимагає не лише соціальної, а повної інтеграції.

На даний час державою забезпечено великий комплекс заходів з догляду за дорослими особами з інвалідністю. Для цього створені будинки-інтернати та є можливість доглядати таку людину удома. В будинках-інтернатах перебувають найбільш важкі в соматичному відношенні люди. В залежності від природи їх медичних станів, дорослі інваліди можуть проживати в загальних будинках-інтернатах або психоневрологічних інтернатах [3].

Основними місіями цих установ є:

1. Забезпечення житлових умов, які близькі до домашніх для тих, хто там проживає.
2. Організація догляду за мешканцями, надання їм медичної допомоги та організація цікавого дозвілля.
3. Забезпечення можливості зайнятості для кожного.

Відповідно до основних завдань будинків-інтернатів вони здійснюють такі дії:

1. Активна підтримка адаптації інвалідів до нових умов.

2. Організація раціонального харчування, враховуючи вік та стан здоров'я мешканців.

3. Проведення диспансерного обстеження та лікування інвалідів, надання консультаційної медичної допомоги та госпіталізацію у разі потреби.

4. Забезпечення слуховими апаратами, окулярами, протезно-ортопедичними виробами та інвалідними візками для тих, хто цього потребує.

5. Організація трудової діяльності відповідно до медичних рекомендацій, що сприяє підтримці активного способу життя. [8, с. 26].

Підтримка активного способу життя є головним напрямком щодо молодих осіб з інвалідністю. В нормативних актах медико-соціальної роботи з особами, що потребують спеціальних умов догляду чітко вказується, що результатом роботи з ними в інтернатах та удома є працевлаштування згідно зі змогами, уміннями, отриманої освіти, навичок та можливостей. Це може бути реалізовано (згідно із рекомендаціями лікарсько-трудової експертизи) або в стандартних умовах виробництва, на спеціалізованих підприємствах, або в умовах виконання робіт удома. Не дивлячись на втішні звіти представників влади, хоча в Україні та створено програми навчання: радіотехнік, слюсар-електрик, кравець, закрійник та спеціальностями – економіка підприємств, соціальна робота, бухгалтерський облік та ін., отримати роботу за набутою професією людині з особливими потребами важко через фізичні та соціальні бар'єри. В загальному розподілі, найбільше осіб з інвалідністю працюють у таких галузях: промисловості, сільському господарстві, мисливстві, лісовому та рибному господарстві, охороні здоров'я та соціальному захисті, на транспорті та зв'язку, та в галузі освіти. Слід зазначити, що, на нашу думку, переважно особи з інвалідністю продовжують працювати на своїх робочих місцях після отримання ними групи інвалідності при погодженні цього питання з керівництвом. Або певні підприємства можуть дозволити собі надавати робочі місця з переліку, які можуть зайняти особи II та III групи інвалідності. Це також не значить, що таким особам там створено відповідні умови праці, окрім скороченого робочого дня, надання додаткових за потреби лікарняних днів, відпочинку і створення гігієнічних умов на робочому місці.

Окрім цього соціально-професійна інтеграція передбачає формування активної поведінки із боку колег, направленість на гладження проблем і вивчення потреб людини з інвалідністю, тобто створення інклюзивного (особливо сприйнятного) середовища. Слід зауважити, що «інклюзія» за своїм змістом не тотожна інвалідності. Вона означає – створення суспільного комфорту для тих, які цього потребують. Напряму це можна спостерігати для створення умов вагітним жінкам:

1) економічні умови: скорочення робочих годин, заборона роботи в нічні зміни, заборона роботи по 12 годин, заборона праці в шкідливих умовах тощо;

2) медичні: надання відпусток за станом здоров'я за потреби;

3) соціальні: турбота про стан, формування приємного відношення, відсутність нервової напруги тощо.

Тотожно цьому слід формувати інклюзивне середовище навколо осіб з інвалідністю, враховуючи їх права та обов'язки щодо працевлаштування та реалізації на професійному рівні.

В Україні у 2021 році цьому напрямку Міністерство соціальної політики розпочало свої напрацювання в рамках пілотних проєктів «Працюй вільно» та «Рука допомоги» для осіб з інвалідністю, які хочуть заснувати власний бізнес [2].

Проєкт «Працюй ВІЛЬНО!» – становить собою зручний спосіб для людей з інвалідністю, які шукають роботу, вступити в контакт із соціально відповідальними роботодавцями, які відкриті до працевлаштування цих співробітників і готові створити для них комфортні умови на робочому місці. Партнери порталу "ВІЛЬНО!" можуть розміщувати актуальні вакансії для людей з інвалідністю, а також надавати докладну інформацію про свою компанію, а також надавати навчальний та інформаційний контент, який буде корисним для пошуківців роботи. Розділ також має зручний фільтр для пошуку вакансій і резюме, і навіть можливість запитати послуги перекладача жестової мови для проведення співбесіди безпосередньо на сайті. [9].

Щоб переглянути всі наявні вакансії або знайти співробітника – необхідно зареєструватися. Схематично процес «зустрічі» роботодавця та пошукача роботи з наявністю інвалідності поданий на рис. 1.



Рис. 1. Схема роботи порталу «ВІЛЬНО!» з працевлаштування осіб з інвалідністю [9]

Програму «Рука допомоги» було розроблено спільно зі Світовим банком, у 2016-2018 рр. вона була пропілотована у Львівській, Полтавській, Харківській, Донецькій, Житомирській, Чернігівській областях і зарекомендувала себе як успішний соціальний проєкт. За цей період 237 підприємств змогли започаткувати власну справу [10].

Програма "Рука допомоги" надає можливість неробочим, але працездатним особам, які належать до малозабезпечених сімей, отримати одноразову безвідсоткову поворотну допомогу у розмірі до 100,5

тисяч гривень для запуску або розвитку власного бізнесу [10].

З початком повномасштабного вторгнення дана програма тимчасово припинила свою роботу, але з перспективою її відновлення у 2023 році за достатньо позитивних умов розвитку подій в Україні.

Інші напрямки працевлаштування осіб з інвалідністю, як ми вже згадували, визначаються виключно бажанням і можливостями підприємства утримувати такого працівника на вакантному місці, або виконати державну вимогу ввести в штат певний відсоток працівників, які мають інвалідність для підтримання рівня соціально відповідального бізнесу.

Список літератури

1. Інвалідність і суспільство: навчальний посібник. Заг. ред. Л. Байда, О. Красюкова-Енс. Київ : Канадський центр вивчення неповносправності; ВГСПО «Національна Асамблея інвалідів України», 2012. 188 с.
2. У Держстаті розповіли, скільки в Україні людей з інвалідністю. *Радіо Свобода*. 24.06.2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-ukraine-invalidnist-statystyka/31324501.html> (дата звернення 24.10.2022).
3. Гамрецький І. С., Столяренко Ол. В., Столяренко Ок. В. Інтеграція людей з особливими потребами у суспільство як прояв ціннісного і толерантного ставлення до людей. *Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами*: Збірник наукових праць. 2015. № 12. URL: <https://ap.uu.edu.ua/article/70> (дата звернення 25.10.2022).
4. Парсонс Т. Розуміння суспільства: компоненти їх взаємовідносин. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/pars/pon_ob.php (дата звернення 10.09.2022).
5. Соціальна педагогіка: підручник. За ред. А. Капської. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 256 с.
6. Когут І. Соціальна інтеграція осіб із інвалідністю та роль адаптивної фізичної культури в її реалізації. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. 2014. № 4. С. 61–66.
7. Фірсов М. В., Студенова Є. Г. Теорія соціальної роботи. Навч. посіб. К., 2006. 384 с.
8. Лесько О. Й., Мельник І. Г. Соціально-економічні аспекти зайнятості осіб з обмеженими фізичними можливостями. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2008. Вип. 139. 101 с.
9. ВІЛНО! [працевлаштування]. URL: <https://vilno.org/employment> (дата звернення 10.09.2022)
10. Програма «Рука допомоги» – кредити непрацюючим громадянам з малозабезпечених сімей на початок чи розвиток власної справи. *Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/v-ukraini-ponovleno-prohramu-ruka-dopomohy-kredyty-nepratsiuiuchym-hromadianam-z-malozabezpechenykh-simei-na-pochatok-chy-rozvytok-vlasnoi-spravy> (дата звернення 10.09.2022)

References (transliterated)

1. Invalidnist' i suspil'stvo: navchal'nyy posibnyk [Disability and society: a study guide]. Zah. red. L. Bayda, O. Krasnyukova-Ens. Kyiv : Kanads'kyi tsentr vyvchennya nepovnospravnosti; VHSPO «Natsional'na Asambleya invalidiv Ukrainy», 2012. 188 p.
2. U Derzhstati rozpovily, skil'ky v Ukraini lyudey z invalidnistyu [The State Statistics Service told how many people with disabilities are in Ukraine]. *Radio Svoboda*. 24.06.2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-ukraine-invalidnist-statystyka/31324501.html> (data zvernennya 24.10.2022).
3. Hamrets'kyi I. S., Stolyarenko Ol. V., Stolyarenko Ok. V. Intehratsiya lyudey z osoblyvymy potrebamy u suspil'stvo yak proyav tsinnisnoho i tolerantnoho stavlennya do lyudey [Integration of people with special needs into society as a manifestation of a valuable and tolerant attitude towards people]. *Aktual'ni problemy navchannya ta vykhovannya lyudey z osoblyvymy potrebamy: Zbirnyk naukovykh prats'* [Actual problems of education and upbringing of people with special needs: Collection of scientific papers]. 2015. no 12. URL: <https://ap.uu.edu.ua/article/70> (data zvernennya 25.10.2022).
4. Parsons T. Rozuminnnya suspil'stva: komponenty yikh vzayemovidnosyn [Understanding society: components of their relationships]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/pars/pon_ob.php (data zvernennya 10.09.2022).
5. Sotsial'na pedahohika: pidruchnyk [Social pedagogy: textbook]. Za red. A. Kaps'koyi. Kyiv : Tsentr navchal'noyi literatury, 2003. 256 p.
6. Kohut I. Sotsial'na intehratsiya osib iz invalidnistyu ta rol' adaptivnoyi fizychnoyi kul'tury v yiyi realizatsiyi [Social integration of persons with disabilities and the role of adaptive physical culture in its implementation]. *Teoriya i metodyka fizychnoho vykhovannya i sportu* [Theory and methodology of physical education and sports]. 2014. no 4. pp. 61–66.
7. Firsov M. V., Studenova YE. H. Teoriya sotsial'noyi roboty [Theory of social work]. Navch. posib. Kiev, 2006. 384 p.
8. Les'ko O. Y., Mel'nyk I. H. Sotsial'no-ekonomichni aspekty zaynyatosti osib z obmezhenymy fizychnymy mozhlyvostyamy [Socio-economic aspects of employment of persons with physical disabilities]. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky* [Economics: problems of theory and practice]. 2008. Vyp. 139. 101 p.
9. VIL'NO! [pratsevlashuvannya] [FREE! [employment]]. URL: <https://vilno.org/employment> (data zvernennya 10.09.2022)
10. Prohrama «Ruka dopomohy» – kredyty nepratsuyuyuchym hromadyanam z malozabezpechenykh simey na pochatok chy rozvytok vlasnoi spravy ["Helping Hand" program - loans to unemployed citizens from low-income families to start or develop their own business]. *Ofitsiynyy sayt Ministerstva sotsial'noyi polityky Ukrainy* [Official website of the Ministry of Social Policy of Ukraine]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/v-ukraini-ponovleno-prohramu-ruka-dopomohy-kredyty-nepratsiuiuchym-hromadianam-z-malozabezpechenykh-simei-na-pochatok-chy-rozvytok-vlasnoi-spravy> (data zvernennya 10.09.2022)

Надійшло (received) 14.09.2022

Відомості про автора / About the Author

Кучинський Володимир Анатолійович (Kuchynskiy Volodymyr Anatoliyovych) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6058-3709>; e-mail: volodymyr.kuchynskiy@khp.edu.ua.

П.Г.ПЕРЕРВА, В.О.ЧЕРЕПАНОВА, І.О.НОВІК, В.Г.ДЮЖЕВ, С.Е.КУЧІНА
СТРАТЕГІЇ ТА МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ
БІЗНЕС-СТРУКТУР В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті розглянуто основні стратегії та моделі економічного розвитку міжнародних бізнес-структур в умовах глобалізації. Вивчено та оцінено вплив глобальних економічних процесів на діяльність компаній та необхідність інтеграції соціальної відповідальності у корпоративну стратегію. Доведено, що глобалізація економіки суттєво змінила умови ведення бізнесу, відкривши нові можливості для розвитку міжнародних бізнес-структур. Водночас вона поставила перед компаніями низку викликів, що вимагають адаптації стратегій та моделей економічного планування. Визначено, що сучасні міжнародні бізнес-структури повинні враховувати різні аспекти глобалізації, включаючи економічні, політичні, культурні та соціальні фактори. Проведене дослідження дозволило сформулювати та обґрунтувати основні (базові) стратегії економічного розвитку міжнародних бізнес-структур. Запропоновано стратегію глобальної конкурентоспроможності є однією з ключових стратегій економічного розвитку міжнародних бізнес-структур. Ця стратегія передбачає впровадження рішень, які дозволяють компаніям залишатися лідерами на глобальному ринку, адаптуватися до швидко змінюваних умов та ефективно конкурувати з іншими учасниками ринку. Проаналізовано ключові фактори, що визначають успішність бізнесу на міжнародній арені, включаючи інноваційний розвиток, стратегічні партнерства, диверсифікацію діяльності та гнучкість у плануванні. Особлива увага приділена дослідженню ролі соціальної відповідальності бізнесу як важливого елементу сталого розвитку, що сприяє підвищенню репутації та конкурентоспроможності компаній. Автори підкреслюють необхідність адаптації до змін у глобальному середовищі та активного використання цифрових технологій для досягнення довгострокових бізнес-цілей. Окрему увагу приділяють питанням соціальної відповідальності бізнесу у контексті міжнародних відносин та сталого розвитку. Робота містить цінні рекомендації для підприємств, які прагнуть успішно функціонувати в умовах глобалізації економіки і забезпечувати стале соціальне середовище.

Ключові слова: міжнародний бізнес, структури, методи, моделі, стратегії, планування, глобалізація, соціальна відповідальність

P.G.PERERVA, V.O.CHEREPANOVA, I.O.NOVIK, V.G.DYUZHEV, S.E.KUCHINA
STRATEGIES AND MODELS OF ECONOMIC DEVELOPMENT AND PLANNING OF
INTERNATIONAL BUSINESS STRUCTURES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION OF THE
ECONOMY AND ITS SOCIAL RESPONSIBILITY

The article discusses the main strategies and models of economic development of international business structures in the context of globalization. The influence of global economic processes on the activities of companies and the need to integrate social responsibility into the corporate strategy are studied and evaluated. It is proved that the globalization of the economy has significantly changed the conditions for doing business, opening up new opportunities for the development of international business structures. At the same time, it has posed a number of challenges for companies that require the adaptation of strategies and models of economic planning. It is determined that modern international business structures should take into account various aspects of globalization, including economic, political, cultural and social factors. The carried out research allowed to form and substantiate Basic (basic) strategies for the economic development of international business structures. The proposed strategy of global competitiveness is one of the key strategies for the economic development of international business structures. This strategy involves the implementation of solutions that allow companies to remain leaders in the global market, adapt to rapidly changing conditions and compete effectively with other market participants. The key factors that determine the success of business in the international arena are analyzed, including innovative development, strategic partnerships, diversification of activities and flexibility in planning. Particular attention is paid to the study of the role of corporate social responsibility as an important element of sustainable development, which contributes to improving the reputation and competitiveness of companies. The authors emphasize the need to adapt to changes in the global environment and actively use digital technologies to achieve long-term business goals. Particular attention is paid to the issues of social responsibility of business in the context of international relations and sustainable development. The work contains valuable recommendations for enterprises that seek to successfully function in the context of globalization of the economy and ensure a sustainable social environment.

Keywords: international business, structures, methods, models, strategies, planning, globalization, social responsibility

Постановка проблеми. В умовах глобалізації економіки та її постійного розвитку виникає потреба для компаній адаптуватися до нових умов конкуренції та викликів. Сучасна економіка відома своєю глобалізацією, що означає взаємозалежність та взаємодію між різними країнами та ринками. Це створює унікальні виклики та можливості для міжнародних бізнес-структур. У виробничо-комерційній діяльності українських підприємств використовуються різноманітні стратегії, які вони використовують для успішного функціонування у глобальному середовищі. Це може включати в себе такі аспекти, як міжнародна експансія, локалізація продуктів та послуг, стратегії входу на нові ринки та інші [1, 7, 14]. Сучасний етап розвитку міжнародного бізнесу передбачає врахування соціальної відповідальності корпорацій у глобальному контексті. Сучасні бізнеси все більше усвідомлюють важливість

своїєї ролі в суспільстві та впливу на навколишнє середовище. Це може означати прийняття стратегій сталого розвитку, етичного ведення бізнесу та участь у соціальних програмах.

Дослідження стратегій та моделей економічного розвитку та планування міжнародних бізнес-структур в умовах глобалізації економіки та її соціальної відповідальності передбачає врахування низку ключових аспектів. По-перше, розглядається питання ефективних стратегій, які дозволяють компаніям пристосовуватися до змін у глобальному економічному середовищі. Це може включати в себе розвиток нових продуктів та послуг, освоєння нових ринків або вдосконалення ефективності виробничих процесів. По-друге, досліджується роль міжнародних бізнес-структур у цьому контексті. Це охоплює аналіз форм і організаційних моделей, які дозволяють компаніям ефективно працювати на міжнародних

ринках, враховуючи їхні унікальні особливості та вимоги. Крім того, важливим аспектом є соціальна відповідальність бізнесу. У глобальному світі компанії повинні не лише досягати фінансових результатів, а й брати до уваги вплив своєї діяльності на суспільство та навколишнє середовище [2, 6, 11, 19]. Подальший розвиток стратегій та моделей економічного розвитку та планування міжнародних бізнес-структур в умовах глобалізації економіки та її соціальної відповідальності може об'єднати аналіз економічних тенденцій, розгляд різних стратегій та підходів та акцент на соціально-екологічні аспекти сучасного бізнесу.

Отже, процес подальшого розвитку науково-методичних засад означених проблем включає в себе розгляд стратегій адаптації до глобальних тенденцій, аналіз моделей бізнесу для міжнародних ринків та акцент на соціальну відповідальність компаній у цьому контексті.

Метою статті є дослідження стратегій та моделей економічного розвитку та планування міжнародних бізнес-структур в умовах глобалізації економіки та її соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Глобалізація економіки створює нові виклики та можливості для міжнародних бізнес-структур. В умовах зростаючої взаємозалежності світових ринків, компанії повинні адаптувати свої стратегії економічного розвитку та планування, враховуючи як економічні, так і соціальні аспекти. Останні дослідження та публікації присвячені аналізу цих процесів, виявленню ефективних моделей та стратегій, що сприяють сталому розвитку та підвищенню соціальної відповідальності бізнесу [3, 7, 12, 17]. Існуючі в цій сфері дослідження показують, що міжнародні компанії все частіше використовують стратегії, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності на глобальному ринку [4, 9, 16, 21]. Це включає інноваційні підходи, диверсифікацію продуктів і послуг, а також стратегічні альянси. Інноваційний розвиток стає ключовим фактором успіху. Використання передових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн і Інтернет речей, сприяє підвищенню ефективності та створенню нових можливостей для бізнесу. В умовах глобалізації все більше уваги приділяється ефективному управлінню глобальними ланцюгами постачань. Дослідження висвітлюють важливість оптимізації логістичних процесів, зменшення витрат і ризиків, а також забезпечення стійкості ланцюгів постачань [5, 7, 15, 22]. Важливим аспектом є розвиток регіональних стратегій, які враховують специфіку локальних ринків і культурні особливості. Це дозволяє міжнародним компаніям більш ефективно адаптувати свої продукти та послуги до потреб локальних споживачів. Сучасні дослідження акцентують увагу на необхідності інтеграції принципів сталого розвитку у бізнес-стратегії [6, 20]. Це включає екологічну відповідальність, етичні практики та соціальну відповідальність перед співробітниками та громадами. Важливим елементом CSR є прозорість та звітування. Компанії все частіше публікують звіти про свою

діяльність у сфері сталого розвитку, що підвищує їхню відповідальність та довіру з боку споживачів та інвесторів [8, 23].

Останні дослідження та публікації [1-28] демонструють, що успішні міжнародні бізнес-структури активно інтегрують інноваційні стратегії та моделі економічного розвитку, враховуючи глобальні тенденції та вимоги сталого розвитку. Вони приділяють значну увагу соціальній відповідальності, що сприяє підвищенню довіри з боку споживачів та інвесторів. Ефективне планування, управління ланцюгами постачань і адаптація до локальних ринків є ключовими елементами сучасних бізнес-стратегій в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація економіки суттєво змінила умови ведення бізнесу, відкривши нові можливості для розвитку міжнародних бізнес-структур. Водночас вона поставила перед компаніями низку викликів, що вимагають адаптації стратегій та моделей економічного планування. Сучасні міжнародні бізнес-структури повинні враховувати різні аспекти глобалізації, включаючи економічні, політичні, культурні та соціальні фактори.

Проведене дослідження дозволяє сформувати основні (базові) стратегії економічного розвитку міжнародних бізнес-структур. Їх теоретико-методична сутність може бути зведена до наступних положень.

1. Стратегія глобальної конкурентної спроможності. Глобальна конкурентоспроможність є однією з ключових стратегій економічного розвитку міжнародних бізнес-структур. Ця стратегія передбачає впровадження рішень, які дозволяють компаніям залишатися лідерами на глобальному ринку, адаптуватися до швидко змінюваних умов та ефективно конкурувати з іншими учасниками ринку. Розглянемо основні аспекти та підходи до забезпечення глобальної конкурентоспроможності:

а) інновації. Постійне інвестування в науково-дослідницьку діяльність дозволяє створювати нові продукти та вдосконалювати існуючі технології. Використання цифрових технологій та автоматизація бізнес-процесів сприяють підвищенню ефективності та зменшенню витрат. Запровадження нових технологій та розробка інноваційних продуктів та послуг. Впровадження інтернету речей та штучного інтелекту в різні аспекти діяльності компанії забезпечує більш ефективне управління ресурсами та прийняття рішень. Наприклад, компанії активно інвестують в дослідження та розробки (R&D), щоб залишатися на передовій ринку;

б) диверсифікація. Розширення асортименту продуктів та послуг для зменшення залежності від одного ринку чи продукту: інвестування в розробку нових продуктів, що відповідають потребам різних сегментів ринку; модифікація продуктів та послуг для задоволення специфічних потреб локальних ринків; надання додаткових сервісів, які підвищують цінність основного продукту та зміцнюють лояльність клієнтів.

в) альянси та партнерства. Укладання стратегічних альянсів з іншими компаніями для спільної роботи над новими проектами або виходу на нові ринки дозволяє

розширити можливості компанії на глобальному ринку: створення спільних підприємств з місцевими компаніями для доступу до нових ринків та обміну технологіями; встановлення тісних відносин з ключовими постачальниками та дистриб'юторами для забезпечення стабільних поставок та ефективної логістики; співпраця з університетами та дослідницькими центрами для розвитку інноваційних рішень;

г) оптимізація ланцюгів постачань. Ефективне управління ланцюгами постачань сприяє зменшенню витрат та підвищенню гнучкості компанії: використання передових технологій для оптимізації логістичних процесів та зменшення витрат на транспортування; впровадження систем управління запасами, які дозволяють мінімізувати ризики дефіциту чи надлишку продукції; інтеграція екологічних та соціальних аспектів в управління ланцюгами постачань для підвищення стійкості та відповідальності;

д) маркетинг та брендинг. Ефективні маркетингові стратегії та брендинг є ключовими для зміцнення позицій на глобальному ринку: проведення масштабних маркетингових кампаній, що підвищують впізнаваність бренду на міжнародному рівні; використання даних та аналітики для таргетування конкретних сегментів ринку з найбільшим потенціалом; створення програм лояльності, які зміцнюють відносини з клієнтами та підвищують їхню відданість бренду.

Стратегія глобальної конкурентоспроможності міжнародних бізнес-структур вимагає комплексного підходу, який включає інновації, диверсифікацію продуктів, стратегічні партнерства, оптимізацію ланцюгів постачань та ефективний маркетинг. Впровадження цих стратегій дозволяє компаніям не тільки успішно конкурувати на глобальному ринку, але й забезпечувати стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

2. Стратегія локалізації та адаптації до місцевих ринків. Глобалізація економіки створює нові можливості для бізнесу, але також ставить перед компаніями виклики, пов'язані з необхідністю адаптації до різних локальних ринків. Однією з ключових стратегій, які допомагають міжнародним бізнес-структурам успішно функціонувати в умовах глобалізації, є локалізація та адаптація до місцевих умов. Локалізація означає адаптацію продуктів, послуг та бізнес-процесів до специфічних умов місцевого ринку. На наш погляд, цей процес включає в себе наступні складові елементи:

а) локалізація бізнесу. Локалізація означає адаптацію продуктів, послуг та бізнес-процесів до специфічних умов місцевого ринку. Це включає в себе, по перше, продуктову адаптацію (передбачає внесення змін у продукт або послугу для відповідності очікуванням місцевих споживачів, зміну характеристик продукту для відповідності місцевим смакам і потребам і врахування місцевих стандартів якості та безпеки); культурну адаптацію (врахування культурних особливостей, звичаїв і традицій; локалізацію маркетингових матеріалів і рекламних кампаній);

юридичні та регуляторні вимоги (дотримання місцевого законодавства та регуляцій; врахування податкових та екологічних вимог); локальні ресурси (використання місцевих постачальників і партнерів, найм місцевих співробітників для забезпечення кращого розуміння ринку);

б) адаптація до місцевих ринків. Ринкова адаптація передбачає внесення змін у продукт або послугу для відповідності очікуванням місцевих споживачів. Це може бути продуктова адаптація, яка передбачає зміну характеристик продукту для відповідності місцевим смакам і потребам та врахування місцевих стандартів якості та безпеки; адаптація цінової стратегії - встановлення цін з урахуванням купівельної спроможності та конкурентного середовища; гнучкі ціни та спеціальні пропозиції для різних сегментів ринку; адаптація каналів збуту, що вимагає використання локальних каналів розповсюдження та співпрацю з місцевими ритейлерами та дистриб'юторами;

в) соціальна відповідальність бізнесу. В умовах глобалізації компанії повинні також враховувати соціальну відповідальність, яка в найбільш широкому сенсі включає в себе екологічну відповідальність (впровадження екологічно безпечних технологій і практик; зниження викидів та мінімізація негативного впливу на довкілля); економічну відповідальність (підтримка місцевих економік через створення робочих місць і інвестиції; чесне оподаткування та дотримання фінансових зобов'язань); соціальна відповідальність (участь у соціальних проєктах і програмах розвитку громад; підтримка освіти, охорони здоров'я та інших важливих соціальних сфер).

Локалізація та адаптація є ключовими елементами успішної стратегії міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. Врахування місцевих умов, культурних особливостей і соціальної відповідальності допомагає компаніям не тільки досягати комерційного успіху, але й сприяти сталому розвитку тих ринків, на яких вони працюють.

В умовах глобалізації міжнародні бізнес-структури використовують різні моделі планування для забезпечення успішної діяльності на світових ринках. Розглянемо основні моделі планування міжнародного бізнесу.

1. Модель «Глобальний лідер». Модель "Глобальний лідер" є однією провідних моделей економічного розвитку і планування міжнародних бізнес-структур. Вона орієнтована на компанії, які прагнуть займати провідні позиції на світовому ринку. Розглянемо основні аспекти цієї моделі. Ця модель характеризується:

а) централізованим управлінням. В принципі підприємствам цієї моделі розвитку притаманна децентралізована організаційна структура, яка дозволяє адаптуватися до локальних ринків, але при цьому зберігає централізоване керівництво для стратегічних рішень. Часто створюються регіональні або національні офіси, які мають певний ступінь

автономії. Стратегічні рішення приймаються головним офісом, а місцеві підрозділи виконують встановлені завдання;

б) єдиною глобальною стратегією (розробка і впровадження єдиної глобальної стратегії для всіх ринків). Компанії, які використовують цю модель, орієнтуються на глобальний ринок, розглядаючи його як єдине ціле. Вони прагнуть досягти конкурентоспроможності шляхом стандартизації своїх продуктів або послуг, що дозволяє знизити витрати та підвищити ефективність;

в) стандартизацією продуктів і послуг. Продукти та послуги стандартизовані для всіх ринків з мінімальними змінами;

г) інноваціями та технологіями. Активне впровадження інновацій і новітніх технологій є ключовим фактором успіху. Інвестиції в дослідження та розробки (R&D) мають високий пріоритет для забезпечення лідерства в галузі;

д) маркетингом та брендуванням. Сильний глобальний бренд є важливим елементом стратегії. Компанії витрачають значні ресурси на маркетинг та просування свого бренду на міжнародному рівні;

е) ефективною фінансовою стратегією. Ефективне управління фінансами, включаючи оптимізацію податкових зобов'язань і управління валютними ризиками. Використання різних джерел фінансування для підтримки глобального розширення.

Переваги моделі «Глобальний лідер»: контроль якості та стандартизація продукції; економія на масштабі виробництва та операційних витратах; високий рівень впізнаваності бренду на світовому рівні; доступ до глобальних ресурсів і ринків; швидке впровадження інновацій на глобальному рівні.

Недоліки моделі «Глобальний лідер»: обмежена гнучкість і можливість адаптації до різних регуляторних і культурних місцевих умов; можливі культурні та регуляторні невідповідності; високі витрати на маркетинг та підтримку глобальної присутності; ризик надмірної стандартизації, що може не враховувати локальні особливості попиту.

Одним з яскравих прикладів є компанія Apple, яка стала глобальним лідером завдяки своїм інноваційним продуктам, потужному бренду та ефективній глобальній стратегії. Apple зосереджується на стандартизації продуктів, високих інвестиціях у R&D та сильній маркетинговій кампанії, що дозволяє їй утримувати лідерські позиції на різних ринках.

Модель "Глобальний лідер" є ефективною стратегією для компаній, що прагнуть домінувати на світовому ринку. Вона вимагає значних інвестицій в інновації, маркетинг та організаційні структури, але водночас надає значні переваги у вигляді економії на масштабах і високої впізнаваності бренду. Успішне впровадження цієї моделі потребує ретельного планування та адаптації до умов різних ринків.

2. Модель «Мультилокальний бізнес». Модель «Мультилокальний бізнес» є однією зі стратегій економічного розвитку та планування міжнародних бізнес-структур. Вона передбачає гнучкий підхід до

ведення бізнесу на різних ринках, з урахуванням місцевих особливостей та вимог. Ця модель характеризується:

а) децентралізованим управлінням. Місцеві підрозділи мають значну автономію у прийнятті рішень; локальні менеджери мають більше повноважень у прийнятті рішень, що дозволяє швидше реагувати на зміни ринку;

б) локальною адаптацією продуктів і послуг. Продукти та послуги адаптуються до специфічних потреб місцевих ринків; компанії адаптують свої продукти та послуги до потреб і смаків місцевих ринків. Це може включати зміну дизайну, складу продукту, маркетингових стратегій тощо;

в) культурною адаптацією. Врахування культурних, соціальних та економічних особливостей кожного ринку. Найм місцевих співробітників, які добре розуміють специфіку регіону;

г) гнучкою організаційною структурою. Наявність регіональних офісів, які можуть діяти майже незалежно. Створення спеціальних команд для роботи на конкретних ринках;

д) локальними партнерствами. Співпраця з місцевими компаніями та організаціями для кращого розуміння ринку та збільшення конкурентоспроможності. Це може включати спільні підприємства, ліцензування або франчайзинг;

е) місцевим маркетингом. Розробка маркетингових стратегій, що враховують місцеві особливості та переваги споживачів.

Переваги моделі «Мультилокальний бізнес»: висока гнучкість і адаптивність до місцевих умов; можливість швидкої реакції на зміни ринку; краща адаптація до потреб споживачів; підвищена гнучкість та швидкість реагування на зміни в ринкових умовах; позитивне сприйняття бренду як місцевого, що підвищує лояльність клієнтів; можливість ефективного використання місцевих ресурсів і талантів.

Недоліки моделі «Мультилокальний бізнес»: вищі витрати на адаптацію та локалізацію продуктів та послуг для кожного ринку; складність у підтримці єдиних стандартів та контролю якості; ускладнення координації та контролю через децентралізацію; ризик втрати глобальної узгодженості стратегії та стандартів якості; потреба в глибокому розумінні численних і різноманітних ринкових умов.

Одним із прикладів успішного впровадження цієї моделі є компанія Nestlé. Nestlé має присутність у багатьох країнах світу та адаптує свої продукти до смаків і культурних особливостей кожного регіону. Вони випускають різні варіанти своїх продуктів, враховуючи місцеві традиції харчування та вподобання споживачів, що дозволяє їм досягати високого рівня продажів і лояльності клієнтів у різних країнах.

Модель «Мультилокальний бізнес» є ефективною стратегією для компаній, що прагнуть успішно конкурувати на різноманітних міжнародних ринках, адаптуючи свої продукти та стратегії до місцевих умов. Вона вимагає значних ресурсів для локалізації та децентралізації, але може забезпечити суттєві

конкурентні переваги за рахунок кращої адаптації до потреб місцевих споживачів та швидшого реагування на зміни ринку.

3. Модель «Транснаціональна корпорація».

Транснаціональна корпорація (ТНК) є однією з основних форм міжнародного бізнесу, яка характеризується великомасштабною діяльністю на кількох ринках і високим рівнем інтеграції та координації своїх операцій у різних країнах. Розглянемо основні аспекти цієї моделі, її особливості, переваги та виклики.

Ця модель характеризується:

а) комбінованим управлінням. Поєднання централізованого стратегічного управління та децентралізованого операційного управління;

б) глобальною координацією. Створення глобальної стратегії з урахуванням місцевих адаптацій;

в) інтеграцією та координацією ресурсів. Високий рівень інтеграції виробничих, фінансових і маркетингових функцій. ТНК активно використовують централізоване управління для забезпечення ефективності та узгодженості стратегії на глобальному рівні. Оптимізація використання ресурсів по всіх ринках;

г) глобальною мережею. ТНК мають численні дочірні компанії, філії та представництва у різних країнах світу. Це дозволяє їм ефективно організовувати виробництво, збут і фінанси на глобальному рівні;

д) диверсифікацією діяльності. Займаються різними видами діяльності у різних галузях і регіонах, що дозволяє знижувати ризики та збільшувати стійкість бізнесу;

е) інноваціями та технологіями. Активне впровадження новітніх технологій та інновацій. ТНК мають значні ресурси для досліджень і розробок (R&D), що дозволяє їм залишатися на передовій у своїй галузі;

ж) локалізацією та глобалізацією. Поєднують глобальні стандарти з локальною адаптацією. Продукти та стратегії часто адаптуються до місцевих ринків, зберігаючи при цьому загальну стратегію компанії.

Переваги транснаціональних корпорацій: баланс між централізованим контролем та локальною адаптацією; ефективне використання глобальних ресурсів; економія на масштабах, можливість знижувати витрати на виробництво завдяки великим обсягам виробництва і глобальній мережі постачання; розширений доступ до ринків: ТНК мають доступ до численних ринків, що дозволяє їм значно розширювати свою клієнтську базу та зростати; інновації та технології: високі інвестиції у дослідження та розробки сприяють створенню інноваційних продуктів і технологій, що підвищує конкурентоспроможність; фінансова стабільність: великі фінансові ресурси дозволяють ТНК ефективно управляти фінансовими ризиками та залучати капітал на міжнародних ринках.

Недоліки транснаціональних корпорацій: складність у координації та управлінні; потреба в

значних інвестиціях у розвиток внутрішніх комунікацій та інфраструктури; культурні та регуляторні бар'єри: необхідність враховувати культурні особливості та локальні законодавчі вимоги, що може ускладнювати управління та стратегію; ризики та невизначеність: високий рівень невизначеності, пов'язаний із політичними, економічними та соціальними факторами в різних країнах; координація та управління: складність у забезпеченні ефективної координації між різними підрозділами та країнами, що може ускладнювати загальне управління компанією; етичні та соціальні виклики: питання етики, соціальної відповідальності та сталого розвитку стають все більш важливими, особливо на глобальному рівні.

Apple Inc. є яскравим прикладом транснаціональної корпорації. Вона має виробничі потужності в різних країнах, активно впроваджує новітні технології, управляє глобальним ланцюгом постачання та збуту, а також зберігає сильний глобальний бренд. Apple ефективно поєднує глобальну стратегію з локальною адаптацією, що дозволяє їй залишатися лідером на ринку технологій.

Транснаціональні корпорації відіграють важливу роль у світовій економіці, забезпечуючи значний внесок у розвиток технологій, інновацій та економічного зростання. Хоча ця модель має багато переваг, вона також стикається з численними викликами, що вимагають високого рівня управлінських і стратегічних навичок. Здатність ефективно управляти цими викликами є ключовою для успіху ТНК на глобальному ринку.

Вибір моделі планування міжнародного бізнесу залежить від специфіки компанії, її продуктів, ринкових умов та стратегічних цілей. Успішна міжнародна діяльність потребує балансу між глобальною стратегією та локальною адаптацією, що дозволяє ефективно реагувати на виклики глобалізації та використовувати її можливості.

Висновки. В умовах глобалізації економіки міжнародні бізнес-структури стикаються з новими викликами та можливостями, що вимагають адаптації їх стратегій та моделей розвитку. Ця адаптація включає врахування соціальної відповідальності бізнесу, яка стає все більш значущою у сучасному світі.

У статті розглянуто основні стратегії та моделі економічного розвитку міжнародних бізнес-структур в умовах глобалізації. Вивчено вплив глобальних економічних процесів на діяльність компаній та необхідність інтеграції соціальної відповідальності у корпоративну стратегію. Проаналізовано ключові фактори, що визначають успішність бізнесу на міжнародній арені, включаючи інноваційний розвиток, стратегічні партнерства, диверсифікацію діяльності та гнучкість у плануванні. Особлива увага приділяється ролі соціальної відповідальності бізнесу як важливого елементу сталого розвитку, що сприяє підвищенню репутації та конкурентоспроможності компаній. Автори підкреслюють необхідність адаптації до змін у глобальному середовищі та активного використання цифрових технологій для досягнення довгострокових бізнес-цілей.

Ефективні стратегії та моделі економічного розвитку міжнародних бізнес-структур у сучасних умовах повинні бути гнучкими, інноваційними та орієнтованими на стійкий розвиток. Врахування соціальної відповідальності бізнесу є невід'ємною частиною цих стратегій, що сприяє довгостроковому успіху та позитивному іміджу компаній на світовій арені.

Список літератури

- Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Кон'юнктура міжнародного ринку як економічна категорія маркетингової політики підприємства // Сучасні тенденції міжнародних економічних відносин. Економічна інтеграція України у світове господарство: кол. монографія; ред. І.М.Посохов [та ін.] ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. Харків : НТУ "ХПІ", 2016. Розд. 4.1. С. 218-237. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/30772>
- Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства : монографія / В.Л.Товажнянський [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, Л.Л.Товажнянський. Харків: Віровець А.П. "Апостроф", 2012. 705 с.
- Економіка, менеджмент, маркетинг туризму та гостинності: навч. посібник [Електронний ресурс] / П.Г.Перерва [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2020. 893 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47906>
- Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : Планета-Принт, 2019. 1002 с.
- Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>
- Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
- Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. №5. 10 p. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/39437>
- Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард-2017": тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. С. 54-57.
- Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 50-54. – 52 с.
- Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva, Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
- Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // НТУ «ХПІ» (економічні науки). : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2016. № 28 (1200). С. 26-30.
- Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 4. С. 11-19.
- Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 137-143.
- Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2016. № 28 (1200). С. 70-74.
- Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna. № 5.
- Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
- Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 53-63.
- Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Х.: НТУ „ХПІ”. 2018. № 37(1313). С. 27-32 .
- Перерва П.Г. Практический маркетинг. - Выпуск 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. 80 с.
- Nagy S. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy [Electronic resource] / S. Nagy, P. G. Pererva // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2021. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55361>.
- Перерва П.Г. Практический маркетинг. - Выпуск 6. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. - М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. - 93 с
- Перерва П. Г., Романчик Т. В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - С. 230-235
- Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А. П.Косенко, Д. Коциски, О. И. Маслак, П. Г. Перерва, Д. Сакай. Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски. Харьков-Мишколыц : НТУ „ХПІ”, Мишколыц.техн.ун-т, 2008. 170 с.
- Косенко А. В., Кобелева Т. О., Маслак М. В., Перерва П. Г. Системний підхід до дослідження цінових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.

References (transliterated)

- Kobielieva T.O., Pererva P.G. Konyunktura mizhnarodnoho rynku yak ekonomichna katehoriya marketynhovoyi polityky pidpryyemstva [The situation of the international market as an economic category of the company's marketing policy] // Suchasni tendentsiyi mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn. Ekonomichna integratsiya Ukrainy u svitove hospodarstvo: kol. monohrafiya; red. I.M.Posokhov [ta in.]; Kharkivskyy politekhnichnyy in-t, nats. tekhn. un-t. Kharkiv: NTU "KHPI", 2016. Rozd. 4.1. S. 218-237. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/30772>
- Antykrizovyy mekhanizm stalohop rozvytku pidpryyemstva : monohrafiya [Anti-crisis mechanism of sustainable development of the enterprise: monograph] / V.L.Tovazhnyansky [ta in.]; red.: P.H.Pererva, L.L.Tovazhnyansky. Kharkiv : Virovets A.P. "Apostrof", 2012. 705 s.
- Ekonomika, menedzhment, marketynh turyzmu ta hostynnosti: navch. posibnyk [Economics, management, marketing of tourism and hospitality: education. manual] [Elektronnyy resurs] / P.H.Pererva [ta in.]; Nats. tekhn. un-t "Kharkiv. politekhn. in-t". Elektron. tekst. dani. Kharkiv, 2020. 893 s. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47906>
- Intelektualna vlasnist: mahisters'ky kurs: pidruchnyk [Intellectual property: master's course: textbook] / P.H.Pererva [ta in.]; red.: P.H.Pererva, V.I.Borzenko, T.O.Kobyelyeva ; Nats. tekhn. un-t «Kharkiv. politekhn. in-t». Kharkiv : Planeta-Print, 2019. 1002 s.
- Kobyelyeva T.O. Komplajens-bezpeka promyslovoho pidpryyemstva: teoriya ta metody: monohrafiya [Compliance-safety of an industrial enterprise: theory and methods: monograph]. Kharkiv: Planeta-Print, 2020. 354 s. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>
- Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
- Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. №5. 10 p. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/39437>
- Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise // Strategiyyi innovacijnogo rozvytku ekonomiky Ukrainy: problemy, perspektivy, efektyvnist "Forward 2017": tr. 8-yi Mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konf. stud. ta molodyx vchenyx, 27 grudnya 2017. Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. P. 54-57.
- Pererva P.G., Kobyelyeva T.O., Tkachova N.P. Zbalansovana systema pokaznykiv v innovatsiynoinvestytsiyniy politytsi promyslovoho pidpryyemstva [Increasing the competitiveness of machine-building enterprises on the basis of synergistic benchmarking] // Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KHPI" : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyy prohres ta efektyvnist vyrobnytstva.

- Kharkiv : NTU "KhPI". 2015. No 60 (1169). S. 50-54. 52 s.
10. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
 11. Kobieliava T.O., Pererva P.G. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. Kharkiv : NTU «KhPI», 2016. no 28 (1200). pp. 26-30.
 12. Gliznitsa M.Yu., Pererva P.G., Benchmarkinh yak metod otsynuyannya intelektualnoho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy* [Marketing and innovation management]. 2015. no 4. pp. 11-19.
 13. Kravchuk A.V., Pererva P.G. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. no 15 (1291). pp. 137-143.
 14. Pererva P.G., Kobieliava T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave] – Kharkiv: NTU «KhPI», 2016. – no 28 (1200). – pp. 70-74.
 15. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna no 5.
 16. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukraiyinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. Kiev: Znannya, 2009. 1070 p.
 17. Marchuk L.S., Pererva P.G. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of NTU "KhPI" (economic sciences) : Coll. of science Ave], Kharkiv : NTU "KhPI" 2018. no 15 (1291). pp. 53-63.
 18. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinnska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of NTU "KhPI" (economic sciences) : Coll. of science Ave], Kharkiv : NTU „KhPI”. 2018. no 37(1313). pp. 27-32.
 19. Pererva P.G. Praktycheskyy marketynh [Practical Marketing].- Issue 2. Marketing at an industrial enterprise.- M. : NGO "Advertising, Information, Marketing", 1991.- 80 p.
 20. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy [Electronic resource] // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2021. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54. URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55361>.
 21. Pererva P.G. Praktycheskyy marketynh [Practical Marketing].- Issue 6. Management of sales of industrial products in the marketing system.- M. : NGO "Advertising, information, marketing", 1991.- 93 p.
 22. Pererva P. G., Romanchyk T. V. Mekhanizm upravlinnya rivnem konkurentospromozhnosti produktsiyi pidpryyemstva [The mechanism of managing the level of competitiveness of enterprise products] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy*.- S. 230-235/
 23. Kosenko A. P. Ekonomicheskaya otsenka innovatsionnogo potentsiala [Economic assessment of innovation potential] / A. P. Kosenko, D. Kotsiski, O. I. Maslak, P. G. Pererva, D. Sakay.- Monografiya / Pod red. prof. Perervyi P.G. i prof. D.Kotsiski – Harkov-Mishkolts : NTU „HPI”, Mishkolts.tehn.un-t, 2008. – 170 s.
 24. Kosenko A. V., Kobyelyeva T. O., Maslak M. V., Pererva P. G. Systemnyy pidkhd do doslidzhennya tsinovoykh, marketynhovoykh, investytsiynoykh ta innovatsiynoykh kharakterystyk transferu tekhnolohiy promyslovoyi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of

Надійшла (received) 14.09.2022

Відомості про автора / About the Author

Перерва Петро Григорович (Pererva Petro) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Харків, Україна; ORCID:0000-0002-6256-9329; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pppererva@gmail.com

Черепанова Вікторія Олександрівна (Cherepanova Victoria) - кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Харків, Україна; тел.: (057) 707-65-07; e-mail: vitcherepanova@gmail.com

Новік Ірина Олексіївна (Novik Iryna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2468-581X>, e-mail: gerashenko1977@gmail.com

Дюжєв Віктор Геннадійович (Dyuzhev Viktor) – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інституту», м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9929-2431> e-mail: mailto:ekosistema909@gmail.com

Кучіна Світлана Едуардівна (Kuchina Svitlana) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кандидат економічних наук, доцент; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин м. Харків, Україна; e-mail: s.e.kuchina@gmail.com; ORCID: 0000-0002-7619-4361

ЗМІСТ

<i>Маслак Ольга, Гришко Наталя, Яковенко Ярослава, Пирогов Антон, Дубовик Ольга</i> ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ: ЕКОЛОГІЧНЕ, СОЦІАЛЬНЕ ТА КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ (ESG) ЯК ІНСТРУМЕНТ СТІЙКОСТІ СОЦІАЛЬНО- ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19	3
<i>Літвиненко Марія, Мірошнік Марія</i> РЕЗУЛЬТАТИ ВИМУШЕНОГО «АПГРЕЙДУ» ЕЛЕКТРОНОЇ КОМЕРЦІЇ.....	9
<i>Щуров Ігор</i> КРИТЕРІАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ БЕЗПЕКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАФТОГАЗОВОЇ ГАЛУЗІ	14
<i>Сітак Ірина, Івахненко Андрій</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	21
<i>Васильцова Світлана, Оборіна Анастасія</i> ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ	29
<i>Якименко-Терещенко Наталія, Холодок Валентина</i> УПРАВЛІННЯ ІНКЛЮЗИВНИМ ТУРИЗМОМ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	33
<i>Назарова Тетяна, Шевченко Марина</i> МІСЦЕ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	38
<i>Юр'єва Ірина</i> ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО АПАРАТУ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН.....	42
<i>Паймаш Ганна</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ЩОДО РИНКОВО-ОРІЄНТОВАНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ.....	46
<i>Александрова Вікторія, Стригуль Лариса</i> ВТІЛЕННЯ ПРИНЦИПІВ БІЗНЕС-ЕТИКИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ	53
<i>Романовська Юлія</i> СЦЕНАРНИЙ ПІДХІД ДО ЗМІЦНЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МІСТА	58
<i>Шаульська Лариса, Дюжєв Віктор, Долина Ірина</i> РОЗВИТОК СИСТЕМ ЕКОНОМІЧНОГО МОНИТОРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	67
<i>Погорєлов Сергій, Кочетова Тетяна</i> ВИЗНАЧЕННЯ ЦІНОВОЇ УСТАЛЕНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ НА РИНКУ	73
<i>Райко Діана</i> РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ОРИЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ ТА ВИНЕКНЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО МАРКЕТИНГУ ОСОБИСТОСТІ	81
<i>Мінь Чжан, Хо Жань</i> ОЦІНЮВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ЗРІЛОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ЗА ПАРАДИГМОЮ ЛОГІСТИКИ 4.0	86
<i>Кучинський Володимир</i> ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА ПРОФОРІЄНТАЦІЇ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ В ПРАЦЕЗДАТНОМУ ВІСІ.....	93
<i>Перерва Петро, Черепанова Вікторія, Новік Ірина, Дюжєв Віктор, Кучіна Світлана</i> СТРАТЕГІЇ ТА МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	97

CONTENT

<i>Maslak Olga, Grishko Nataliya, Yakovenko Yaroslava, Pyrohov Anton, Dubovyk Olga</i> CIRCULAR ECONOMY IN UKRAINE: ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE (ESG) AS A TOOL FOR THE SUSTAINABILITY OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN THE CONDITIONS OF OVERCOMING THE COVID-19 PANDEMIC	3
<i>Litvynenko Mariia, Miroshnik Marija</i> RESULTS OF FORCED «UPGRADE» OF ELECTRONIC COMMERCE	9
<i>Shchurov Igor</i> CRITERIAL APPROACHES TO THE OIL AND GAS INDUSTRY SECURITY ACTIVITIES ASSESSMENT.....	14
<i>Sitak Iryna, Ivakhnenko Andriy</i> FEATURES OF MANAGEMENT OF ECONOMIC SUSTAINABILITY IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE	21
<i>Vasytsova Svitlana, Oborina Anastasiia</i> USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN MARKETING	29
<i>Yakymenko-Tereshchenko Natalia, Kholodok Valentyna</i> MANAGEMENT OF INCLUSIVE TOURISM AT THE REGIONAL LEVEL	33
<i>Nazarova Tetjana, Shevchenko Maryna</i> THE PLACE OF TAX MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF PUBLIC FINANCE MANAGEMENT UNDER THE CONDITIONS OF MARITAL STATE	38
<i>Yuryeva Irina</i> OPTIMISATION OF THE MANAGEMENT APPARATUS IN THE SYSTEM OF SOCIAL AND LABOUR RELATIONS	42
<i>Paymash Hanna</i> CONCEPTUAL APPROACHES REGARDING A MARKET-ORIENTED MECHANISM FOR DEVELOPING THE POTENTIAL OF PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS	46
<i>Aleksandrova Viktoriia, Strygul Larysa</i> IMPLEMENTING BUSINESS ETHICS IN INTERNATIONAL TOURISM.....	53
<i>Romanovska Yuliia</i> SCENARIO APPROACH TO STRENGTHENING THE SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF THE CITY	58
<i>Shaulska Larysa, Dyuzhev Viktor, Dolyna Irina</i> DEVELOPMENT OF ECONOMIC MONITORING SYSTEMS OF BUSINESS PROCESSES OF COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY	67
<i>Pohorielov Serhiy, Kochetova Tetyana</i> DETERMINING THE PRICE STABILITY OF INNOVATIVE GOODS ON THE MARKET	73
<i>Raiko Diana</i> HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT OF PEOPLE WITH DISABILITIES.....	81
<i>Zhang Min, Huo Ran</i> ASSESSING THE LOGISTIC SYSTEM MATURITY LEVEL IN INTEGRATED SUPPLY CHAINS UNDER LOGISTIC 4.0 PARADIGM	86
<i>Kuchynskyi Volodymyr</i> PROBLEMS OF SOCIALIZATION AND PROFESSIONAL ORIENTATION OF PERSONS WITH DISABILITIES IN WORKING AGE	93
<i>Pererva Petro, Cherepanova Victoria, Novik Iryna, Dyuzhev Viktor, Kuchina Svitlana</i> STRATEGIES AND MODELS OF ECONOMIC DEVELOPMENT AND PLANNING OF INTERNATIONAL BUSINESS STRUCTURES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION OF THE ECONOMY AND ITS SOCIAL RESPONSIBILITY	97

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК

НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

(економічні науки)

Збірник наукових праць

№ 3 '2022

Наукові редактори

*д-р екон. наук, проф. П.Г. Перерва,
к-д. екон. наук, проф. М.І. Погорєлов*

Науково-технічний редактор

к-д. екон. наук, проф. С.М. Погорєлов

Відповідальний за випуск

к-д. техн. наук В.П. Шайда

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ ТА ВИДАВЦЯ:

*Кафедра: «Економіка бізнесу і міжнародні економічні відносини»,
НТУ «ХП», вул. Кирпичова 2, Харків 61002, Україна.
Тел. (057) 707-62-53, (057) 707-65-07,
e-mail: trp_bulletin@ukr.net*

*Друк-ФОП Шейніна О.В.,
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2779 від 15.09.2007 р.
вул. Славянская, 3 оф.5, Харків, 61052, Україна.*

*Підп. до друку 28.09.2022 р. Формат 60х84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс.
Ум.друк.арк. 7,9. Обл.-вид. арк. 8,1. Наклад 300 прим. Зам. № 73. Ціна договірна.*