

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ щорічної студентської наукової конференції



17 листопада
2020 року
м. Полтава

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ
щорічної студентської наукової конференції

17 листопада 2020 року

Полтава 2020

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Олександр ГАЛИЧ –	к.е.н., професор, директор ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій;
Тетяна ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА –	к.е.н., доцент, заступник директора ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій;
Тамара ЛОЗИНСЬКА –	д.держ.упр., професор, завідувач, професор кафедри публічного управління та адміністрування;
Петро МАКАРЕНКО –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин;
Ірина МАРКІНА –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри менеджменту;
Ханлар МАХМУДОВ –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри підприємництва і права;
Володимир ПИСАРЕНКО –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри маркетингу;
Юрій УТКІН –	к.т.н., доцент, завідувач, доцент кафедри інформаційних систем та технологій

Тези наводяться без змін та редагування. Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Для здобувачів вищої освіти закладів вищої освіти

Матеріали щорічної студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 17 листопада 2020 р. – Полтава: ПП «АСТРАЯ», 2020. – 113 с.

© Полтавська державна аграрна академія (ПДАА)

ФУНКЦІЇ КОНФЛІКТІВ, ЩО ВИНИКАЮТЬ СЕРЕД ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Професійна діяльність у сфері публічної служби вимагає від посадовця умінь та навичок долати конфліктні ситуації й розв'язувати конфлікти в процесі виконання поставлених завдань, функцій та обов'язків. В роботі над вирішенням того чи іншого конфлікту, що має місце в діяльності публічного службовця, увага слід зосередити на тому, які функції виконує той чи інший конфлікт.

Запропонувавши публічним службовцям (опитування проводилося серед співробітників Красноградської районної державної адміністрації) перелік позитивних та негативних функцій, котрі необхідно було проранжувати за ступенем значимості, ми отримали дані, що наводяться в таблиці 1:

Таблиця 1

Функції конфліктів, що виникають серед публічних службовців за значимістю, 2020 р.

Формулювання функції	Ранг функції
1	2
Конструктивні (позитивні)	
1. Розрядка напруженості між конфліктуючими сторонами.	6
2. Отримання нової інформації про опонента; згуртованість колективу при протидії із зовнішніми труднощами.	2
3. Джерело інновацій, стимулювання до змін та розвитку.	5
4. Зняття «синдрому покірності» у підлеглих; створення та підтримання балансу сил і, зокрема влади, соціального контролю.	4
5. Нормотворчість, поява нових правил і форм поведінки; діагностика можливостей опонентів, вияв ймовірних відповідних дій іншої сторони.	3
6. Виявлення управлінських проблем в організації, установі (структурному підрозділі).	1
Негативні (деструктивні)	
1. Великі матеріальні та емоційні затрати на участь в конфлікті.	1
2. Конфлікт як складна ситуація завжди супроводжується стресом, тому як наслідок різко зростає ймовірність серцево-судинних захворювань, хронічних порушень функціонування кишково-шлункового тракту.	2
3. Звільнення співробітників, погіршення стану трудової дисципліни, погіршення соціально-психологічного клімату в трудовому колективі; уявлення про переможену групу як про ворога.	3
4. Надмірне захоплення процесом конфліктної взаємодії на шкоду роботі.	4
5. Деструкція системи міжособистісних стосунків, які склалися перед цим, прояв неприязні, ворожості, ненависті.	6
6. Закріплення в соціальному досвіді особистості та групи насильницького способу вирішення проблеми.	7
7. Складне відновлення ділових стосунків.	5

Серед позитивних (конструктивних) функцій, а саме: розрядка напруженості між конфліктуючими сторонами; отримання нової інформації про опонента; згуртованість колективу підприємства при протиборчих діях із зовнішніми труднощами; джерело інновацій, стимулювання до змін та розвитку; зняття «синдрому покірності» у підлеглих; створення та підтримання балансу сил і, зокрема влади, соціального контролю; нормотворчість, поява нових правил і форм поведінки; діагностика можливостей опонентів, вияв ймовірних відповідних дій іншої сторони; виявлення управлінських проблем у підприємстві (структурному підрозділі), першою за значимістю було обрано: «Виявлення управлінських проблем в організації, установі (структурному підрозділі), друге місце посіла функція – «Отримання нової інформації про опонента; згуртованість колективу при протиборчих діях із зовнішніми труднощами», а третє – «Нормотворчість, поява нових правил і форм поведінки; діагностика можливостей опонентів, вияв ймовірних відповідних дій іншої сторони».

Серед негативних функцій респонденти вважають більш вагомими є такі функції, як :

- «Великі матеріальні та емоційні затрати на участь в конфлікті» – 1 місце.
- «Конфлікт як складна ситуація завжди супроводжується стресом, тому як наслідок різко зростає ймовірність серцево-судинних захворювань, хронічних порушень функціонування кишково-шлункового тракту» – 2 місце.
- «Звільнення співробітників, погіршення стану трудової дисципліни, погіршення соціально-психологічного клімату в трудовому колективі; уявлення про переможену групу як про ворога» – 2 місце.

Безперечно, що ідеальним є вміння попереджати конфлікти, прогнозувати їх та намагатися усунути об'єктивні та суб'єктивні причини виникнення. Однак, якщо конфлікт не вдалося передбачити або оцінити всю серйозність протиріч і попередити його, і він все-таки розгорівся, то головне завдання полягає в тому, щоб його конструктивно вирішити, витягти з нього відповідні уроки і по можливості навіть користь [1].

Отже, конфлікти в професійній діяльності публічного службовця є досить поширеним явищем. Вони мають як позитивні, так і негативні наслідки не лише для самого працівника, проте позначаються й на результатах діяльності всієї організації, несуть значні матеріальні та емоційні затрати. Через конфлікти, на жаль, різко зростає ймовірність серцево-судинних захворювань, хронічних порушень функціонування кишково-шлункового тракту. Тому важливо в процесі вирішення конфлікту в цій сфері виходити саме з ознак конструктивності (позитивності) та деструктивності (негативності).

Список використаних джерел

1. Ратников В. П. Ділові комунікації: підручник для бакалавратів; Відповідальний редактор В. П. Ратников. Москва: Видавництво Юрайт, 2019. 527 с. URL: https://stud.com.ua/64126/menedzhment/dilovi_komunikatsiyi. (дата звернення 27.10.20).

СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ДИТЯЧИХ ЗАКЛАДІВ ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА ВІДПОЧИНКУ

Одним з основних механізмів державної політики в сфері оздоровлення дітей протягом багатьох десятиліть залишається забезпечення функціонування системи дитячих закладів оздоровлення та відпочинку. Протягом тривалого часу такі дитячі оздоровчі заклади залишали традиційний ще з радянських часів статус дитячих таборів відпочинку. З комерційною метою, як «маркетинговий хід» іноді власники таких закладів перейменовували їх в оздоровчі центри, що дуже часто не відповідало а ні стану матеріального забезпечення об'єкту, сервісним послугам, рівню підготовки вихователів та педагогів. З прийняттям у 2008 році Закону України «Про оздоровлення та відпочинок дітей» було введено термін «дитячий заклад оздоровлення та відпочинку». Таким законодавство визначало «постійно або тимчасово діючий, спеціально організований або пристосований заклад, призначений для оздоровлення, відпочинку, розвитку дітей, що має визначене місце розташування, матеріально-технічну базу, кадрове забезпечення та технології для надання послуг з оздоровлення та відпочинку дітей відповідно до державних соціальних стандартів надання послуг з оздоровлення та відпочинку» (ст.1) [1].

З метою систематизації діяльності таких закладів, посилення відповідальності їх засновників (власників) послуги, що надаються, з 2009 року урядом України було запроваджено Державний реєстр дитячих закладів оздоровлення та відпочинку. Порядком ведення Державного реєстру, який було затверджено постановою Кабінету Міністрів України [2], визначався перелік наступних даних про дитячий заклад, а саме: тип закладу; режим функціонування закладу; дата і результати проведення державної атестації закладу; види послуг з оздоровлення та відпочинку; серія, номер, дата, строк дії та ким видана ліцензія (у разі провадження закладом видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню); наявність спеціально відведеної території закладу; кількість ліжко-місць у закладі; вартість ліжко-дня; графік змін.

Визначені державою чіткі вимоги не могли не вплинути на організацію діяльності дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, їх кількість та якість роботи. Зрозуміло, що останнє і було основною метою вимог, що запроваджувалися вказаними нормативно-правовими актами. У Положенні про Державний реєстр прямо зазначалося, що його запроваджують з метою недопущення скорочення мережі закладів, запобігання ліквідації, передачі під заставу, перепрофілюванню, використанню цих дитячих закладів не за призначенням. Процес становлення державної реєстрації дитячих оздоровчих закладів було продовжено в електронній базі даних про об'єкти права власності, призначені для оздоровлення та відпочинку дітей, визначену у Порядку ведення

Державного реєстру майнових об'єктів оздоровлення та відпочинку дітей, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України у 2019 році [3].

Так, до запровадження державної реєстрації дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, за даними Полтавської обласної державної адміністрації станом на 2007 рік в області діяло 34 відповідних заклади. За відомчою приналежністю вони переважно належали до сфери управління органів місцевого самоврядування, районних державних адміністрацій, профспілкових організацій, частина перебувала у власності суб'єктів господарювання [4]. На сьогоднішній день до електронної бази даних Міністерства соціальної політики України внесено по Полтавській області лише 19 позаміських закладів оздоровлення та відпочинку, 1 дитячий центр (дитячий оздоровчий центр «Орлятко» ім. В.М.Садового в с. Матвійка Котелевського району; заклад є власністю Полтавської обласної організації всеукраїнської професійної спілки працівників органів державної податкової служби) та 2 дитячі заклади санаторного типу (ДООСТ «Миргородський», розташований в с. Олефірівка Миргородського району, власником закладу є Полтавська обласна рада; ДООСТ (державної форми власності) «Нові Санжари» Медичного центру «Нові Санжари» Національної гвардії України) [5]. Дані об'єкти демонструють належний рівень матеріально-технічного забезпечення та цілком відповідають вимогам до діяльності дитячих закладів оздоровлення і відпочинку.

Список використаних джерел

1. Про оздоровлення та відпочинок дітей : Закон України від 04 вересня 2008 року № 375-VI (діє в редакції 01.01.2020 року). *Верховна Рада України. Законодавство України : Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/375-17#Text> (дата звернення: 28.10.2020 р.)

2. Про затвердження Порядку ведення Державного реєстру дитячих закладів оздоровлення та відпочинку : Постанова Кабінету Міністрів України від 28 квітня 2009 року № 425 (втрата чинності 26.06.2019 року). *Верховна Рада України. Законодавство України : Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/425-2009-%D0%BF#Text> (дата звернення: 28.10.2020 р.)

3. Про Порядок ведення Державного реєстру майнових об'єктів оздоровлення та відпочинку дітей : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 червня 2019 року № 580. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-vedennya-derzhavnogo-reyestru-majnovih-obyektiv-ozdorovlennya-ta-vidpochinku-ditej-i260619> (дата звернення: 28.10.2020 р.)

4. Перелік позаміських дитячих оздоровчих таборів Полтавської області. *Полтавська обласна державна адміністрація: офіційний веб-портал*. URL: <http://www.adm-pl.gov.ua/page/dityachi-ozdorovchi-zakladi-poltavshchini-1> (дата звернення: 28.10.2020 р.)

5. Державний реєстр майнових об'єктів оздоровлення та відпочинку дітей. *Міністерство соціальної політики України: офіційний сайт*. URL: <https://rstmo.ioc.gov.ua/mop> (дата звернення: 28.10.2020 р.)

БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ МОНІТОРИНГУ ЗЕМЛІ

Ніхто з мислителів або з державних діячів не заперечив тріади існування кожного суспільства: земля, праця і капітал. Земля є одним із головних природних ресурсів, загальний базис, розміщення, проживання і розвитку суспільства. Вона не є результатом людської праці, а продуктом природи, і тому не має функції товару.[2]

Уже 17 років поспіль питання мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення залишається одним з найбільш дискусійних в Україні [4]. Питання власності на землю є гострим і спекулятивним, оскільки уособлює в собі одночасно суперечливі суспільні страхи та бізнес-інтереси. Економічно розвинуті країни вже давно дозволили продаж своїх сільськогосподарських земель; немає відкритого ринку лише в шести державах світу, серед них – і Україна



рис.1 Земля[2]

Навіть фашистські навали не змогли у роки окупації так знищити село, як знищували його команди Українських урядовців. Навіть біснுவатий фюрер, дорвавшись до влади і побачивши економічний занепад сільського господарства Німеччини, прорік «Крах німецького селянина стане крахом німецької держави.»[3] На усіх етапах розвитку ринкових відносин важливою умовою є створення такого економічного механізму, який би забезпечував цивілізоване і раціональне функціонування народногосподарського комплексу, де в будь-якої країни світового ринку були і будуть вагоме місце займати біржі. Важливою складовою частиною даного механізму є сфери обсягу товарів, сировини, фондів та цінних паперів. Своєю чергою, сфера обсягу повинна спиратися на відповідну інфраструктуру, однією з важливих ланок якої є біржа. Біржа – це своєрідний аукціон, де є достатня кількість відповідних предметів купівлі-продажу, де працюють продавці та купівельноспроможні покупці, які готові здійснювати переговори і укладати угоди [1]. Основна мета біржової торгівлі полягає у якомога швидшому просуванні продукції зі сфери виробництва у сферу споживання,

впливу цін на основі попиту і пропозиції, регулюванні товаропотоків у ринковому середовищі. Завдання біржі полягає в упорядкуванні ринків капіталу, валюти, сировини і товарів. У світовій практиці першими і найбільш вдалими були товарні і товарно-сировинні біржі, які займалися спродажем готових товарів промисловості, сільського і лісового господарства [3].

За три роки існування повністю автоматизована система Прозорро. Продажі довела свою ефективність – державні та приватні компанії через спеціальні електронні майданчики успішно реалізують об’єкти малої приватизації, активи неплатоспроможних банків, здають в оренду нежитлові приміщення, торгові майданчики, паркінги, вантажні вагони, продають спеціальні дозволи на розробку корисних копалин та багато іншого.[5] За даними Міністерства агрополітики, після зняття мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення за рік держбюджет країни поповниться на суму, що лише за приблизними оцінками складе від 700 млн. до 1,5 млрд. доларів США. Але тільки в тому разі, якщо ринок землі регулюватимуть нові, дієві законодавчі норми, держава створить відкритий реєстр всіх сільськогосподарських угідь, а орендувати чи купити землю у селянина можна буде через сучасні публічні аукціони, що проходять онлайн. Нескладна процедура проведення, велика клієнтська база та вільний доступ учасників до аукціонів з продажу землі – офіційний майданчик «Української універсальної біржі» робить цей процес простим і доступним. «Українська універсальна біржа» працює на ринку з 1997 р. З 2016 р. на біржі щодня проходять аукціони по реалізації та здачі в оренду державного і приватного майна, відповідно, в майбутньому фахівці біржі зроблять продаж землі швидким та максимально [5] прибутковим.

Отже, в Україні активна біржова діяльність з продажу землі це нескладна процедура проведення операції де існує велика клієнтська база та вільний доступ учасників до аукціонів з продажу землі. Офіційний майданчик «Української універсальної біржі» робить цей процес простим і доступним, що дозволить пересічному громадянину вільно та без ускладнень придбати або взяти в оренду землю.

Використана література

1. Де у світі досі діє мораторій на продаж землі//електронний ресурс <https://www.5.ua/ekonomika/de-u-sviti-dosi-diie-moratorii-na-prodazh-zemli-inforhafika-211660.html>
2. Що таке біржа? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/birzhova-diyalnist/522-shcho-take-birzha.html>.
3. Офіційний сайт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.ssmc.gov.ua](http://www.ssmc.gov.ua).
4. Беззуб І. Ринок землі: українські реалії та європейський досвід [Електронний ресурс] / І. Беззуб // Громадська думка про правотворення. – 2019. – № 7 (172). – С. 3–11. – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/images/dumka/2019/7.pdf>. – Назва з екрана.
5. Продаж землі. [Електронний ресурс] /код доступу // <https://www.uub.com.ua/torgy-ta-auksiony/zemelni-dilyanky/prodazh-zemli-silskogospodarskogo-pryznachennya-cherez-prozorro/>

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Нейромаркетинг (грец. Neuron – нерв і англ. market – ринок, збут) – комплекс прийомів, методів та технологій, що формується на перетині економічної теорії, нейробіології, психології та медицини [1, с. 348].

Нейромаркетинг є однією з найефективніших сучасних технологій, що ґрунтується на статистичному опрацюванні даних, отриманих у процесі психофізіологічних досліджень. Об'єктом вивчення нейромаркетингу є широкий спектр реакцій у поведінці людини: дослідження змін динаміки пульсу, процесу потовиділення, струмів мозку, рухів зіниць та інших спонтанних реакцій, активно використовується магнітно-резонансне сканування головного мозку [4].

Нейромаркетингові технології дозволяють визначити, як ефективно чинити вплив на реципієнта. Ці технології засновані на двох взаємопов'язаних процесах: збиранні та інтерпретації інформації про мимовільні реакції людини на будь-які особливості та елементи назви, логотипу, поєднання кольорів, аудіосигнали та символи.

Нині технології нейромаркетингу набувають дедалі більшого поширення не лише в бізнесі, а й у політиці, мистецтві тощо. Технології політичного нейромаркетингу впроваджуються і в Україні. Про це свідчить, наприклад, велика кількість телевізійних політичних ток-шоу, у яких не просто публічно розглядають (аудиторія – політики – експерти) суспільно значущі питання, а й ретельно вивчають динаміку реакції публіки на процес обговорення. У такий спосіб створюється своєрідний потужний банк даних емоційних реакцій, підсвідомих пріоритетів потенційного електорату (не випадково організатори цих телепрограм, як правило, запрошують до студії осіб, які за віком, статтю, соціальним статусом, національністю, політичними поглядами є своєрідним зрізом, соціополітичним портретом України). Спираючись на ці дані, політики потенційно можуть ефективно за допомогою нейромаркетингу корегувати свої виступи, імідж, гасла, рішення, позиції тощо [2].

Основи та принципи цієї форми психологічного впливу виклав у книзі «Нейромаркетинг: Візуалізація емоцій» відомий німецький фахівець Арндт Трайндл. Головні тези нейромаркетингу, важливі для створення роздрібних концепцій, звучать так:

1. *Вивчіть емоційну (психографічну) структуру цільової групи* [2]. В розрізі політичних маніпулятивних технологій будь-яка виборча кампанія, політична агітація попередньо й упродовж процесу супроводжується вивченням настроїв (інколи потреб) електорату, тобто соціологічним дослідженням.

2. *Не просто викладайте товар, а створюйте презентації з емоційними асортиментними історіями* [3]. Емоційна політична акція завжди буде мати

більший ефект, ніж формальна, оскільки під час неї легше впливати на підсвідомість мас, використовуючи маніпулятивні ефекти навіювання, зараження, екзальтації й поляризації відчуттів тощо, які зрештою спричиняють у присутніх домінування емоційного відчуття над логічним мисленням.

3. *Використовуйте професійно розроблені фотоконцепції.* Грамотно підібрані й правильно розташовані фотографії створюють хороший настрій і допомагають вести покупця по торговому залу [там же]. «Торговим залом» в політиці є мережі, де зосереджені політичні кампанії: телебачення, радіо, соціальні мережі (в Україні здебільшого Фейсбук, Інстаграм, Телеграм, Вайбер). Отже, детально та чітко розроблений аудіо-, відео-концепт посадовця (будь то державний службовець чи представник місцевого самоврядування), регулярний постинг фото-, відео-реклами, яка враховуватиме неврологічні та нейронні особливості електорату, сприятимуть підвищенню рейтингу політика. Обраний позитивний асоціативний ряд, органічно «вписаний» у нього політик (політична сила) – одна з ключових умов успіху політичної реклами.

4. *Загальне оформлення («інсценування») магазину повинно слідувати єдиному генетичному коду, оскільки несвідоме прагне уникати невідповідностей і шукає гармонії та ясності* [3]. У 2007 р. Дрю Уестен видав книгу «Політичний мозок: роль емоцій у вирішенні долі країни». У процесі досліджень автор (фахівець із захворювань, які викликають розлади особи) проводив сканування мозку стійких прихильників певного кандидата або партії й виявив закономірність: коли виборці дивляться на зображення кандидата або вислуховують його заяви, то ті частини мозку, які відповідають за емоції, активніші, ніж ті, які відповідають за мислення. Тому Уестен радить політикам для забезпечення успіху та підтримання електорату не монотонно розповідати аудиторії про, наприклад, подробиці десятирічного плану розвитку охорони здоров'я, а емоційно говорити про охорону здоров'я з точки зору моралі [4].

5. *Співробітники магазинів – це не тільки стаття витрат.* Правильно підібраний персонал – це генератор позитивних емоцій і, як наслідок, головне джерело прибутку [3]. Так само, працівники, наприклад, штабу партії, найняті політтехнологи, соціологи є внутрішнім механізмом та рушійною силою, які координують, організовують та спрямовують діяльність кандидата або вже обраного депутата. Саме ідеї та втілення політтехнологів є прямим наслідком не тільки настроїв виборців, а й їх рішенням (голосом за того чи іншого кандидата).

Отже, політичний нейромаркетинг – це не просто маніпулятивний, а надманіпулятивний спосіб впливу, оскільки при використанні «звичайних» маніпулятивних технологій, як правило, спрацьовує довгий ланцюжок необхідних дій (пробудження інтересу – входження маніпулятора в довіру – зацікавлення інтригою – здійснення відволікаючого маневру – реалізація акту підміни, приховування – констатація сфабрикованого результату – приховане або відкрите спонукання об'єкта маніпулювання до певних дій, поведінки). Іншу специфіку та характер впливу має процес використання інструменту нейромаркетингу, що дає змогу швидко й адресно спрямувати «потрібну» маніпуляторіві емоційно забарвлену інформацію в підсвідомість людини, групи,

мас та активно, а головне – непомітно для об’єкта впливу, простимулювати його поведінку в необхідному для ініціатора маніпулятивного впливу напрямі.

Список використаних джерел

1. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2010. 432 с.
2. Стельмашов А. К. Нейромаркетинг в маніпулятивних технологіях. Інтернет-видання *Наукові конференції*. URL : <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/509> (дата звернення: 28.10.2020)
3. Трайндл А. Нейромаркетинг: Візуалізація емоцій. Інтернет-видання *LoveRead.ec*. URL : http://loveread.ec/read_book.php?id=67032&p=18 (дата звернення: 28.10.2020)
4. «Resistance is futile»: Beware of Neuromarketing. Інтернет-видання *Globalresearch.ca*. URL : <http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=11500> (дата звернення: 28.10.2020)

*Головань В. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальності 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Липій Є. А.*

ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДОКТРИНИ «ПЛОДІВ ОТРУЙНОГО ДЕРЕВА» В УКРАЇНСЬКЕ ЗАКОНОДАВСТВО

Доктрина «плодів отруйного дерева» (fruit of the poisonous tree) сформульована Європейським судом з прав людини у справах «Гефген проти Німеччини», «Тейксейра де Кастро проти Португалії», «Шабельник проти України», «Балицький проти України», «Нечипорук і Йонкало проти України», «Яременко проти України».

Відповідно до цієї доктрини, якщо джерело доказів є неналежним, то всі докази, отримані з його допомогою, будуть такими ж («Гефген проти Німеччини»). Недопустимими є докази, здобуті із суттєвим порушенням прав та свобод людини.

На думку ЄСПЛ, надається оцінка допустимості всього ланцюжка доказів, що базуються один за іншим, а не кожного окремого доказу автономно.

Доктрина прийшла із країн з англо-саксонською системою права. В західній континентальній Європі не всі країни дотримуються такого категоричного підходу. Так, наприклад, в Німеччині суди схильні визнавати докази, отримані в результаті незаконного обшуку, а також докази, отримані в результаті розслідування, заснованого на доказах, отриманих незаконним шляхом.

ЄСПЛ виходить з того, що при недопустимості одного доказу в єдиному ланцюжку суд повинен вирішити питання про справедливість судового розгляду в цілому. Тобто якщо процес по даній справі в цілому і загалом справедливий, то й отримані у незаконний спосіб докази можуть бути прийнятними (рішення

ЄСПЛ у справі «Хан проти Сполученого Королівства», «Schenk v. Switzerland»)[3].

Положення теорії про плоди отруйного дерева (Fruit of the Poisonous Tree) закріплено в ч.1 ст. 87 Кримінального процесуального кодексу. І ця концепція набула широкого застосування в практиці Верховного Суду.

Так, у постанові Великої палати ВС від 13.11.2019 (справа №1-07/07) зазначено, що відповідно до сформованої практикою Європейського суду з прав людини доктрини про плоди отруєного дерева, якщо джерело доказів є недопустимим, усі інші дані, одержані з його допомогою, будуть такими самими (рішення у справі «Гефген проти Німеччини», пп.50-52 рішення у справі «Шабельник проти України (№2)», п.66 рішення у справі «Яременко проти України (№2)»).

Критерієм віднесення доказів до «плодів отруєного дерева» є наявність достатніх підстав уважати, що відповідні відомості не були б здобуті за відсутності інформації, одержаної незаконним шляхом [2].

Відповідно до вимог ч.5 ст.101 КПК висновок експерта не може ґрунтуватися на доказах, які визнані судом недопустимими. Наведене дає підстави, крім загальної теорії, виокремити спеціальну, яка стосується виключно висновків експертиз [1].

Порушення порядку проведення негласних слідчих (розшукових)дій щодо отримання об'єктів подальшого експертного дослідження також тягне за собою визнання висновків таких експертиз недопустимими. Зокрема, у постанові ВС від 12.06.2019 (справа №676/3183/15-к) констатовано, що апеляційний суд, дослідивши протоколи, складені в ході оперативної закупки, обґрунтовано зазначив, що НС(Р)Д у формі трьох оперативних закупок проведено оперативним працівником без будь-якого на те доручення слідчого чи прокурора. Отже, надані стороною обвинувачення докази щодо виявлення та вилучення наркотичних засобів та психотропних речовин отримано із суттєвими порушеннями чинного кримінального процесуального законодавства, а тому не можуть уважатися допустимими.

Не менш важливим у правозастосовній діяльності є визнання недопустимими й інших процесуальних джерел доказів. Зокрема, у постанові ВС від 15.01.2020 (справа №753/16449/13-к) зазначено таке.

Відповідно до ч. 3 ст. 99 КПК сторона кримінального провадження, потерпілий, представник юридичної особи, стосовно якої здійснюється провадження, зобов'язані надати суду оригінал документа. Оригіналом є сам документ, а оригіналом електронного документа – його відображення, якому надається таке ж значення, як документу [1].

Апеляційний суд зазначив, що стороною обвинувачення вказаного обов'язку не виконано, оригіналів документів не надано. Акти перевірок дотримання вимог податкового законодавства базуються на аналізі документів, вилучених під час обшуку, протокол, складений за його результатами, визнано судом недопустимим доказом. Отже, суд дійшов правильного висновку, що підстави для визнання відомостей, які містяться в копіях документів, належними та допустимими доказами – відсутні [2].

Отже, переглянувши лише декілька прикладів рішень постанов ВС, можна зробити висновок, про те що доктрина «плодів отруєного дерева» почала своє впровадження і в українське законодавство та набуває неабиякого поширення.

Список використаних джерел

1. Кримінальний процесуальний кодекс України від 13 квітня 2012 року. Відомості Верховної Ради України, 2013, № 9-10, № 11-12, № 13, ст.88.
2. Дроздов О, Дроздова О., Шульгін С. «Як доктрину про плоди отруєного дерева може успішно застосовувати сторона захисту» – [публікація] – газета «Бізнес і Закон», Київ, 24.04.2020.
3. Студенников С. «Як ККС ВС застосовує доктрину ЄСПЛ «плід отруйного дерева» - [публікація] – Судово юридична газета, Київ, 21.10.2019.

*Головін Р. Ю., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.*

БЮДЖЕТ УЧАСТІ ЯК МЕТОД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

На сучасному етапі в Україні ефективний громадський контроль за використанням коштів з місцевих бюджетів практично відсутній. Реальними практиками в сфері прозорості місцевих бюджетів та залучення громадськості до бюджетного процесу, які в Україні мають позитивну динаміку застосування, є: відведення окремого розділу, присвяченого всім питанням бюджету на веб-сайті органу місцевого самоврядування; оприлюднення бюджетної інформації; бюджет участі (громадський бюджет, партисипативний бюджет) [1, с. 20-21].

Практичний досвід реалізації бюджету участі має Хорольська міська рада Полтавської області. Партиципаторне бюджетування – процес взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю, направлений на включення жителів, які постійно проживають у межах м. Хорола, до прийняття рішень щодо розподілу визначеної Хорольською міською радою частини міського бюджету, залучення їх до участі у бюджетному процесі та надання можливості для вільного доступу до інформації, а також забезпечення відкритості та прозорості діяльності Хорольської міської ради та її виконавчих органів [2].

Партиципаторний бюджет м. Хорол в 2018 р. склав 300 тис. грн. Було подано шість проєктів: 1) «Реконструкція дорожнього покриття вулиць Чигринівка, Кирстівка, Північна, провулки Польовий, Бригадний»; 2) «Капітальний ремонт під'їзду до п'яти багатоквартирних житлових будинків зі сторони вулиці Незалежності»; 3) «Вуличне освітлення на сонячних батареях по вулиці Українській (від будинку № 1 до будинку № 24)»; 4) «Облаштування зони відпочинку в скандинавському стилі»; 5) «Трафаретний Стріт-арт (мурал)»; 6) «Озеленення дитячого майданчику «Чисте повітря – дітям» [3]. У голосуванні взяло участь 916 осіб. Найбільшу кількість голосів (294) від активних членів громади отримав перший проєкт. У 2019 р. до голосування долучилося 2375

містян. Переможним проєктом передбачено відновити й облаштувати гідрологічну пам'ятку природи місцевого значення із особливим історичним минулим – легендарну Зубанівську криницю (табл. 1).

Таблиця 1

**Перелік проєктів та результати голосування у бюджеті участі
Хорольської міської ради, 2019 р.**

Назва проєкту	Кількість голосів	
	всього	%
Дулаг 160 – музей під відкритим небом	8	0,3
Хорол – туристичний	11	0,5
Облаштування Зубанівської криниці та благоустрій її території по вул. Берегова в м. Хорол Полтавської області	1896	79,8
Кінопростір під Хорольським небом» – створення мобільного кінотеатру під відкритим небом	281	11,8
Доступне місто	80	3,4
Всього	2375	100
у т. ч. недійсних бюлетенів	99	4,2

Джерело: [4]

Громада м. Хорола долучається і до Бюджету участі Полтавської області. В 2020 р. подано 12 проєктів (їх загальна кількість, що відповідала вимогам – 146). Чотири з них перемогли. Місто залучило за рахунок обласного бюджету участі інвестиції на суму 367,54 тис. грн. (табл. 4).

Таблиця 2

**Проєкти переможці Бюджету участі Полтавської області, ініційовані
громадою м. Хорол, 2020 р.**

Назва проєкту	Сума фанасування, тис. грн	Кількість голосів
Встановлення вуличних тренажерів на стадіоні міста Хорол	100,0	539
Встановлення скейт - парку у місті Хорол	100,0	339
За здоров'ям – на сучасний дитячий спортивний майданчик	100,0	300
Безпека мікрорайону в об'єктиві	67,5	205

Джерело: [5]

Отже, бюджет участі є ефективним сучасним інструментом як налагодження системного діалогу між органами місцевого самоврядування та громадою, так і покращення якості життя в певній місцевості. Проведення партиципаторного бюджетування сприяє підвищенню прозорості бюджетного процесу та доступу населення до базової бюджетної інформації, підвищенню відповідальності місцевих органів влади за виконання своїх обов'язків, активізації громадян щодо участі у вирішенні нагальних проблем населених пунктів.

Іншими перспективними практиками в сфері прозорості місцевих бюджетів та залучення громадськості до бюджетного процесу, які варто поширювати в громадах України, є: пооб'єктне оприлюднення видатків; мапування та аналогічні техніки візуалізації витрат в реальному часі; візуалізація бюджетів; учасницький аудит; онлайн інструменти консультування щодо питань бюджету.

Список використаних джерел

1. Методологія оцінки прозорості місцевих бюджетів. К. 2017. С. 72. URL: <http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/metodologiya.pdf> (дата звернення: 15.10.2020).
2. Партиципаторне бюджетування : *Хорольська міська рада Полтавської області* : Офіційний сайт. URL: <http://horol.com.ua/page/bjudzhet-uchasti/partitsipatorne-bjudzhetuvannja> (дата звернення: 15.10.2020).
3. Horol.at.ua: *Сайт міста Хорол*. URL: http://horol.at.ua/news/gromadskij_bjudzhet/2017-10-13-648 (дата звернення: 15.10.2020).
4. Звіт міського голови перед територіальною громадою міста Хорола про свою роботу та роботу виконавчого комітету за 2018 рік : *Хорольська міська рада Полтавської області* : Офіційний сайт. URL: <http://horol.com.ua> (дата звернення: 15.10.2020).
5. Новини об'єднаного Лубенського району. До переліку проєктів-переможців міст бюджету участі полтавської області потрапили Лубни і Хорол : Газета «Лубенщина». URL: <https://www.facebook.com/photo?fbid=352676602461842&set=gm.1515111955365122> (дата звернення: 15.10.2020).

*Городянин А. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології
Науковий керівник: к.т.н., доцент Слюсарь І. І.*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВІДДАЛЕНОГО ДОСТУПУ В КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМАХ

Згідно [1], вплив заходів протидії поширенню Covid-19 вимагає реалізації багаторівневої комплексної системи захисту інформації. Вона передбачає можливість віддаленої роботи через Інтернет з дотриманням вимог до надійності та безпеки.

Для вирішення даного питання в роботі розглянутий варіант організації віддаленого доступу в рамках корпоративної інформаційної системи (КІС) установи, організації або підприємства (далі – компанія). При цьому, в якості допущень висуваються наступні положення.

1. В рамках існуючої інфраструктури компанія створює та налаштовує власну закриту внутрішню мережу для роботи як в офісі так і з можливістю для працівників доступу до ресурсів КІС через Інтернет.

2. Віддалений доступ організовується на базі технології OpenVPN [2].

Таким чином, у внутрішній мережі компанії знаходяться сервера з сервісами, які необхідні для роботи. Одним з них є OpenVPN server, через який здійснюється віддалений доступ.

Зовні офісу до внутрішньої мережі компанії можна підключитися тільки за допомогою додатку-клієнта OpenVPN і особистого ключа. Для кожного користувача створюється такий ключ. Тобто, коли користувач запускає клієнт

OpenVPN у себе на машині, тільки тоді він зможе мати доступ до сервісів, які перебувають усередині закритої мережі компанії.

Подальша робота організовується з використанням відкритого протоколу LDAP (Lightweight Directory Access Protocol) [3]. Зазвичай, він застосовується для зберігання та витягування даних з ієрархічної структури каталогів. LDAP дозволяє «створити» користувача в одному місці та надати йому доступ в усі внутрішні сервіси і сервера (по SSH).

У випадку появи нового співробітника, він створює приватний ключ SSH і віддає публічний ключ адміністратору. Останній створює e-mail, наприклад, це може бути gmail. Надалі, адміністратор робить запис в Active Directory (LDAP) про нового користувача, створює йому пароль, та прив'язує публічний ключ SSH (наданий користувачем) до зазначеного запису [4].

Якщо в компанії над проектом (наприклад, програмний код) працює більше однієї людини, то необхідно використовувати сховище коду. Такий сервіс надає можливість багатьом людям зберігати, управляти кодом який перебуває в одному місці. Для цього можна використовувати Gitlab [5]. На даний час, він є одним з популярних.

В свою чергу, широке поширення різнопланових варіантів віртуалізації (наприклад, docker [6]) вимагає враховувати цей аспект при організації віддаленого доступу до ресурсів KIC. Як наслідок, знадобиться ще один сервіс, завдання якого полягає в збереженні image контейнерів docker і дозволяти доступ тільки до тих контейнерів, до яких наданий доступ конкретному користувачу [7].

Крім того, вважається за стандарт використання методології CI/CD (Continuous integration & Continuous delivery). На сьогодні, існує велика множина систем CI. Серед них слід виділити Jenkins [8]. Даний сервіс, знову ж таки, є досить популярним. Він вміє інтегруватись з Gitlab (або іншими сервісами зберігання коду). При цьому варто вказати що і Gitlab має вбудовану систему CI [9]. CI система доставляє код на сервера для розробки, тестування та ін.

Таким чином, запроваджується реалізація GPG [10] для асиметричного шифрування інформації (використовуються 2 ключа: публічний для шифрування і приватний для розшифровки). Завдяки такій схемі розшифрувати повідомлення може тільки власник приватного ключа (навіть той, хто зашифровував повідомлення, не може зробити зворотну операцію). Для зберігання публічних GPG-ключів існує сервер [11]. Потрібного користувача можна знайти поштою.

Відповідно, останньою складовою для реалізації розглянутого підходу є організація сховища для паролів (секретів). В даному випадку, найбільш оптимальним вважається використання Hashicorp Cloud Platform [12]. Дана платформа вміє шифрувати та зберігати паролі, а також може бути інтегрована з LDAP. При цьому, вона має власну систему керування доступом.

На практиці, іноді зустрічаються ситуації, коли працівники компанії, що непов'язані напряму з IT-сферою, нехтують встановленими правилами безпеки та пересилають приватні ключі, наприклад, через Інтернет-месенджери. Такі дії можуть становити загрозу KIC, що вимагає проведення додаткових засобів.

Список використаних джерел:

1. Реалізація MultiWAN та його маршрутизація за допомогою Mikrotik RouterOS. / Слюсарь І.І., Поліщук Ю.В., Копішинська О.П., Уткін Ю.В. // Матеріали IX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути». – Київ, 16 жовтня 2020 р. – С. 676-681.
2. URL: <https://openvpn.net>.
3. Основы протокола LDAP: иерархия данных и компоненты записей. // Облачные сервисы 8HOST. – URL: <https://www.8host.com/blog/osnovy-protokola-ldap-ierarxiya-dannyx-i-komponenty-zapisej>.
4. Что такое Active Directory и LDAP? // merion Networks. – URL: <https://wiki.merionet.ru/servernye-resheniya/40/chto-takoe-active-directory-i-ldap>.
5. How five AWS customers use GitLab. // GitLab. – URL: <https://about.gitlab.com>.
6. Docker Registry. // Docker docs. – URL: <https://docs.docker.com/registry>.
7. Делаем свой Dockerhub или что такое Docker Registry. // Beminer – URL: <http://be-miner.info/delaem-svoj-dockerhub-ili-chto-takoe-docker-registry>.
8. URL: <https://www.jenkins.io>.
9. GitLab CI/CD. // GitLab – URL: <https://docs.gitlab.com/ee/ci/README.html>.
10. URL: <https://www.openpgp.org>.
11. URL: <https://keys.openpgp.org>.
12. Vault. // Hashicorp. – URL: <https://www.hashicorp.com/products/vault>.

*Гуйва О. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології
Науковий керівник: к.ф.-м.н., доцент Копішинська О. П.*

СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТВОРЕННЯ САЙТУ

Веб-сайт в мережі – це ресурс, який складається з однієї або декількох веб-сторінок з гіпер-текстовим, текстовим, медійним (картинки, відео, аудіо) та іншими типами змісту, доступного за одним із веб-протоколів [1]. Фізично сайт може розміщуватися як на одному, так і на кількох серверах.

На даний час є великий вибір інструментарію для створення сайту від створення шаблонів на різних веб-ресурсах до написання власноруч. Далі наведено короткий аналіз найбільш популярних напрямків розробки та причини їх популярності.

1. Редактор коду. Насамперед, це корисний інструмент для тих, хто збирається самостійно створювати свій ресурс або вносити зміни до нього.

Для написання необхідно вміння написання коду на мовах html і css. Для зручної роботи з ними потрібно програмне забезпечення, в нашому випадку редактор, в якому цей код був написаний, а також мати зручні підказки по

написанню. У будь-якому випадку, є можливість їх прибрати, якщо ви є досвідченим розробником [2]. Вимоги до редактора коду:

- підсвічування синтаксису мови розмітки, на якій пишеться код;
- підказки коду, авто-завершення;
- можливість відлагоджувати код (англ. debugging);
- розширюваність за допомогою плагінів;
- можливість працювати з Git (або іншою системою керування версіями файлів);
- підтримка препроцесорів, якщо ви їх використовуєте (Less/Sass тощо);
- наявність вбудованого FTP-клієнта, SSH [2].

За допомогою спеціалізованих програм можна досить швидко написати потрібний код, але здебільшого використання спеціалізованого програмного забезпечення є платним і потребує ліцензії.

2. Середовище розробки. Дане середовище подібне до того ж редактора, але включає в себе набагато більше можливостей. У такому середовищі є все необхідне для того, щоб розробити сайт. Зазвичай таку програму встановлюють для того, щоб працювати з різними мовами програмування. У веб-програмуванні частіше всього використовується середовище для роботи з мовою програмування PHP. Найбільш оптимальним варіантом, на думку автора, є PhpStorm, в написання коду є легким та швидким.

3. Графічний редактор. Майже завжди реалізація Інтернет-проекту починається з того, що дизайнер створює зображення в програмі, на зразок Photoshop, щоб розробнику не доводилося вигадувати все з нуля. Тому такий графічний редактор, безсумнівно, теж є одним з інструментів [3].

Також графічний редактор знадобиться для створення або редагування графічних елементів сайту.

4. Конструктори сайтів як спрощені інструменти. Конструктор сайтів – це додаток, у якому сайт збирають із готових частин. Процес відбувається у візуальному редакторі. Спершу це порожня сторінка, потім туди додаються елементи дизайну, налаштовуються розміри та кольори. Можна вибрати шаблон сайту та змінити зовнішній вигляд за призначенням сайту.

Всі налаштування виконуються у візуальному режимі. Ви можете вибрати один із сотень шаблонів, або створити власний. Деякі конструктори є великими веб-майданчиками, де є можливість зареєструвати особистий домен, замовити додаткові послуги і т. ін. Найбільш популярними є Wix, Ucoz. Ці майданчики працюють на власних двигунах. Їх називають візуальними або напіввізуальними редакторами, де частину коду ви можете написати самі, а частину генерувати за допомогою різних налаштувань [4].

WordPress пропонує розробнику великий набір гарних безкоштовних шаблонів, так що можна отримати професійний адаптивний шаблон. Якщо ж придбати преміум-тему, то отримаєте іще більше можливостей.

Однак, якщо потрібен повністю унікальний дизайн, то тему все одно доведеться значно змінювати та доопрацьовувати під власний макет і дизайн.

Отже, вибір інструментарію важливий для розробника веб-ресурсів. У випадку, якщо хочете не витрачати велику кількість часу на написання коду власноруч, то завжди маєте змогу використати спеціалізовані програми-редактори, середовища мов програмування, конструктори сайтів. Так само, до вже існуючих шаблонів на платформі є можливість додати частину власного коду та зробити вашу сторінку унікальною.

Список використаних джерел

1. Що таке веб-сайт? URL: <http://ua.smart-ip.net/what-is-a-website>.
2. Прохоренко Н. А., Дронов В. А. HTML, JavaScript, PHP и MySQL. Джентельменский набор Web-мастера. 5-е изд., перераб. и доп. СПб: БХВ-Петербург, 2020. 912 с.
3. Кузнецов М., Симдянов И., Голышев С. PHP 5. Практика создания Web-сайтов. СПб: БХВ-Петербург, 2005. 948 с.
4. Інструменти для створення сайтів. URL: <http://savelink.org.ua/instrumenti-dlya-stvorenniya-sajtiv>.

*Дережа В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Іщейкін Т. Є.*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасних умовах особливої актуальності набуває питання підвищення конкурентоспроможності підприємств у довгостроковій перспективі та їх своєчасної адаптації до змін конкурентного середовища.

Як зазначають фахівці Р. Безус, О. Волошенко [1, с. 66], періоди корінних структурних перетворень можуть утримати позиції тільки ті організації, які вчасно передбачають тенденції змін і миттєво пристосовуються до них, використовуючи можливості і шанси середовища свого функціонування

У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю, потрібний для досягнення цілей організації. Управління конкурентоспроможністю можна також розглядати як сукупність зазначених елементів [4].

На думку В. Дикань [2], елементи управління конкурентоспроможністю організацій такі:

- планування: розроблення продукції, виробництва, збуту;
- організація: оптимізація організаційної структури, забезпечення ресурсами, НДДКР, стимулювання збуту;
- мотивація: робітників підприємства, контрагентів;
- контроль: якості управлінських рішень, якості продукції, якості ресурсів; реалізації управлінських рішень; відстеження рівня конкурентоспроможності.

На думку автора [2], основну роль у системі управління конкурентоспроможністю організацій відіграє управління конкурентоспроможністю продукції, яка формується на етапах розроблення, виробництва й реалізації продукції. Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають високий ступінь взаємозалежності. Водночас конкурентоспроможність продукції є окремою та незалежною категорією, оскільки вона більше пов'язана із успіхом продукції на ринках збуту, ніж із особливостями функціонування підприємства. Тобто, вирішальну роль в управлінні конкурентоспроможністю має відігравати управління конкурентоспроможністю його продукції.

Наразі, можливості підприємств з управління конкурентоспроможністю продукції, обмежені наявними в його розпорядженні фінансовими, трудовими ресурсами, часом, а також виробничими потужностями й технологіями.

Безумовно, управління конкурентоспроможністю підприємства потребує перебудови усієї системи менеджменту та, особливо, стратегічної його частини. Підвищення конкурентоспроможності підприємства потрібно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії розвитку, із врахуванням змін у зовнішньому середовищі та стану самого підприємства, і внесенням відповідних коректив [3, с. 243–247].

Отже, забезпечення та підвищення рівня конкурентоспроможності потребує постійної уваги та підтримки з боку топ-менеджменту підприємства.

Список використаних джерел:

1. Безус П.І., Волошенко О.О. Управління змінами обсягів виробництва. *Економіка та держава*. 2017. №2. – С. 66–68.
2. Дикань В.Л. Стратегічне управління конкурентоспроможністю як чинник інноваційного розвитку підприємства. *Маркетинг: теорія і практика*. Луганськ, 2010. №16. С. 55–58.
3. Міценко М.Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. *Наук. вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.3. С. 243–247.
4. Сысоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие. *Экономика и управление. Экономические науки*. 2010. № 12 (73). С. 283–287.

*Дикопавленко В. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П.*

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Актуальністю сьогодення є проведення дослідження ринку споживача продукції, зокрема аграрного сектора. Але, наразі система аграрного маркетингу

має свою специфіку маркетингових досліджень ринку, а саме:

1. Сільське господарство – галузь із досконалою конкуренцією.
2. Недостовірна й неактуальна інформація стосовно рівня попиту, насиченості ринку, цін, пропозиції конкурентів та інших даних.
3. Природні та економічні процеси в агробізнесі інтегруються, що створює нові умови для виробництва, а також для організації маркетингу.
4. Служби аграрного маркетингу мають справу з товарами першої життєвої необхідності з коротким терміном зберігання, які мають споживче, естетичне і моральне призначення [2].

Отже, маркетингове дослідження аграрного ринку повинно проводитись для одержання даних про ринкові умови для визначення діяльності сільськогосподарського підприємства. Об'єктами маркетингових досліджень є тенденції й процеси розвитку аграрного ринку, включаючи аналіз зміни економічних, науково-технічних, демографічних, екологічних, законодавчих та інших факторів. При цьому може досліджуватися і структура, і географія аграрного ринку, його місткість, динаміка продажів, бар'єри ринку, стан кон'юнктури, можливості й ризики аграрного сектору.

Розглядаючи маркетингові дослідження в системі аграрного сектору, слід підійти до їх організації проведення як до технології, що вимагає відповідних ресурсів.

Для чіткої орієнтації підприємницьких структур доцільно всю їх сукупність диференціювати за групами (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація маркетингових досліджень за тематикою і цілями [3]

Об'єкт	Тематика	Мета
Ринки та окремі сегменти	Вивчення потенціалу, структури ринку, кон'юнктури, тенденцій розвитку	Оцінка місткості ринку та цільових сегментів
Макросередовище	Вивчення чинників зовнішнього впливу, що мають найбільше значення	Виявлення можливостей та загроз зовнішнього середовища
Мікросередовище	Вивчення внутрішніх чинників та найближчого ринкового оточення	Ідентифікація сильних і слабких сторін
Конкуренти	Вивчення параметрів товарів-конкурентів, конкурентних дій	Забезпечення підприємству конкурентних переваг
Споживачі	Вивчення купівельної поведінки, мотивації і переваг, вивчення реакції на різні маркетингові стимули	Створення чіткого портрета споживача, формування комплексу маркетингу
Товар	Вивчення потреб. Якісних параметрів товару	Підвищення конкурентоспроможності
Ціни	Вивчення цінової еластичності попиту	Формування оптимальної цінової політики
Збут	Вивчення ефективності різних каналів продажу, умов діяльності посередників	Побудова ефективної збутової мережі, підвищення обсягів збуту
Просування	Вивчення сприйняття бренду, реклами, методів стимулювання збуту	Підвищення ступеня інформованості

Маркетингові дослідження в аграрній сфері можна розділити на етапи, які повинні здійснюватися підприємствами у чіткій послідовності.

Отже, на сьогодні однією з проблем є налагодження відносин між аграрними товаровиробниками та споживачами. Це свідчить про необхідність формування нових каналів для забезпечення більш повного охоплення ринку, та одержання максимального прибутку.

Список використаних джерел:

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. Полтава : РВВ ПДАА. 2018. 230 с.

2. Ільченко Т. В. Маркетингові дослідження на аграрному ринку України: особливості та перспективи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск 10 (ч.1). 2016. С 125-128. URL:http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_1_2016ua/30.pdf

3. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Електрон. текст. дані. *Дніпропетровськ : НГУ*, 2015. 357 с. URL: <http://nnmu.org.ua/>

*Диннік В. В. здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л. М.*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАСОБІВ У АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

З метою визначення ефективності використання основних виробничих засобів достатньо часто використовуються лише ті показники, які можна віднести до визначальних, інакшими словами, основних показників, й вони становить відповідну систему натуральних та вартісних показників. До них належать: 1 га сільськогосподарських угідь та орних земель, виробництво на 100 або 1000 грн. вартості основних виробничих засобів. Цим показником визначається рентабельність інвестицій, фондовіддача хоча він оцінюється за первинною балансовою, а не залишковою вартістю основних фондів.

Висока економічна ефективність використання основних фондів неможлива без взаємодії з оборотними. У економічному контексті вони трактуються як форма руху тієї частини авансових коштів у виробничій сфері, що направлена на відтворення та використання предметів праці. На противагу від основних фондів, частина фондів повністю використовується виробництвом за процес одного обороту, а їх вартість переноситься новоствореному продукту. Сюди також входять відтворення робочої сили, а саме фонд оплати праці, адже він та матеріальні затрати є частиною незавершеного виробництва [1, с. 37].

Для здійснення виробничих процесів суб'єкти господарювання мають бути забезпечені сортовим насінням і посадковим матеріалом, мінеральними добривами, хімічними меліорантами, гербіцидами і пестицидами, кормами та

комбікормами, фуражним зерном, мікробіологічними добавками, паливно-мастильними та іншими матеріалами, а також електроенергією [2, с. 80].

Виокремлюють дві основні групи оборотних фондів: нормовані і ненормовані оборотні кошти. У свою чергу, нормовані поділяються на виробничі запаси та незавершене виробництво.

Ефективна виробнича діяльність господарств може бути налагоджена лише за умов володіння необхідними розмірами різних видів оборотних коштів, що відповідають потребам сільськогосподарського виробництва. Тому досить важливим є питання виявлення потреб в оборотних засобах і їх раціональних обсягах запасів [3, с. 40].

Отже, здійснення господарської діяльності сільськогосподарських підприємств різних видів та форм власності відбувається за рахунок включення у виробничий процес різних видів ресурсів – землі, праці, матеріалів та технологій (основні засоби та матеріальні цінності). Разом вони представляють агресурсний потенціал сільськогосподарського підприємства.

Якщо сільськогосподарське виробництво вважається відносно автономною складною організаційною системою, то оцінка ефективності повинна враховувати амбівалентність, за допомогою якої можна визначити задоволення потреб населення у виробництві власної продукції: з одного боку тими ресурсами, які є у наявності у системного об'єкту (регіону, підприємства), з іншого боку, ступенем ефективного розподілу та раціонального використання на протязі усього виробничого циклу. Таким чином, враховуючи задіяні обсяги ресурсів, рівень задоволення потреб у виробництві власної продукції визначається ефективністю (віддачею) цих ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Вініченко І.І., Сорока Ю.О. Ефективність використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. №22. 2015. С. 34-37.
2. Красноручський О.О., Руденко С.В. Концептуальні підходи до управління економічним потенціалом аграрних підприємств. *Український журнал прикладної економіки*. 2016. Том 1. № 3. С. 77-84.
3. Крюкова І. О. Ресурсний потенціал аграрної економіки України та результативність його використання. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 2. С. 37-42.

*Дмитренко А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л. М.*

ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Протягом останніх 10 років маркетинг змінився більше, аніж за попередні 50 років. Важливу роль в цьому відіграв візуальний пошук та штучний інтелект. Сформувався новий особливий напрям у цифровому маркетингу – маркетинг у

соціальних мережах (SMM) та торговельних системах. Соціальні мережі використовують понад 2,8 млрд. людей [1].

Проаналізуємо основні тренди аграрного інтернет-маркетингу ТОВ «Промінь-Приват» Миргородського району Полтавської області. Підприємство користується послугами торгових систем, на яких концентрується інформація великої кількості підприємств та проводиться велика робота щодо залучення відвідувачів. Інформація про ТОВ «Промінь-Приват» розміщена в багатьох інформаційних сайтах (табл. 1).

Таблиця 1

Інформація про ТОВ «Промінь-Приват» в електронних торгових системах, 2019 р.

Емблема сайту	Назва сайту	Режим доступу
	Бізнес-Гід	http://promin-privat.business-guide.com.ua
	You control	https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details
 СЕЛЬХОЗПРЕДПРИЯТИЯ-2017	Сельхозпредприятия 2017	https://ukrmap.org
	Український АПК довідник	http://kolosok.info/Сельхозпроизводители_Промінь-Приват-ТОВ
	Promn	https://promn-privat.uaprom.net/
	Odnodata	https://odnodata.com/egrpou
	Kurkul.com. Головний сайт для фермерів	https://kurkul.com/karta-kurkuliv/1595-promin-privat-tov

Інформаційна сторінка про підприємство розміщена в більш ніж 15 електронних торгових системах. Застосування он-лайн інструментів маркетингу значно розширює можливості та характеристики традиційного маркетингового середовища підприємства. Роздрібна торгівля до 2021 р. може втратити до 50 % ринку, якщо віддаватиме переваги традиційному ринку. За статистикою серед відвідувачів найбільш популярними є сайт «Бізнес-Гід», де розміщена інформація про більшість бізнес-структур, в тому числі є офіційні дані ТОВ «Промінь-Приват».

ТОВ «Промінь-Приват» також використовує Інтернет для підвищення рівня продажу продукції без додаткових фінансових витрат. З 2010 р. найпоширеніший спосіб швидко продати чи купити продукцію в підприємстві через Інтернет – це використання безкоштовних дошок оголошень.

Майбутнє цифрового маркетингу визначається технологіями. Змінюються способи аналізу даних клієнтів. Аби бути актуальними та збільшувати конверсію, потрібно невинно покращувати контент для споживачів. До основних тенденцій маркетингу відноситься вплив мобільної та супутньої

техніки на комунікацію брендів, збільшення ролі відео і віртуальної реальності [2]. У майбутньому неодмінно збільшиться кількість нових маркетингових методів і значно скоротиться процес розробки продуктів в маркетинговому ланцюжку.

Список використаних джерел

1. Інтернет-маркетинг 2020. Прогнози і тенденції. URL: <https://www.marketing-ua.com/uk/article/internet-marketing-2020-proгнози-i-tendentsiyi> (дата звернення: 10.10.2020).
2. 20 трендів інтернет-маркетингу 2020 року. URL: <https://creativesmm.com.ua/20-trendiv-internet-marketynhu-2020-roku> (дата звернення: 01.10.2020).

*Єрмак В. Є., Ноздрін І. І., здобувачі вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В.В.*

ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Аграрна сфера економіки України є однією з провідних галузей народного господарства. В умовах глобалізації і євроінтеграційних процесів актуальним є пошук напрямів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Україна має значний ресурсний потенціал, що обумовлює високі економічні результати в аграрній сфері, забезпечення населення продукцією та продовольчу безпеку країни. Основні загрози для аграрних підприємств з боку конкурентного середовища: зростання рівня конкуренції, уповільнення росту ринку, зниження платоспроможності населення, повільний розвиток ринкової інфраструктури, поглиблення демографічної кризи, сезонність виробництва тощо.

Відповідно, перед аграрним підприємством стоїть вимога утримання стійких конкурентних позицій на внутрішньому і зовнішніх ринках, що передбачає підвищення рівня конкурентоспроможності. У зв'язку з цим проблема оцінки конкурентного середовища підприємства є досить актуальною.

Конкуренція регулює пропорції суспільного виробництва, перерозподіляючи капітал між галузями, координує діяльність учасників ринку, створює можливість максимально задовольнити потреби і найкраще використовувати ресурси національної економіки в цілому [1]. Конкуренцію можна розглядати за різними критеріями (в залежності від конкуруючих суб'єктів, від цін товарів тощо) вони сприяють виникненню особливих її видів та різновидів [2].

Процес формування та розвитку аграрного ринку Україні має свою специфіку, яка полягає в її багатуукладності і багатогалузевому характері та формуванні ринкового механізму господарювання, що зумовлює поглиблення спеціалізації на регіональному рівні.

В умовах уповільнення економічного зростання і зменшення попиту на

товари та послуги все більш активною стає конкурентна боротьба на аграрному ринку. Зміцнення гравців призводить до збільшення їх можливостей для впливу на ринок [3]. В останні роки держава приділяє підвищену увагу проблемам, пов'язаним зі станом конкуренції.

Загальнодержавна програми розвитку конкуренції на 2014—2024 роки включає в себе оцінку поточного стану конкуренції, визначення оптимального варіанта розв'язання проблеми на основі порівняльного аналізу можливих варіантів та пропонує конкретні пропозиції щодо вирішення проблем, що перешкоджають розвитку конкуренції.

Метою Програми є розвиток конкуренції на товарних ринках як засобу забезпечення сталого економічного зростання, покращення умов для їх ефективного функціонування, удосконалення механізму державного регулювання таких ринків [4].

Реалізація заходів програми забезпечить зниження рівня монополізації та концентрації товарних ринків, активізує вступ нових суб'єктів господарювання на товарні ринки, зменшить негативний вплив на економічну конкуренцію внаслідок порушення вимог законодавства про захист економічної конкуренції, захист інтересів суб'єктів господарювання та споживачів, прийняття рішень з питань економічної політики з урахуванням цілей і завдань політики розвитку конкуренції, гармонізацію законодавства про захист економічної конкуренції з європейським законодавством у відповідній сфері, формування у суспільстві позитивного ставлення до економічної конкуренції як фундаментальної суспільної цінності.

У цілому стан конкурентного середовища аграрного ринку характеризується високим рівнем адміністративних бар'єрів, митних тарифів, невідповідністю темпів і якості розвитку інфраструктури потребам бізнесу [5]. Водночас наявність позитивних тенденцій в динаміці основних показників діяльності товарних бірж свідчить про розвиток процесів удосконалення ринкової інфраструктури та поступове зниження різноманітних бар'єрів для нових учасників аграрного ринку.

До складу пріоритетних завдань розвитку конкуренції на аграрному ринку входить створення рівних умов для всіх підприємств аграрної сфери економіки шляхом реформування податкової системи та усунення інших обумовлених економічною політикою бар'єрів на шляху створення нових підприємств, проведення реформ державного управління на різних рівнях, зниження перешкод (економічних, політичних тощо) для прямих іноземних інвестицій, збільшення доступу малих підприємств до інфраструктури, фінансів і послуг матеріально-технічного постачання.

Список використаних джерел

1. Сітковська А.О. Сутність і особливості конкурентоспроможності підприємств в аграрній сфері /А.О. Сітковська// Агросвіт. — 2017. — №10. — С. 34—37.
2. Андрійчук В.Г. Агропромислові формування нового типу в контексті стратегії розвитку вітчизняного сільського господарства / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. — 2018.— №1. — С.3—15.

3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. — Одеса: Атлант, 2013. — 470 с.

4. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014—2024 роки // Урядовий кур'єр. — 2013. — № 180. — С. 2..

5. Мессель-Веселяк В.Я. Напрями забезпечення конкурентоспроможності аграрного виробництва / В.Я. Мессель- Веселяк // Економіка АПК. — 2015. — №10. — С. 7—14.

*Ищенко М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр
спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.*

КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ

Розробка бізнес-плану є досить трудомістким процесом. Збирання та обробку великого масиву інформації, систематизація документів, виконання обчислень, повторний розгляд і правки займають достатньо тривалий проміжок часу. Очевидно, що даний етап планування проекту – досить кропітка робота. Тому для зменшення строку підготовки та мінімізації похибки підрахунку доцільно залучати спеціалізоване програмне забезпечення.

Бізнес-планування дозволяє передбачити проблеми, які можуть з'явитися в процесі реалізації підприємницької ідеї та знайти ефективні шляхи їх вирішення. Тож, слід зауважити, що кінцева відповідальність лягає на компетентного фахівця, адже комп'ютерна програма зможе прорахувати окремі положення, а не сформувати остаточно готовий документ. Це більш схоже на творчий процес, у якому доводиться виконувати багато одноманітних розрахункових операцій.

Для розробки й аналізу бізнес-плану інвестиційних проектів частіше за все використовують пакет програм UNIDO. У ньому фінансова складова подається у вигляді таблиць, а аналітична коригується в залежності від специфіки окремого проекту. Електронна версія COMFAR реалізована у вигляді трьох програмних блоків. Поділяється на блок для вводу даних, блок розрахунків та блок видачі результатів. Але є і суттєвий мінус застосування: програмне забезпечення не адаптовано до країн з перехідною економікою, на кшталт української. Також виникають труднощі із законодавчими нормами [1, с. 300]. Тому більш популярною є система «Project Expert», створена фірмою «Про-Інвест Консалтинг». Вона автоматизує планування й аналіз проектів на базі імітаційної моделі грошових потоків. На відміну від COMFAR може враховувати національні особливості й завдяки врахуванню міжнародних методичних стандартів є засобом складання бізнес-планів міжнародного рівня. Інструментальні засоби «Project Expert» дають змогу користувачеві формувати модель діючого на ринку підприємства, що адекватно відображає його операційну діяльність у навколишньому економічному середовищі. Програмний

продукт «Project Expert» допомагає сформувати докладний плановий документ, а професійна версія пакета забезпечує можливість актуалізації проекту через співставлення планових та фактичних показників. Також в наявності можливість порівняння альтернативних сценаріїв реалізації проекту за будь-яким критерієм за допомогою спеціального модуля.

Все ж головним критерієм вибору програмного забезпечення для розробки бізнес-планів є фінансова складова. Не менш важливим є рівень кваліфікації працівників, які є основними користувачами. Тому, у разі неспроможності використання дорогого спеціального ліцензованого програмного забезпечення, відповідний план можна реалізувати через продукти «Microsoft Office». Це продуктовий базис для автоматизації процесу створення документу [2, с. 27]. Та все ж, якщо фінансове становище дозволяє, краще використовувати спеціальне ПЗ як «Альт-Інвест», «Project Expert», SUCCESS, «Інвестор», EDIP, FOCCAL та ін.

Отже, за допомогою спеціалізованих програмних продуктів можна полегшити та автоматизувати розрахункові дії на всіх стадіях, починаючи від формування бізнес-плану й закінчуючи його безпосереднім виконанням. Разом з тим, необхідно врахувати, що для користувачів програмних продуктів велике значення має зовнішній вигляд і сутнісний аспект, що проявляються в зручному комунікаційному і сервісному використанні, зрозумілому інтерфейсі взаємодії та логічності. Тому дуже важливо підібрати програмне забезпечення, яке найбільше підійде для конкретних умов бізнесу, компетентнісного рівня користувачів та очікувань керівництва.

Список використаних джерел

1. Тесленко Г.С. Комп'ютеризація аграрного бізнес-планування. *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць*. Київ: КНЕУ, 2003. С. 299–302.
2. Чухрай Н. І. Бізнес-модель як джерело інноваційного зростання. *Управлінські інновації*. 2012. Вип. 1. С. 21–33.

*Клименко Р. Г., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Державні сільськогосподарські підприємства посідають особливе місце серед сільськогосподарських підприємств. Це зумовлено важливістю їх економічної ролі в агропромисловому комплексі та інших галузях народного господарства в цілому [1, с. 7].

Наведемо особливості створення та діяльності державних підприємств дослідних господарств Полтавської області (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості створення та діяльності державних підприємств дослідних господарств Інституту свинарства і агропромислового виробництва НААН в Полтавській області, 2015-2019 рр.

Назва підприємства	Особливості створення та діяльності
ДП «ДГ ім. 9 Січня»	Створене в 1960 р. з метою організаційно-господарського забезпечення умов для проведення виробничої перевірки і впровадження наукових розробок у виробництво та іншої господарської діяльності. З 2016 р. – базове господарство Інституту свинарства і АПВ НААН
ДП «ДГ «Степне»	У 1956 р. колишній радгосп «Червона Армія» був реорганізований і став дослідним господарством Полтавської державної сільськогосподарської дослідної станції, яка в свою чергу була заснована, як «Дослідне поле» ще в 1884 р. Виконуючи свої статутні зобов'язання ДП «ДГ «Степне» впроваджує на виробничих площах напрацювання вчених станції та інститутів мережі НААН, досягає вагомих результатів по виробництву зернових, зернобобових культур багаторічних трав, має міцну кормову базу, а це дає можливість ефективно займатись тваринництвом та іншою господарською діяльністю
ДП «ДГ ім. Декабристів»	З 2011 р. – базове господарство Інституту свинарства і АПВ НААН, створене у 1930 р. Мало статус племзаводу з розведення мигородської чорно-рябї породи свиней (з 1947 р.) Господарство багатогалузеве, має статус репродуктора з вирощування айрширської породи великої рогатої худоби. Успішно розвивають у господарстві і рослинництво, воно має паспорт-патент на вирощування та реалізацію оригінального (елїта) і репродукційного насіння зернових, технічних та кормових культур

Джерело: побудовано автором за [3]

Отже, особливостями діяльності державних підприємств дослідних господарств Полтавської області є вирощування племінної худоби та вирощування та реалізація оригінального (елїта) і репродукційного насіння зернових, технічних та кормових культур.

Державне сільськогосподарське підприємство являє собою підприємство, яке не є власником закріпленого за ним майна. Воно перебуває в державній власності і надається йому на праві повного господарського відання або оперативного управління не тільки для виробництва найважливіших видів сільськогосподарської продукції, а й спеціальних видів рослин, наприклад для потреб медичної, парфумерної та інших галузей народного господарства [2].

Державне сільськогосподарське підприємство – це заснований на державній власності самостійний статутний суб'єкт господарювання, який має статус юридичної особи публічного права і здійснює виробничу (виробляє продукти харчування, продовольство та сировину рослинного і тваринного походження) та підприємницьку діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу). Таке підприємство має самостійний баланс, поточний та інші рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням.

Список використаних джерел

1. Аграрне право : навчальний посібник / уклад.: М. В. Шульга, В. П. Жушман, Г. С. Корнієнко. Х.: Нац. ун-т Юрид. акад. України ім. Ярослава

Мудрого, 2013. 30 с.

2. Господарський кодекс України : від 16 січня 2003 р. №436-IV; поточна редакція від 16.10.2020. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15> (дата звернення: 20.10.2020).

3. Інституту свинарства і агропромислового виробництва НААН. URL: <http://naas.gov.ua/content/institut-svinarstva-i-agropromislovogo-virobnictva-naan> (дата звернення: 20.10.2020).

*Коврижко Ю. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.е.н., доцент, Сьомич М. І.*

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНАХ ВЛАДИ

Конфлікт як явище виникає майже у всіх сферах суспільних відносин та людського буття. Не є винятком і місцеве самоврядування, де причини конфліктів можуть бути як об'єктивні (соціальні, політичні, економічні, ідеологічні чинники), так і суб'єктивні, що є похідними від об'єктивних. Проте, конфлікти, що виникають у цій сфері безпосередньо впливають не лише на службовців і на виконання ними професійних обов'язків, а й опосередковано на суспільство та окремих громадян.

У практиці управління конфліктами використовуються різні форми роботи з конфліктами. Проте, при виборі найоптимальнішого способу врегулювання конфлікту існує складність. Для подолання подібних ускладнень процес управління конфліктом слід розглядати з точки зору системного підходу, при якому процес конфлікту асоціюється з наступними системами: системою функціонування структурних компонентів конфлікту; системою відносин між посадовими особами органів місцевого самоврядування (у разі міжособистісного конфлікту); системою відносин державного службовця до самого себе, до ролей (і між ролями), які він виконує у суспільному, професійному житті (у разі внутрішньоособистісного конфлікту); системою відносин між колективами державних службовців (у разі між групового конфлікту) тощо [2].

У процесі роботи з конфліктами застосовується загальна система управління, під якою слід розуміють «всі необхідні алгоритми обробки інформації і засобів їх реалізації, об'єднані з метою досягнення поставлених цілей управління в об'єкті» [1, с. 10].

Виділяють наступні види механізмів управління конфліктами: організаційно-правовий та соціально-психологічний з врахуванням об'єктивних та суб'єктивних чинників.

Організаційно-правовий механізм управління конфліктами охоплює систему параметрів, послідовних дій, комплексу методів та заходів організаційно-правового характеру, що визначають нормативно-правовий та організаційний простір (ресурси та можливості учасників конфлікту) і спрямовані на подолання суперечності між інтересами держави та громадськості.

Крім організаційно-правового механізму державного управління конфліктами не менш важливе значення має соціально-психологічний механізм, який охоплює систему параметрів, послідовних дій, комплексу методів та заходів соціально-психологічного характеру, що характеризують інформаційні потоки та зворотний зв'язок у взаємодії органів влади та громадськості. Він має комплексний характер, забезпечує управління конфліктами з урахуванням суб'єктивних (соціально-психологічних) чинників і відповідає комунікаційному рівню управління [2, с. 71].

Актуальними напрямками реалізації соціально-психологічного механізму управління конфліктами в органах влади є наступні види комунікацій: соціальні, медіа-комунікації та громадські (проекти, центри психосоціального діалогу, культурно-масові виховні та розвивальні заходи і тренінги). Попередження конфліктів має ґрунтуватися на формуванні конфліктостійкості посадових осіб місцевого самоврядування, оскільки профілактика і запобігання розвитку цього явища залежить від кожного учасника управлінської взаємодії.

Список використаних джерел

1. Державне управління в Україні: організаційно-правові засади: Навч. посібник. Н.Р. Нижник, С.Д. Дубенко, В.І. Мельниченко. К.: УАДУ, 2012. 164 с.
2. Карлов Т. Удосконалення механізмів управління конфліктами у взаємодії органів влади та громадськості в Україні: регіональний підхід. *Державне управління та місцеве самоврядування*, 2018. Вип. 3 (38), С. 69 – 74.

*Козельський Є. І. здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л. М.*

АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Рівень конкурентоспроможності характеризує стан підприємства, що визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань, ефективність функціонування, здатність відповідати вимогам ринку, якість задоволення попиту споживачів та ресурсний потенціал. Тому дослідження методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним.

Варто відзначити, що на сьогодні при оцінці конкурентоспроможності підприємства використовується цілий ряд методів. Із багатьох методів оцінки конкурентоспроможності, які пропонує сучасна наукова література, на нашу думку, є такі методи, які дозволяють отримати лише поверхневу інформацію щодо стану підприємства на ринку, тому в табл. 1 наведено найбільш поширені методи оцінки конкурентоспроможності, які дозволяють отримати більш детальну та повну інформацію.

Таблиця 1

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [1, 2]

Назва групи	Назва методу
1	2
Графічні	Багатокутник конкурентоспроможності
	Радар конкурентоспроможності
	Метод “профілів”
Індексні	Метод, що базується на визначенні конкурентоспроможності продукції
	Метод, що базується на теорії ефективної конкуренції
	Метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції
	Метод, що базується на теорії рівноваги підприємства та галузі
	Метод бенчмаркінгу
Матричні	Матриця “Бостонської консалтингової групи”
	Матриця І. Ансоффа
	Матриця McKinsey
	Матриця Shell
	Матриця конкурентних стратегій М.Портера
	Матриця А. Томпсона-А. Дж. Стрикленда
	Матриця Хофера-Шендлера
	SWOT-аналіз
Аналітичні	Чотирискладовий показник концентрації CR4
	Індекс ХерфіндалаХіршмана
	Індекс Розенблюда
	Метод різниць
	Метод рангів
	Метод балів
	Модель з ідеальною точкою
Комплексні	Таксономічний метод
	Метод радара
	Метод, що базується на врахуванні сукупної дії детермінантів “національного ромба” та стратегічного потенціалу підприємства
	Метод бенчмаркінгу

Перевагою застосування графічних методів при оцінці конкурентоспроможності підприємств є відносна простота та наочність, однак вони не дають можливості встановити загальне значення показника конкурентоспроможності підприємства. Недоліком графічних методів є неможливість прогнозування майбутніх змін конкурентоспроможності.

Більш комплексними при оцінці конкурентоспроможності підприємства є індексні методи. Реалізація індексних методів зазвичай здійснюється за рядом етапів. При цьому, базою для порівняння можуть виступати галузеві показники, показники підприємства-лідера ринку чи ретроспективні показники оцінюваного підприємства.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів. Вони не дозволяють дати оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства, однак дозволяють здійснити аналіз

окремих аспектів його діяльності, середовище функціонування, ринкову позицію та визначити основні напрями подальшого розвитку.

Аналітичні або розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на здійсненні розрахунково-аналітичних операцій із вхідними даними. При цьому, в залежності від конкретної методики аналізу, застосування даних методів може передбачати як прості арифметичні операції, так і досить складні розрахунки.

Найбільш ґрунтовними методами оцінки конкурентоспроможності підприємства є комплексні методи, оскільки вони орієнтовані на аналіз усього спектру найважливіших параметрів функціонування підприємства. Їх перевагою є отримання достовірної і найбільш точної інформації про конкурентоспроможність підприємства, його сильні та слабкі сторони за найбільш розширеним переліком порівняльних переваг [3, с. 185].

Таким чином, усім методам оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства властиві окремі переваги та недоліки, які визначають можливість їх використання у практиці. Позитивного ефекту від застосування того чи іншого методу можна досягти в результаті досить напруженої та творчої роботи команди висококваліфікованих професіоналів.

Список використаних джерел

1. Кириченко О. М. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства / О. М. Кириченко // Ефективна економіка. – 2017. – № 2. – С. 38–43.
2. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А. О. Левицька // Mechanism of Economic Regulation. – 2013. – № 4. – С. 155–163.
3. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – № 4 (51). – С. 183–188.

*Колісник А. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології
Науковий керівник: д.т.н., професор Слюсар В. І.*

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МЕРЕЖІ ДОСТУПУ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ NGOA

На даний час, зростає інтерес до розгортання оптичних мереж доступу з прокладанням кабелю до абонента (будинку) – Fiber to the Home (FTTH) [1]. FTTH хоча і вимагає більш високих капітальних витрат при будівництві, ніж інші концепції, але має більш низьку сукупну вартість володіння за рахунок зниження експлуатаційних витрат. Крім того, у FTTH мережах простіше забезпечити більш високий рівень якості обслуговування абонентів, так як простіше забезпечити безперебійне живлення комунікаційного обладнання, а також його резервування та заміну.

В цілому, проведений аналіз дозволяє виділити низку переваг архітектури FTTH:

- з усіх варіантів FTTx вона забезпечує найбільшу смугу пропускання;
- це повністю стандартизований і найбільш перспективний варіант;
- рішення FTTH забезпечує масове обслуговування абонентів на відстані до 20 км від вузла зв'язку;
- на відміну від рішення «на міді» оптична мережа має велику пропускну здатність, на неї не впливають зовнішні фактори (магнітне поле, погодні умови, кабель не піддається корозії).
- FTTH дозволяє істотно скоротити експлуатаційні витрати – за рахунок зменшення площі технічних приміщень (необхідних для розміщення обладнання), зниження енергоспоживання і власне витрат на технічну підтримку.

Практична реалізація FTTH спирається на застосування мікροструктурованого оптичного волокна що відповідає рекомендаціям G.657 A(B). При цьому, оптичний кабель на базі такого волокна може мати критичний радіус вигину в межах лише 5 мм.

Розглянутий підхід задовольняє потреби користувачів, враховуючі сучасні вимоги концепції оптичного доступу наступного покоління (Next Generation Optical Access, NGOA) [2]. Доступ на рівні 1 Гбіт/с дозволить реалізовувати ігровий контент та/або додатки VR/AR, в тому числі з орієнтацією на Cloud-платформи.

З боку Інтернет-провайдера з'являється можливість надавати абонентам послуги за моделлю TriplePlay, коли широкосмуговий доступ до Інтернету, телебачення та телефонія передаються по одному оптичному кабелю. Вже зараз сучасні телевізори забезпечують перегляд відеоконтенту в режимі 4K і 8K [3]. Це є ще одним чинником на користь впровадження архітектури FTTH.

В цілому, з появою нових апробованих перспективних технологій, наприклад, «радіо поверх оптики» на базі N-OFDM або OFDM [2], модернізація мережі доступу передбачатиме лише зміну активного обладнання.

Список використаних джерел:

1. Слюсарь І.І., Омельченко Ю.О. Мережа доступу на основі технології GPON з використанням оптичного волокна з фотонно-кристалічною структурою. *Сучасні напрями розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та засобів управління*: матеріали 4-ої МНТК, м. Харків, 4, 5 грудня 2013 р. Харків: ХНДІ ТМ, 2014. С. 52.

2. Слюсарь І.І., Слюсар В.І., Ільченко О.П., Матько В.П. Конвергентні рішення для оптичного доступу наступного покоління. *Системи управління, навігації та зв'язку*. 2015. Вип. 1 (33). С. 57-61.

3. Слюсар В.И. Методы передачи изображений сверхвысокой четкости. *Первая миля. Last mile*. 2019. № 2. С. 46-61.

УПРАВЛІННЯ ОПОРНИМИ ЗАКЛАДАМИ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

На сьогоднішній день, Україна представляє собою сучасну модель незалежної демократичної країни. Це завдяки тому, що з 2014го року відбувається процес децентралізації влади, який проходить завдяки реформі місцевого самоврядування, державної регіональної політики, а також адміністративно-територіального устрою. Дані реформи відбуваються одночасно, але з різною швидкістю та з різною політичною підтримкою. І саме тому вони передбачають зміни адміністративно-територіального устрою країни. Цей процес значно впливає на різні сфери життя та діяльності людей, особливо це стосується питань розвитку освітнього середовища, в якому закладено вже сьогодні майбутнє країни.

Також можна зазначити, що навчальний заклад пов'язаний із середовищем, яке ніколи не буває стабільним, постійно змінюється під дією соціально-економічних процесів та реагує на виклики і потреби соціуму. Зокрема опорний навчальний заклад як організована соціальна система, зазнає впливу зовнішнього середовища, що позначається на змісті та формах функцій контролю та організації, що актуалізують потреби децентралізованого управління, забезпечуючи стабільну роботу закладу та його розвиток [2].

Спираючись на досвід реалізації децентралізації в деяких розвинених країнах, дослідник Б. Калдвелл виділив шість факторів, що лежать в основі впливу децентралізації на управління освітою: 1) усвідомлення складності управління системою освіти та сприйняття урядом децентралізації як засобу для підвищення ефективності системи; 2) дотримання умов, згідно яких кожен учень мав би доступ до потрібних ресурсів для задоволення своїх навчальних потреб та інтересів; 3) отримані результати досліджень щодо ефективності освіти є основою для реалізації децентралізації на практиці; 4) збільшення автономії вчителів і зменшення контролю є складниками процесу децентралізації, які підвищують статус професії вчителя; 5) можливість для вільного вибору школи, зважаючи на різні уявлення про якість середньої освіти; 6) сектор освіти повинен слідувати за розвитком інших сфер, які раніше вважалися виключно об'єктом уваги центрального уряду [3].

Водночас слід зазначити, що у децентралізованій системі управління освітою можуть проявлятися певні ризики, які зароджуються в середовищі суб'єктивних стосунків та взаємовідносин.

Також, за результатами дослідження, враховуючи міжнародний досвід утворення мережі опорних шкіл, було узагальнено основні найчастіші помилки і ризики управління опорними школами, а саме: відсутність стратегії розвитку опорної школи; невизначеність мети функціонування школи; відсутність плану управління інфраструктурою; недостатній рівень автономії навчальних закладів,

що підпорядковуються місцевим органам; нераціональний розподіл коштів; спротив громади створенню навчальних закладів.

Враховуючи ці помилки та ризики організації опорних закладів, було запропоновано наступні шляхи їх подолання: розробка нормативно-правової бази забезпечення функціонування системи опорних шкіл; розробка комунікаційної стратегії; налагодження транспортної системи, для чого потрібно створити систему геолокації шкіл для визначення оптимальної відстані між школами; перехід на державно-громадське управління освітою; налагодження системи збору та аналізу статистичної інформації про джерела й обсяги фінансування опорної школи; залучення батьків до формування політики держави по опорних школах, реалізації цієї політики на рівні місцевих громад, ОТГ [1, с.30-31].

Отже, дослідивши дану тему, можна зробити висновки, що процес децентралізації влади в Україні є сильним поштовхом для певних змін в громадах. Ці зміни можуть бути як незначними, так і кардинальними, які часто викликають проблеми у ОТГ, особливо у сільських місцевостях. Місцева влада намагається спиратися на інтереси громади, що значно підвищує можливості для вирішення складних ситуацій.

Отже, проблеми децентралізованого управління є актуальними на сьогодні та активно вивчаються і досліджуються науковцями. Враховуючи викладене вище, наголосимо, що розвиток управління опорними закладами освіти в ході децентралізації може здійснюватися шляхом розподілу управлінських функцій для досягнення стратегічної мети за участю різних структур, а також для ефективного використання ресурсів зовнішнього та внутрішнього середовища. Також, можна додати, що процес формування опорних навчальних закладів ще продовжується, тому запропоновані шляхи подолання основних помилок і ризиків організації опорних шкіл дозволяють вже створеним громадам якісно реалізувати проекти.

Список використаних джерел

1. Денисюк О.Я. Опорний заклад – заклад нової української школи. *Реформа освіти в Україні. Інформаційно-аналітичне забезпечення: І міжнародна науково-практична конференція*. Київ, 2017. URL: <http://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2018/02/Conf.pdf> (дата звернення: 27.10.2020 р.)
2. Мелешко В. В. Проблеми управління опорними закладами загальної середньої освіти в умовах децентралізації. *Український педагогічний журнал*. 2018. № 2. С. 27-33. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/711329/1/6.pdf> (дата звернення: 27.10.2020 р.)
3. Семенюк Ю. Є., Колісніченко Н. М. Визначення та основні поняття децентралізації освіти: публічноуправлінський контекст. *Державне управління та місцеве самоврядування: Збірник наукових праць*. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2019. Випуск № 3 (42). С. 111-120. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik_dums/2019/2019_03\(42\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik_dums/2019/2019_03(42)/15.pdf) (дата звернення: 27.10.2020 р.)

ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Єдиним фундаментальним принципом маркетингової діяльності, сутністю даної науки є задоволення людських потреб. Основою діяльності будь-якого аграрного підприємства, яка існує на основному принципі маркетингу, є необхідність виробництва того, що потрібно ринку, що буде затребуване споживачем [1, с. 120].

Принципи маркетингу повинні стати головними в управлінні підприємством, тому що практично всім аграрним підприємствам в сучасних умовах господарювання основну увагу доводиться приділяти питанням реалізації товару, збільшення доходів, враховувати наявність конкурентів, коливання цін на аграрну продукцію. Втілення в життя цих принципів дозволить створити аграрним підприємствам відповідні умови, що орієнтовані на задоволення потреб і реальних, і потенційних споживачів.

Маркетингова діяльність аграрного підприємства, що орієнтована на досягнення ефективності, потребує сучасної організації. Діяльність підрозділів має базуватися на принципах: цільової спрямованості; раціональної побудови; альтернативного вибору напрямів діяльності; гнучкості; координації виконання функцій; необхідної фінансової забезпеченості для ефективного виконання маркетингових заходів та мотивації працівників маркетингових служб; дотримання технологій та раціональне використання фінансових ресурсів; підготовки висококваліфікованих кадрів, постійного вдосконалення їхніх знань, вмінь та навичок; активізації маркетингової діяльності [4, с. 32].

Маркетинговий комплекс, що включає сім складових, більш повно відображає сучасні процеси формування управління маркетинговою стратегією [2; 3], він є більш прийнятним при проведенні маркетингових досліджень та формуванні стратегій (табл. 1).

Таблиця 1

Елементи комплексу маркетингу в діяльності підприємства

Назва елементу	Основні цілі та призначення
Товар/Послуга	Забезпечує високу якість і широкий асортимент товарів і послуг
Ціна	Забезпечує обґрунтовані конкурентоспроможні ціни на товари і послуги
Розподіл	Організація продажу товарів чи послуг споживачам прямим чи опосередкованим способом
Просування	Використання засобів комунікації у спілкуванні із споживачами товарів і послуг для інформування, переконання, нагадування
Персонал	Управління персоналом як складовою виробничого процесу
Процеси	Процес організації виробництва та збуту товарів і послуг
Матеріальні підтвердження	Організація маркетингової діяльності щодо оточення, оформлення, підтвердження якості на виробництві, сертифікати

Джерело: [2, с. 344; 3, с. 411]

Маркетингова стратегія підприємства має базуватися на узгодженні взаємодії чинників його внутрішнього і зовнішнього середовищ. При цьому найбільшу увагу доцільно приділяти аналізу складових маркетингового мікросередовища, зокрема: аналізу взаємовідносин із споживачами, з маркетинговими посередниками, з конкурентами, з постачальниками, з контактними аудиторіями. Такий аналіз, дає змогу збільшити обсяги реалізації продукції, забезпечити лояльність покупців та покращити ринковий статус агропідприємства без значних вкладень коштів.

Список використаних джерел

1. Длигач А. У маркетинголог Украины есть проблемы? *Маркетинг и реклама*. 2004. № 3. С. 21–26.
2. Конопляникова М. А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/71.pdf>
3. Мак-Дональд М., Пэйн Э. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию. Москва: Эксмо, 2009. 448 с.
4. Тарасюк А.В. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. С. 31–34.

*Коробка Є. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: к.е.н., Загребельна І. Л.*

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Не виникає сумнівів, що сьогодні інтернет-маркетинг є важливою складовою комплексу просування та збуту товарів більшості підприємств. У зв'язку із інтенсивним підвищенням популярності цього каналу просування в останні роки, перед практиками та вченими постає важливе питання підвищення його ефективності [2, с. 38].

Специфікою інтернет-маркетингу є те, що він дозволяє простіше оцінити витрати на залучення клієнтів, цільовість їх використання, динамічно змінювати та перенаправляти їх у порівнянні із традиційним маркетингом. Йому притаманні цілком інші інструменти комунікаційної та збутової політики [1, с. 47]. Інтернет-маркетинг як новий вид маркетингу, дозволяє краще аналізувати потреби споживачів та швидше задовольняти їх за рахунок швидкої двосторонньої взаємодії з метою отримання прибутку.

Комплекс інтернет-комунікацій складається з п'яти елементів: реклама, PR, стимулювання збуту, пошукова оптимізація та віртуальні спільноти. У табл. 1. наведено порівняльну характеристику структур традиційного комплексу комунікацій та комплексу комунікацій інтернет-маркетингу.

Таблиця 1

**Порівняння структури комплексу комунікацій традиційного та
інтернет-маркетингу**

№	Комплекс комунікацій	Комплекс Інтернет-комунікацій
1	реклама	Інтернет-реклама
2	PR	Інтернет-PR
3	стимулювання збуту	Інтернет-стимулювання збуту
4	прямі продажі	-
5	-	пошукова оптимізація
6	-	віртуальні спільноти

Однак, варто не погодитися такою структурою стосовно прямих продажів в мережі Інтернет. Сучасні засоби дозволяють налаштувати ці інструменти через мережу Інтернет за допомогою інтерактивних чатів, Skype та Viber дзвінків, IP-телефонії тощо.

Суттєву частку витрат підприємств складають витрати на маркетингові комунікації, які досить складно оцінити і відповідно оптимізувати. Складність оцінки ефективності маркетингових комунікацій полягає у неможливості чітко визначити їх вплив на рішення про купівлю кінцевими споживачами [3, с. 68]. Вплив маркетингових комунікацій на рішення клієнта про купівлю значною мірою залежить від обраних заходів та умов їх реалізації і в більшості випадків дає досить різний ефект.

Існує значна кількість показників, які застосовуються для оцінки ефективності заходів маркетингових комунікацій. Можуть використовуватися такі показники як частка ринку, рівень обізнаності цільової аудиторії, обсяг продажу, прибуток тощо.

Отже, незважаючи на всі складності, все більше компаній включають інтернет-маркетинг у перелік інструментів, які використовуються при роботі на ринку. При цьому дедалі більша кількість підприємств використовує інтернет на всіх етапах своєї діяльності. Для багатьох компаній питання вже полягає не в тому, чи варто використати інтернет, а в тому, який бюджет на це виділити і як його розподілити.

Список використаних джерел

1. Зозульов, О., Домашева, Є. Визначення стратегії збуту в кіберсередовищі на промисловому ринку. *Маркетинг в Україні*, 2018. 2. С. 46-54.
2. Ілляшенко, С.М., Рудь, М.П. Новітні види маркетингу в умовах виперджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*, 2019. 24. С. 37-42.
3. Ілляшенко, С. М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2011. № 4 (2). С. 64-76.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогодні, можна відслідкувати дві тенденції продуктивності маркетингу. Перша з яких пов'язана з вивченням можливостей використання при оцінці маркетингової діяльності нефінансових критеріїв виміру результатів, наприклад при оцінці якості послуг, тоді як друга – з аналізом можливостей обліку при оцінці адаптивності та інноваційності маркетингових зусиль підприємства, а це в свою чергу, передбачає застосування складніших методик для оцінки маркетингової продуктивності [3].

Деякі фахівці схиляються до іншого підходу, що пов'язаний з оцінкою ефективності маркетингової роботи – концепція маркетингового аудиту. Зокрема, Ф. Котлер представляє маркетинговий аудит як всебічне, систематичне, незалежне, періодичне дослідження стратегій, цілей, видів діяльності і середовища компанії або стратегічної бізнес-одиниці, спрямований на виявлення проблем і можливостей, а також обґрунтування рекомендації, які сприятимуть нарощуванню ефективності маркетингової функції підприємства. Маркетинговий аудит, за переконаннями науковця, слід використовувати в якості невід'ємної частини процесу планування маркетингу. Загалом необхідно проводити таку оцінку маркетингової роботи: аудит маркетингового середовища, стратегічний маркетинговий аудит, організаційний маркетинговий аудит (оцінка взаємодії систем маркетингу і продажів), системний маркетинговий аудит (оцінка маркетингової інформаційної системи), аудит продуктивності, функціональний маркетинговий аудит. Пізніше Ф. Котлер вводить поняття «концепції ефективного маркетингу», яка базується на необхідності і можливості оцінки рентабельності і фінансових результатів маркетингових програм і рішень [2].

Резюмуючи сучасні дослідження, необхідно акцентувати увагу на тому, що за критерієм способу оцінювання всі методичні підходи визначення економічної ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств можна об'єднати у дві групи:

- 1) на основі експертних оцінок;
- 2) на основі визначення фінансової оцінки.

Зокрема, В. Гуцуляк [1] констатує, що перший підхід, який базується на експертній оцінці виконання у підприємстві таких функцій, як сегментування ринку й вибір цільових сегментів, позиціонування товару, розробка ефективних товарних асортиментів, виведення на ринок нових товарів, здійснення гнучкої цінової політики, вибір ефективних каналів збуту й організація збутової діяльності, здійснення ефективної комунікаційної діяльності. Оцінити виконання цих функцій маркетингу й функцій керування маркетингом можна

тільки за допомогою експертної оцінки, яку здійснюють фахівці служби маркетингу підприємства.

За другого підходу в сучасних умовах використовується універсальний показник ефективності діяльності суб'єкта господарювання, коли оцінюється вартість бізнесу. За рахунок того, що маркетингові програми спрямовані на підвищення поточного прибутку аграрного підприємства, а з іншого – вони сприяють зміцненню іміджу суб'єкта, й отже створюють певний інтегральний ефект, що триває протягом декількох років.

Таким чином, у загальному вигляді найбільш повною системою економічної оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств АПК є аналіз окремих функцій маркетингу та складових комплексу маркетингу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гуцуляк В. Р. Система оцінки економічної ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 4. С. 68-70.

2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ.; 2-е европ.изд. М.; СПб. ;К.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 944 с.

3. Ойнер О. К. Модель оценки маркетинговой деятельности компании на основе применения критериев мировых премий по качеству. *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 2010. № 3. С. 186-197.

*Кривобік М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.*

УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Управління проектами в даний час є областю менеджменту, що охоплює сфери виробництва, в яких створення продукту або послуги реалізується як унікальний комплекс взаємопов'язаних цілеспрямованих заходів за певних вимог до термінів, бюджету та якості продукції. Будь-яка система діяльності, а саме: соціальна, економічна, виробнича, інформаційна – зазнає певних змін, які обумовлені впливом внутрішніх або зовнішніх факторів навколишнього середовища, тому успішна діяльність будь-якого підприємства, фірми багато в чому залежить від того, наскільки адекватно, швидко і ефективно воно здатне провести адаптацію відповідно до швидких, мінливих умов.

Розуміння сутності та змісту управління проектами з плином часу змінювалося під впливом об'єктивних чинників, все більше ускладнювали цілі проектів і характеристики середовища, в яких здійснюється їх розробка і реалізація. Найбільш цілісним підходом до визначення поняття «Управління проектами», на наш погляд, є підхід, представлений в роботах Мазура І. І., Шапіро В. Д., Ольдерогге Н. Г. На думку авторів, управління проектами – це

методологія організації, планування, керівництва, координації трудових, фінансових і матеріально-технічних ресурсів протягом проектного циклу, спрямована на ефективне досягнення його цілей шляхом застосування сучасних методів, техніки і технології управління для досягнення визначених у проекті результатів за складом і обсягом робіт, вартості, часу, якості й задоволення учасників проекту [1, 2].

Успіх управління проектами забезпечується виконанням наступних умов:

- визначеність цілей і завдань проекту, критеріїв приймання його результатів;

- наявність плану проекту;

- доступність необхідної кількості ресурсів всіх типів;

- виконання робіт по проекту відповідно до плану;

- скоординованість робіт за проектом і їх спрямованість на досягнення конкретних цілей проекту;

- досягнення кінцевого результату проекту, через досягненням запланованих проміжних результатів;

- інформованість учасників проекту про поточний стан проекту;

- можливість коригування плану проекту з урахуванням виникаючих раніше непередбачених обставин;

- відповідність кінцевих результатів проекту очікуванням замовника, вимогам технічного завдання, наявним стандартам [4].

Управління проектом має на меті оптимізувати рух фінансових і грошових потоків, а також ефективно вирішувати проблеми, що виникають між господарськими суб'єктами в процесі реалізації проекту. Успішність виконання проекту визначається тим, наскільки ефективно здійснюється його задум, у якому сконцентровані інтереси всіх тих, хто працює над його реалізацією. Але ефективна реалізація задуму проекту можлива тільки при погодженому цілеспрямованому розвитку всіх процесів, що забезпечують цю реалізацію, тобто при ефективному управлінні процесом виконання проекту. Проект можна визначити як систему пов'язаних між собою елементів. Зв'язки між елементами проекту, виникаючи й розвиваючись у часі, формують процес його реалізації.

Розробка та втілення проектів, що певним чином модернізують та поліпшують окремі складові діяльності чи діяльність в цілому будь-якого підприємства, мають важливе значення для підтримання конкурентного положення підприємства на ринку. Важливою складовою управління проектами є розробка життєздатного плану, на якому базується подальше втілення проекту. Саме на цьому етапі розподіляються ресурси підприємства, правильне співвідношення яких дозволяє досягати бажаних результатів і є базою для ефективного проходження наступних етапів втілення проекту [3].

Отже, в сучасній економіці управління проектами є робочим інструментом та використовуваним у багатьох сферах діяльності. Гарно розроблений проект допомагає підприємству розвиватися, завойовувати нові позиції на ринку, де воно функціонує, реалізовувати перспективні плани, примножувати прибутки.

Список використаних джерел

1. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проектами: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 231 с.
2. Пурський О. І., Бродська А. А. Методологія управління організаційним проектом підприємства. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2013. № 03 (50). С. 73-77.
3. Тарасюк Г. М. Управління проектами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. 2-е вид. Київ : Каравела, 2006. 320 с.
4. Рач В. А., Россошанська О.В., Медведєва О.М. Управління проектами: практичні аспекти реалізації стратегій регіонального розвитку: навч. посіб.; за ред. В.А. Рача. Київ: «K.I.C.», 2010. 276 с.

*Кривчун Р. Ю., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н.,доцент Іщейкін Т. Є.*

БІЗНЕС-ПЛАН ТА ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТІВ В СФЕРІ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

Процес підготовки й реалізації проекту передбачає такі основні стадії:

- ідентифікацію проекту;
- попереднє ТЕО;
- бізнес-планування;
- фінансування;
- реалізацію;
- моніторинг і звітність.

Енергозберігаючі заходи поділяються на безвитратні, маловитратні та із залученням значних фінансових коштів, в основному зовнішніх.

Для залучення зовнішнього фінансування необхідно розробити бізнес-план проекту. Бізнес-план повинен демонструвати життєздатність проекту, а також залучати інтерес фінансових організацій і/або інвесторів для участі у фінансуванні розробленого проекту.

Процесу складання бізнес-плану завжди передує процес розроблення ідей, з яких вибирається найбільш приваблива. Вирішення питань про надання державних інвестицій та банківських кредитів на розвиток підприємства повинно здійснюватися лише за наявності бізнес-плану [1].

Бізнес-план розробляється для проведення комплексного маркетингового та техніко-економічного досліджень з метою розвитку підприємства. Оцінювання доцільності вибору проекту здійснюється з урахуванням маркетингових, фінансово-економічних, нормативних вимог, а також вимог щодо забезпеченості ресурсами, що відображають головні аспекти його реалізації.

Бізнес-план з енергозбереження може складатися на один рік, у якому докладно розглядаються питання впровадження ЕЗЗ, запланованих проектом, і

укрупнено характеризуються ЕЗЗ із терміном впровадження 1–4 роки. Бізнес-план охоплює опис підприємства, його економічний потенціал, оцінку внутрішнього та зовнішнього середовища ринку у часі, опис стратегії маркетингу, а також обґрунтування економічного ефекту за рахунок впровадження енергозберігаючих заходів. Крім того, в бізнес-планах за необхідності визначаються ризики та розглядаються засоби їх зменшення.

Бізнес-план, що надається з метою отримання великих чи середніх обсягів інвестицій (кредитних ресурсів), а також призначений зацікавити інвестора, повинен бути викладений не більше ніж на 50–80 сторінках. Як правило, в обсяг не включаються додатки, які доповнюють бізнес-план.

Бізнес-план є всеосяжним, письмовим описом бізнесу підприємства. Це докладний звіт про продукцію компанії або послуги, методи проведення, ринку й клієнтів, маркетингову стратегію, людські ресурси, вимоги щодо інфраструктури й постачання, потребу у фінансуванні, джерела й напрямки використання коштів [2].

Бізнес-план описує минулий і нинішній стан бізнесу, але його головна мета полягає у презентації майбутнього підприємства. Бізнес-план є найважливішим елементом у наданні проекту для фінансування, тому він повинен бути якісно підготовлений, бути інформативним, добре структурованим і зручним для користувачів.

Необхідність розроблення бізнес-плану з енергозбереження зумовлена такими причинами:

- зростанням конкурентоспроможності продукції;
- вирішенням питань розширення, модернізації підприємства;
- залученням інвестиційних коштів у вигляді кредитів для реалізації проектів з енергозбереження;
- залученням до реалізації проектів з енергозбереження на підприємстві потенційних партнерів, які можуть вкласти власні кошти, впровадити власні сучасні технології.

Бізнес-план, як правило, орієнтований на його надання потенційним кредиторам або інвесторам. Можна звернутися з бізнес-планом до таких потенційних джерел:

- комерційних банків;
- приватних інвестиційних фондів.

Після проведення енергетичного аудиту на об'єкті, розроблення можливостей енергозбереження і далі, енергозберігаючих проектів, їх ранжирування за витратами і доцільністю виконання необхідно оцінити їхні технічні й економічні аспекти .

Техніко-економічне обґрунтування (ТЕО) – це документально оформлені результати маркетингових і техніко-економічних досліджень, що обґрунтовують доцільність і можливість реалізації проекту, вибір найбільш ефективних організаційних, технічних і економічних розв'язків для запровадження в дію нових виробничих (енергетичних) потужностей або реконструкцію й модернізацію чинних, а також заміна/часткова заміна або впровадження поновлюваних джерел енергії.

Величезна різноманітність технологій, видів сировини й устаткування, які можуть бути застосовані на сучасному підприємстві, значно ускладнює деталізацію технічного аналізу інвестиційних проектів.

Розроблення ТЕО проводиться для проектів впровадження нових технологій, процесів і устаткування на вже існуючому підприємстві, тому аналіз ринку, маркетингова стратегія, опис компанії й продукту, а також аналіз ризиків у ньому часто не потрібні.

Список використаних джерел:

1. Аналіз ефективності використання енергоресурсів у розвинених зарубіжних країнах і залежність від їх імпорту. 2015.
2. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Київ : КНЕУ, 2000. 356 с.

*Кулінченко І. Р., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології
Яковлева О. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 075Маркетинг
Науковий керівник: к.т.н. Одаруценко О. Б.*

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПАКЕТІВ КОМП'ЮТЕРНОЇ МАТЕМАТИКИ

Вступ. У сучасному науковому світі швидко відбуваються зміни, як внаслідок появи нових теорій, так і внаслідок появи нових ідей, методів, технологій, обладнання [1]. Під час навчання математичних дисциплін доцільно використовувати системи комп'ютерної математики, тому розглянемо системи, що використовуються для розв'язування задач рівнів складності – від системи MathCAD [5] до систем Mathematica [3], Matlab [4], Maple [6] із можливістю графічної візуалізації обчислень.

Мета роботи – порівняльний аналіз функціональних можливостей систем комп'ютерної математики, що використовують для розв'язування математичних задач.

Результат. Обрання сучасних пакетів для подальшого застосування у дослідженнях.

Пакет Matlab (матрична лабораторія) розроблявся як діалогове середовище для матричних обчислень [2]. Операційне середовище дозволяє формувати проблеми і отримувати рішення в звичній математичній формі, не вдаючись до рутинного програмування. Пакет оснащений хорошою графічною системою і посилений різними пакетами розширень для ефективної роботи зі спеціальними класами завдань. Особливе місце серед пакетів розширень займає SIMULINK - пакет для моделювання та аналізу динамічних систем. SIMULINK дозволяє розглядати нелінійні задачі з безперервним і дискретним часом. Щоб спростити підготовку моделі, застосовуються функціональні блоки. Після складання схеми з готових або створених користувачем блок-схем можна проводити симуляцію і спостерігати звіти в графічному і цифровому вигляді (рис.1).

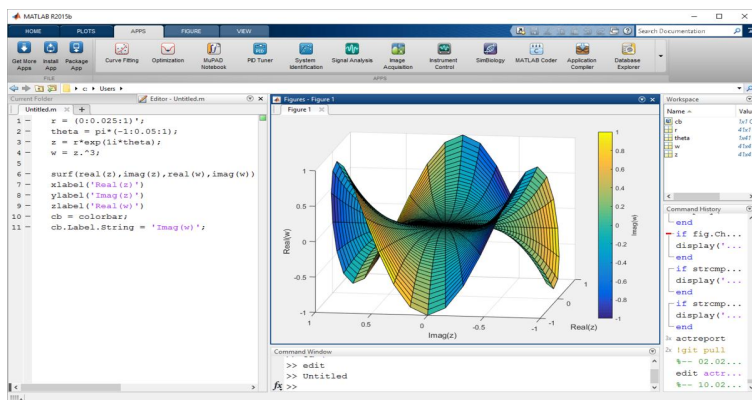


Рисунок 1. Приклад роботи пакету Matlab

Система Maple втілює сучасні технології такі як: символьні обчислення, нескінченна точність чисел, підключення до Інтернету і потужну мову для вирішення широкого спектра математичних задач, що виникають в моделюванні та імітації. Завдяки цій виставі формул в поліграфічному форматі, чудовою дво- і трьохмірної графіці та анімації Maple є одночасно потужним науковим графічним редактором. Maple дозволяє виконувати як чисельні, так і аналітичні розрахунки в інтерактивному режимі. Потужним інструментом став Maplets - унікальний додатковий пакет для Maple, з'явився останнім часом і дає можливість користувачам створювати і налаштовувати власний графічний інтерфейс. Maplets може бути використаний для створення спеціалізованих калькуляторів, інтерфейсів до пакетів, написаних в середовищі Maple, створення запитів і повідомлень. За допомогою Maplets користувачі можуть оформити додаток до Maple вікнами прокрутки, кнопками, текстовими вікнами, що сходять меню та іншими елементами графічного інтерфейсу тих користувачів, які можуть застосовувати ці додатки, навіть якщо ніколи не бачили програму Maple. Досягнуте сприяє розвитку багатьох ключових технічних областей, таких як обробка сигналів і зображень, динамічне і математичне моделювання. Робочі документи Maple з «живими», автоматично перетворюваними формулами можуть бути представлені в форматі електронного документа HTML і в інших комп'ютерних форматах. Все це забезпечує унікальну технологію роботи, коли всі етапи дослідження можна відобразити в одному документі, а підсумковий документ стає статтею, розділом в підручнику, звітом (рис. 2) [2].

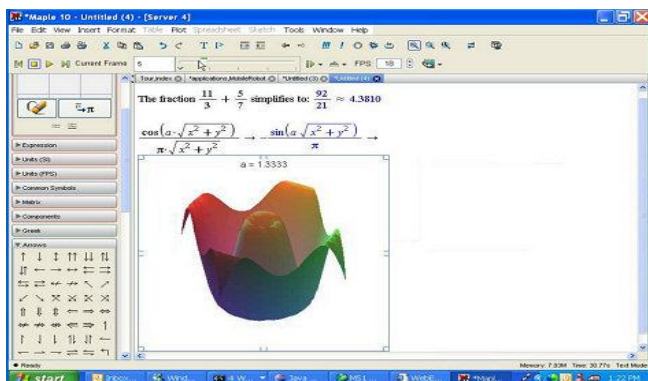


Рисунок 2. Приклад роботи пакету Maple

Mathematica - система, заснована на технології інтерактивного документа. При використанні цієї технології вводяться одержувані дані, зокрема графічні, відображаються в одному документі і при зміні якого-небудь параметра на початку документа елементи документа, що залежать від цього параметра, тут же змінюються. Набір математичних функцій у цьому інструменті один із самих великих і ефективних серед розглянутих програм. Mathematica підтримує різні формати звітів, серед яких HTML, TeX, RTF і ін. Суттєво розширюють можливості програми Mathematica пакети розширень: Signals and Systems, Electrical Engineering Examples. З використанням цих розширень можна досить ефективно вирішувати завдання, що містять лінійні перетворення, стандартні уявлення сигналів, візуалізацію. Використання пакетів допоможе зробити алгебраїчні перетворення над сигналами і системами, поліпшити, розробити і впровадити нові алгоритми. Працюючи з сигналами і системами, можна уявити студентам інтерактивні уроки, які містять завдання і рішення в робочому документі системи Mathematica, запропонувати студентам вивести, пояснити і представити свої рішення в цьому ж робочому документі (рис. 3).

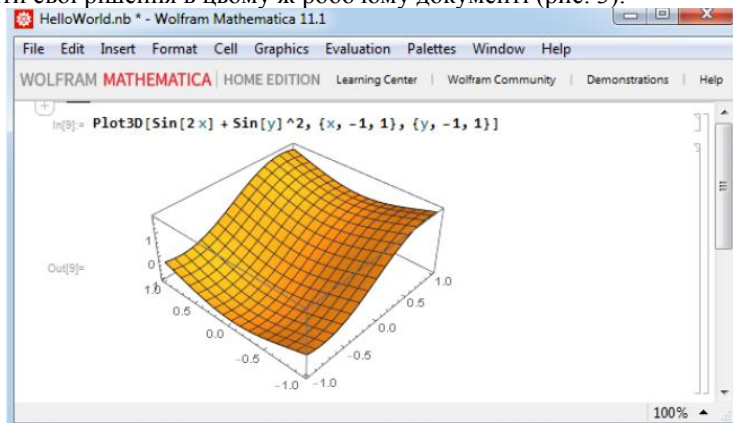


Рисунок 3. Приклад роботи пакету Mathematica

Порівняння у вигляді «недоліки та переваги» наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Недоліки та переваги сучасних пакетів комп'ютерної математики

Назва програмного пакету	Перевага	Недоліки
Mathematika	Сумісність із комп'ютерними платформами. 3Dграфіка. Документи (notebook). Підтримка синтезу звуку.	Надмірний захист від копіювання. Орієнтація на досвідчених користувачів.
Matlab	Унікальні матричні засоби, дескрипторна графіка, висока швидкість обчислень, адаптація до завдань користувача і численність пакетів розширення системи.	Обмежені можливості символьних обчислень. Дороговизна системи та її пакетів розширень.
Mathcad	Якісна графіка і візуалізація обчислень. Зручний інтерфейс. Наявність палітри математичних знаків. Великий вибір електронних книг і бібліотек, операторів і функцій.	Обмеженість символьної математики. Примітивне програмування. Вартість електронних книг і бібліотек.
Maple	Продумане ядро символьних обчислень. Документи (notebook). Високоякісна графіка. Зручна система допомоги.	Відсутність здатність до синтезу звуків.

Висновки. Проаналізувавши найпоширеніші системи комп'ютерної математики, ми визначили основні переваги та недоліки застосування таких систем. Продуктом, що забезпечує відносно менший час формалізації моделі можливо визнати MatLAB. Ця система забезпечує також більшу різноманітність типів звітів і є зручним у використанні.

Список використаних джерел

1. Руденко М. В. Сравнительный анализ современных средств компьютерного моделирования информационных процессов. / М. В. Руденко // Вестник кибернетики. – 2002. - № 1.
2. Говорухин В. Компьютер в математическом исследовании. / В. Говорухин, В. Цибулин // Учеб. курс. - СПб: Питер, 2001. - 624 с.
3. Mathematica [online]. URL: <http://www.wolfram.com/products/mathematica/index.html>.
4. Matlab [online]. URL: <http://www.mathworks.com/products/matlab/>.
5. MathCAD [online]. URL: <http://www.ptc.com/products/mathcad>.
6. Maple [online]. URL: <http://www.Maplesoft.com/products/Maple/index.aspx>.

АДАПТАЦІЯ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ, СПРИЧИНЕНИХ ПАНДЕМІЄЮ COVID-19

У наш час управління проектами є невід'ємною рисою ефективного менеджменту, яка надає істотні можливості в досягненні високих результатів, незалежно від сфери діяльності підприємства. Згідно досліджень IPMA (Міжнародної асоціації управління проектами), використання сучасних підходів та методологій проектного менеджменту дозволяє економити близько 20-30% часу, та 15-20% коштів, які витрачаються для здійснення програм і проектів [3].

Процес управління проектами залежить від зовнішнього середовища, яке характеризується мінливістю, невизначеністю, складністю та неоднозначністю. Вплив пандемії COVID-19 перевінив здатність світових організацій ефективно здійснювати проекти та програми. Деякі вітчизняні підприємства швидко й результативно адаптувалися до нових умов, перейшовши до віддаленої роботи, у той час як інші мали значні затримки чи скасування. Способи пристосування до сучасних викликів різняться, проте можемо виділити чотири загальні етапи реагування на них (рис.1).

Етап 1	Етап 2	Етап 3	Етап 4
Реакція • Швидкий і масштабний перехід на дистанційну роботу; • Збої в поточних програмах; • Раптові зміни у способі управління проектами.	Стійкість • Пристосування до віддаленого або порушеного режиму роботи; • Переоцінка основних бізнес-кейсів.	Відновлення • Створення способів і засобів, що дозволять стабільно виконувати скориговану програму.	Нова реальність • Зміна низки способів роботи назавжди; • Адаптація до нового підходу реалізації проектів.

Рис. 1. Етапи реагування підприємств на виклики пандемії COVID-19

Джерело: розроблено автором

Сучасні економічні умови вимагають від усіх організацій адекватної реакції на постійні зміни зовнішнього середовища [2].

Із точки зору системного підходу адаптація – це процес зміни параметрів і структури системи, зокрема, керуючих впливів, на основі поточної інформації з метою досягнення певного, зазвичай оптимального, стану системи при початковій невизначеності в умовах роботи [1].

З метою адаптації процесів проектного менеджменту у відповідь на кризу COVID-19 пропонуємо дотримуватися наступних аспектів:

1. Оптимізувати, а не скасовувати проекти. Необхідно здійснювати трансформації, що дозволять бізнесу рухатися до нових операційних середовищ.

2. Віддалене керівництво. Застосовувати гнучкість стилів керівництва у поєднанні з необхідними адаптаціями у складі команди та використанням інструментів співпраці для досягнення успішних результатів.

3. Дисциплінована спритність. Знаходити баланс між гнучкістю поглядів на проектну діяльність і встановленням визначеності, передбаченої чітко задокументованими планами та документами контролю проекту.

Таким чином, лише безперервне вдосконалення і універсалізація компетенцій проектного менеджменту, набуття гнучкості у пристосуванні до складних умов підвищуватиме конкурентоздатність підприємства у наш час.

Список використаних джерел

1. Карпов Л. Е., Юдин В. Н. Адаптивное управление по прецедентам, основанное на классификации состояний управляемых объектов. *Труды Института системного программирования РАН*. 2007. №13. часть 2. С. 37-58.

2. Порошина Л. А. Реінжиниринг бізнес-процесів в медичних організаціях. *Вчені замітки ТОГУ*. 2016. № 2. Том 7. С. 265-270.

3. Офіційний сайт Міжнародної асоціації управління проектами (IPMA). URL: <http://www.ipma.world/> (дата звернення 23.10.2020).

*Лесюк В. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к. е. н, доцент Сазонова Т. О.*

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ

Економічний розвиток України головним чином залежить від інтенсивності впровадження інновацій. Управління проектами на сучасному етапі широко застосовується на підприємствах різних галузей. Важливе значення для впровадження інновацій має забезпечення ефективного управління інноваційними проектами.

Управління проектами є одним із найбільш складних напрямів інноваційної діяльності, оскільки на різних стадіях реалізації проекту змінюються зміст і обсяги робіт, склад виконавців, що потребує зміни структури проекту. Однією з головних умов ефективного управління інноваційним проектом є визначення та врахування особливостей життєвого циклу проекту. Управління проектами інтегрує методику і технологію управління людськими, матеріальними і фінансовими ресурсами, потребує вміння узгоджувати інтереси багатьох його учасників, вміння по новому розв'язувати виробничі завдання, знаходити оптимальні рішення за умов невизначеності та ризику [1, с. 349].

Інноваційний проект слід розглядати як систему взаємопов'язаних цілей і програм їх досягнення, що є комплексом науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних і інших заходів. До основних його елементів можна віднести [2, с. 75]:

- цілі і завдання, що відображають основне призначення проекту;
- комплекс проектних заходів для вирішення інноваційної проблеми;

– організація виконання проектних заходів, тобто узгодження їх по ресурсам і виконавцям для досягнення цілей проекту в обмежений період часу та в межах визначених вартості і якості;

– основні показники проекту (від цільових – за проектом загалом, до вузьких – за окремими завданнями, темами, етапами, заходами, виконавцями), зокрема показники, що характеризують його ефективність.

Інноваційний проект – це плановий комплекс технічних, виробничих, економічних і організаційних заходів, об'єднаних однією генеральною (основною) метою [1, с. 350].

Процес управління кожним окремо взятим інноваційним проектом відбувається під впливом комплексно об'єднаних складових основних підходів управління, що застосовуються в проектному менеджменті – класичний (що розглядає процес управління проектом у взаємозв'язку п'яти основних функцій), підхід до управління проектом як циклом вирішення проблеми та підхід до стадій життєвого циклу [3, с. 307].

Організаційна система управління інноваційними проектами характеризується структурою, що включає склад і взаємозв'язок органів управління, регламентацію їх функцій, обов'язків, прав і відповідальності, технологію управління та побудованою таким чином, що всі органи управління забезпечують досягнення кінцевої мети проекту [2, с. 75].

Таким чином, забезпечення управління інноваційними проектами займає важливе місце в сучасному світі, адже воно є запорукою досягнення поставлених підприємствами перед собою цілей.

Список використаних джерел

1. Загуменна Т. В. Особливості управління інноваційними проектами. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.4. С. 348 – 360.
2. Філатов А. С. Особливості формування крос-функціональних команд для управління інноваційними проектами. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2010. № 3. С. 75 – 85.
3. Присяжнюк О. Ф., Плотнікова М. Ф. Напрямки удосконалення управління інноваційними проектами в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2013. № 776. С. 303 – 308.

*Лобода І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. п. н., доцент Шупта І. М.*

СИНДРОМ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ СЕРЕД ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ

На даний час різними науковцями відзначено, що помітний вплив на особистісні характеристики представників тих чи інших професій має робота, котра пов'язана з людьми. Характерною відмінністю діяльності в органах публічного управління є мінливі умови. Сама діяльність публічних службовців

має свою специфіку, складність характеру, є багатогранною та відповідальною, вимагає особливих знань та навиків, максимального наближення до реалій життя, до конкретної практики. Ціла низка особливостей, що характеризують діяльність публічного службовця, зумовлюють також і стресовий характер цієї діяльності, який за умов хронізації (мова ведеться про хронічний стрес) може призвести до емоційного вигорання.

Як зазначають такі дослідники, як Болучевська В. В., Будников М. Ю. Чернікова Т. В., Волчанський М. Е. [1-2], емоційне вигорання, що є формою професійної деформації особистості, негативно позначається як на стані психічного здоров'я, так і на виконанні професійних обов'язків та на взаємовідносинах з оточуючими. Різними авторами виокремлено різні види професійних деформацій. Їх можна визначити за допомогою різних опитувальників. Зокрема, відомий російський дослідник Зеєр Е. Ф. виділив одинадцять деформацій менеджерів. Серед яких : авторитарність, демонстративність, професійний догматизм, домінантність, професійну індіферентність, консерватизм, професійну агресію, рольовий експансіонізм, соціальне лицемірство, поведінковий трансфер, понадточність [3; с. 315-316]. Кожна з них має свій певний прояв у професійній діяльності управлінського персоналу, що позначається на результатах праці.

Приватними випадками прояву професійної деформації є : адміністративне захоплення, синдром емоційного «вигорання», а також управлінська ерозія. Зупинимось більш детально саме на синдромі емоційного вигорання.

У 1974 році американський психіатр Г. Фрейденбергер ввів в психологічний обіг поняття «синдром емоційного вигорання» (англ. burnout), що виявляється наростаючим емоційним виснаженням. Цей стан може тягти за собою особистісні зміни в сфері спілкування з людьми (аж до розвитку глибоких когнітивних спотворень. Синдром емоційного вигорання (СЕВ) є достатньо складним психофізіологічним феноменом, що можна визначити як емоційне, розумове та фізичне виснаження через надмірне тривале емоційне навантаження.

До переліку професій, в яких СЕВ зустрічається найбільш часто (від 30 до 90% працюючих), на жаль ввійшли й публічні службовці. Серед його ознак: відчуття втомленості, депресивний стан, нестача енергії та ентузіазму, стан спустошеності, втрата здатності побачити позитивні результати власної праці, негативні установки. Серед причин, що призводять до емоційного виснаження публічних службовців, можна виокремити : високий темп роботи, як фактор робочого навантаження; інформаційні перенавантаження, робота в великих інформаційних потоках; недостатні умови для прояву ініціативності, самовираження, творчого підходу; стресова робота в стані страху не потрапити в ситуацію конфлікту інтересів, напруженість та конфліктність професійного оточення; недостатня підтримка з боку колег, нерозуміння відвідувачів, постійний тиск з боку громадськості; постійні комунікації з великою кількістю людей.

Таким чином, на сьогодні серед публічних службовців як представників тих чи інших професій, діяльність яких пов'язана з людьми, дедалі поширеним є синдром емоційного вигорання, що має негативні наслідки не лише для нервової системи, так і в цілому для організму працівника, крім того позначається на продуктивності праці. Ця проблема потребує детального вивчення, спрямованого як на діагностику, так і на способи профілактики, котрі необхідно проводити як на рівні організації, так і на рівні окремої особистості.

Список використаних джерел

1. Болучевская В. В., Будников М. Ю. Эмоциональное выгорание врачей как актуальная психологическая и медицинская проблема. *Вестник Волгоградского государственного медицинского университета*. 2012. Вып. 2 (42). С. 6 – 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnoe-vygoranie-vrachey-kak-aktualnaya-psihologicheskaya-i-meditsinskaya-problema/viewer>. (дата обращения 27.10.20).

2. Черникова Т. В., Волчанский М. Е., Болучевская В. В. Психопрофилактика эмоционального выгорания у специалистов помогающих профессий системы здравоохранения в процессе непрерывной профессиональной подготовки. *Вестник Волгоградского государственного медицинского университета*. 2012. Вып. 3 (43). С. 100 – 103. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihoprofilaktika-emotsionalnogo-vygoraniya-u-spetsialistov-pomogayuschih-professiy-sistemy-zdravoohraneniya-v-protseesse/viewer>. (дата обращения 27.10.20).

3. Шупта І. М. Способи профілактики та деформації управлінського персоналу. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії* : Вип. 2 (7). Т. 1. Полтава : ПДАА. 2013. С. 311 – 317.

*Манич Н. М. здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.*

ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Антикризова програма має бути укрупненою та розроблятися в цілому по підприємству. За потреби можуть розроблюватися антикризові підпрограми по окремих підрозділах та функціональних службах підприємства (як розвиток, уточнення заходів, передбачених на рівні підприємства).

Для забезпечення проведення всіх антикризових заходів на підприємстві мусить бути налагоджена робота таких підсистем, що формують антикризову стратегію, яка складаються з ряду складових (рис. 1).



Рис. 1. Складові підсистеми антикризового управління

Джерело: опрацьовано автором на основі [2]

Заходи по виходу з кризи, що проводяться цими підсистемами можна поділити на дві групи: тактичні і стратегічні. Тактичні можуть бути як захисними, так і наступальними. Стратегічні – заключаються в оцінці стану та аналізу підприємства, вивчення його потенціалу, розробка виробничої програми, плану доходів, інновацій, розробка загальної концепції оздоровлення підприємства.

Антикризове організаційне управління і антикризовий операційний менеджмент передбачає розробку стратегії організаційних заходів. При цьому аналізується організаційна структура підприємства: рівень спеціалізації, концентрації, кооперації, централізації виробництва, управлінські процеси, склад управлінських ланок та їх взаємодію, ступінь централізації управління та рівень використання економічних, організаційних і соціально-психологічних методів управління.

Антикризова програма розроблюється на підставі проведеної діагностики фінансового стану та загрози банкрутства підприємства, наслідків виникнення ситуації банкрутства, оцінки можливостей підприємства щодо локалізації кризи, її місце в загальному процесі антикризового управління [1, с. 229].

Формування антикризової програми належить до найбільш відповідальних та вагомих питань, оскільки саме обґрунтований вибір антикризових заходів забезпечує виведення підприємства зі стану кризи з найменшими втратами у найкоротші терміни.

Теоретичні питання та методичні аспекти визначення змісту антикризової програми, тобто оптимального переліку антикризових заходів та послідовності їх реалізації, належать до найменш розроблених. Як правило, пропонують певний набір антикризових заходів відповідно до ступеня глибини існуючої кризи та стадії фінансової стабілізації (методи оперативного, тактичного, стратегічного механізму), виділяють оперативні, довгострокові фінансові та довгострокові інвестиційні методи, які використовуються послідовно, якщо

необхідний результат не буде отриманий, групують методи санації залежно від кількісних показників-індикаторів загрози банкрутства тощо.

Список використаних джерел:

1. Федірець О.В. Зеленський А.С., Тищенко А.О. Стратегічні аспекти формування антикризової програми підприємства. *Економічний форум*. Луцьк: ЛНТУ, 2018. № 4. С. 227-233.

2. Brigham E., Houston J. Fundamentals of Financial Management. Cengage Learning, 2009. 752 p.

*Мухан Н. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: к.е.н., доцент Тимошенко І. В.*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Успішність функціонування підприємства на цільовому ринку визначається наявністю чіткої стратегії діяльності, а також необхідним є управління стратегією, що передбачає здійснення моніторингу зовнішнього маркетингового середовища підприємства та адаптації стратегії у випадку зміни впливу чинників макро- та мікросередовища. Процес розробки та обґрунтування стратегічної орієнтації включає три основні елементи:

- визначення нинішньої позиції підприємства в контексті його стратегічних перспектив функціонування;
- стратегічні варіанти його розвитку;
- обґрунтування комплексу заходів з реалізації стратегії.

Стратегічна позиція підприємства визначає цілі та мотиви щодо його подальшого функціонування на ринку, які, в свою чергу, коректуються під впливом чинників зовнішнього середовища та узгоджуються із ключовими компетенціями підприємства. Обрана ж стратегія потребує адекватного інструментарію управління змінами зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, створення умов для реалізації стратегії, розробки оптимальної організаційної структури [1, с. 150].

Розробка маркетингової стратегії це трудомісткий процес, що вимагає значних витрат часу, вміння правильно аналізувати ситуацію, що склалася і креативно мислити. Цей процес починається з аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища і закінчується аналізом ефективності прийнятих рішень. Причому, на останній стадії необхідно довідатися не просто наскільки заплановані дії виконані точно, коректно і в строк, але і те наскільки ці дії правильно обрані для досягнення поставленої мети.

Етапами розробки маркетингової стратегії фахівці зазначають наступні:

1. Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища (сильні і слабкі сторони, можливості та загрози).
2. Вибір стратегій розвитку.
3. Аналіз потреб

4. Сегментація ринку: макро- і мікросегментація.
5. Вибір цільового сегменту.
6. Позиціонування.
7. Комплекс marketing-mix (товар, збут, ціна, комунікації).
8. Бюджет маркетингу.
9. Реалізація плану і контроль [2, с. 178].

Очевидно, що сучасне ринкове середовище характеризується динамічністю та значною невизначеністю, поступовим перенасиченням ринку продукцією, що спричинює формування жорстких умов виживання.

Таким чином, послідовна розробка маркетингової стратегії підприємства дасть змогу не тільки правильно вибрати шлях упровадження стратегії маркетингу, а й отримати необхідний результат, що очікує підприємство. Обрана маркетингова стратегія є основою для розробки маркетингового плану, тобто конкретних дій з реалізації маркетингової стратегії.

Список використаних джерел

1. Возненко А. Розробка та імплементація маркетингової стратегії підприємства на зовнішньому ринку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 4. С. 150–153. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/150-153.pdf.
2. Мурахтанова Н.М. Маркетинг : учебное пособие. Тольятти : ТГУ, 2003. 234 с.
3. Савіна С.С. Тенденції розвитку сучасних концепцій маркетингу. *Ефективна економіка*. 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6393>.

*Мухан Н. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: к.е.н., доцент Тимошенко І. В.*

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Фахівці сходяться у думці про те, що основними проблемами й недоліками маркетингової діяльності підприємств України є: стратегічна маркетингова діяльність підприємств має безсистемний, безпрограмний характер; маркетинг переважно здійснюється підприємствами самостійно в умовах відсутності достатньої поінформованості й проведення аналітичної роботи; рівень забезпечення маркетингу кадровим, науково-методичним, фінансовим та іншим потенціалом у більшості підприємств недостатній для використання наявних ринкових можливостей. Саме тому питання формування дієвої маркетингової стратегії є надзвичайно актуальним для вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності.

Очевидно, що за сучасних умов, існує нагальна необхідність формування маркетингової стратегії підприємств, виходячи з їх поточних ринкових позицій,

перспектив продукції відносно його споживання конкретними групами покупців, виробничих та маркетингових можливостей тощо.

Маркетингова стратегія задіює комплекс заходів, спрямованих на формування та підтримання стійких конкурентних переваг підприємства на ринку промислових товарів, обґрунтовуючи оптимальний варіант забезпечення досягнення цілей розвитку підприємства. В цьому контексті саме маркетингова стратегія є найважливішим синтетичним інструментом стратегічного управління, роль якого полягає у забезпеченні збалансованості та синергії інструментарію розвитку у довгостроковій перспективі, зважаючи на внутрішні та зовнішні умови досягнення передбачуваного ринкового ефекту [1; 3].

Маркетингова стратегія базується на результатах аналізу й прогнозу істотних умов навколишнього середовища, а також сильних і слабких сторін власної діяльності. Для оцінки ефективності маркетингової стратегії використовуються найбільш комплексні методи, що базуються істотним чином на якісних оцінках. Оскільки вживані в цих методах показники, як правило, не характеризують співвідношення ефекту і витрат, а є просто питомими показниками, робимо припущення, що ефективності, а результативності маркетингової діяльності [3, с. 103].

Отже, маркетингова стратегія сприяє господарюючим суб'єктам в оцінці власних сильних і слабких сторін з погляду конкурентів, можливостей і загроз зовнішнього середовища. Цей план визначає альтернативні дії або комбінації дій, які може зробити підприємство для власного довгострокового існування на ринку.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В., Бриндіна О.А. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: монографія. Донецьк: ДонДУЕТ, 2007. 230 с.
2. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг; вид. 2-ге, без змін. Київ: КНЕУ, 2006. 152 с.
3. Квятковська Л.А. Механізм оцінки маркетингових стратегій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011 № 4. Т. II. С. 98-104. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_2_98_104.pdf.

*Мухан Н. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. держ. упр. Кононенко М. М.*

СУДОВА РЕФОРМА В УКРАЇНІ: ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ

Після підписання у 2015 році Указу Президента України «Про Стратегію реформування судоустрою, судочинства та суміжних правових інститутів на 2015-2020 роки» в державі фактично стартувала судова реформа. Як одна зі складових демократичної держави судова гілка влади покликана забезпечувати верховенство закону у життя суспільства. В Стратегії прямо зазначається, що метою судової реформи є «утвердження такого правопорядку, який ґрунтується на високому

рівні правової культури в суспільстві, діяльності всіх суб'єктів суспільних відносин на засадах верховенства права та захисту прав і свобод людини, а в разі їх порушення – справедливого їх відновлення в розумні строки» [1].

Деталізований перелік завдань, заходів, очікуваних результатів та показників реалізації впровадження реформи судоустрою, судочинства та суміжних правових інститутів міститься у Плані дій щодо реалізації положень Стратегії реформування судоустрою, судочинства та суміжних правових інститутів на 2015 – 2020 роки, схваленому Радою з питань судової реформи. Затвердження персонального складу Ради та Положення про неї були необхідним підготовчим етапом судової реформи [2]. До Ради увійшли визнані українські та міжнародні експерти, представники наукової громадськості, представники судової гілки влади, суддівського самоврядування, органів державної виконавчої влади, громадянського суспільства, міжнародних та неурядових організацій, правоохоронних органів, практикуючі юристи та адвокати.

З метою посилити та прискорити роботу з реформування судової системи в червні 2019 року Президентом України було ліквідовано Раду з питань судової реформи, а натомість утворено Комісію з питань правової реформи як консультативно-дорадчий орган при Президентові [3].

Комісія за своїм персональним складом, крім двох співголів (Буроменський М. В. та Рябошапка Р. Г.), була відразу поділена на робочі групи з найважливіших питань, які мало вирішити суспільство в ході судової реформи, а саме:

- робоча група з питань підготовки пропозицій щодо внесення змін до Конституції України (11 осіб);
- робоча група з питань розвитку законодавства про організацію судової влади та здійснення правосуддя (27 осіб);
- робоча група з питань розвитку кримінального права (9 осіб);
- робоча група з питань реформування кримінальної юстиції (12 осіб);
- робоча група з питань розвитку юридичної освіти (12 осіб);
- робоча група з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій (11 осіб).

Про надзвичайно високий рівень учасників Комісії свідчить і той факт, що з 84 осіб (включаючи двох співголів), вчений ступень доктора або кандидата юридичних наук та наукове звання професора або доцента, мають, відповідно, 52 особи, що складає 62 % від загального складу.

Спадкоємність українських традицій боротьби за права людини підкреслює членство у складі комісії представників громадської спільки «Українська Гельсінська спілка з прав людини», діячі якої ще в 60-ті роки минулого століття стали уособленням правозахисного руху.

Окремим Указом Президента України було затверджено склад із 25 осіб консультантів та спостерігачів від міжнародних організацій, які беруть участь у роботі Комісії з питань правової реформи [4]. До цієї групи дали згоду увійти представники програм та керівники проектів з Європейського Союзу, США, координатори програм ЄС в Україні. На особливу увагу заслуговує участь у цій

роботі директора Європейської організації публічного права Спиридона Флогайтіса, адже судову реформу в Україні спрямовано на удосконалення діяльності інститутів публічної сфери.

Визначаючи коло завдань та повноважень Комісії з питань правової реформи в Україні, було прямо вказано на необхідність її тісної співпраці з органами державної влади, місцевого самоврядування, громадськими організаціями. Після визначення персонального складу Комісії було реалізовано наступний важливий крок – Комісія визначилася з Концепцією удосконалення діючого законодавства про судоустрій, статус суддів, судочинство та суміжні правові інститути. Сама Концепція спрямована на прискорення та посилення реформування судочинства. В ході реалізації положень Концепції учасники Комісії виділили три основні блоки: це судоустрій та статус суддів, судочинство та, так звані, суміжні правові інститути, під якими розуміють актуальні питання досудового (позасудового) вирішення спорів, виконання судових рішень та діяльність адвокатури.

Список використаних джерел

1. Про Стратегію реформування судоустрою, судочинства та суміжних правових інститутів на 2015-2020 роки : Указ Президента України від 20.05.2015 № 276/2015. *Верховна Рада України. Законодавство України : Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/375-17#Text> (дата звернення: 25.10.2020 р.)
2. Про питання щодо Ради судової реформи : Указ Президента України від 27.10.2014 № 826/2014.
3. Про Комісію з питань правової реформи : Указ Президента України від 21.06.2019 № 421/2019 (діє в редакції: 09.11.2019). *Верховна Рада України. Законодавство України : Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/421/2019#Text> (дата звернення: 25.10.2020 р.)
4. Склад консультантів та спостерігачів від міжнародних організацій, які беруть участь у роботі Комісії з питань правової реформи : Указ Президента України від 7 серпня 2019 року № 584/2019. *Президент України. Офіційне інтернет-представництво: сайт*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/5842019-28949> (дата звернення: 25.10.2020 р.)

*Мушта Б. П., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри Сень О. В.*

ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми формування стратегії підприємств, що здійснюють свою діяльність на спеціалізованих ринках, є актуальними у період активного становлення і розвитку національного ринку. Особливе місце у їх вирішенні

займає планування, формування та розвиток збутових мереж і виявлення потенціалу збуту. Водночас галузь сільського господарства має низку особливостей, що зумовлюють значні коливання пропозиції на ринку (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості збутової діяльності сільськогосподарських підприємств [2, с. 95]

Особливості	Сутність
Галузі	Переважно сировинна; ціноутворення на сільгосппродукцію, на відміну від інших галузей, починається з витрат на гірших землях; залежність від індустріальної сфери; потреба державної допомоги
Підприємств	Масштаб, спеціалізація, концентрація, диверсифікація виробництва, географічне розміщення, просторова розосередженість, членство в інтеграційному об'єднанні чи постачальницько-збутовому кооперативі, можливість утримувати відділ маркетингу
Виробництва	Високі ризики, потреба належної державної підтримки, більшого кредитування, страхування, субсидування і дотацій, наявність речового фактору, в тому числі значної кількості різноманітної техніки, що диктується вегетаційним періодом, агротехнічною технологією, а не ступенем використання машин, можливе перевиробництво продукції
Виробничого циклу	Сезонність виробництва, великий контраст між робочим періодом і часом виробництва, коли предмети праці перебувають під впливом природних і біологічних чинників.
Продукції	Осередкований асортимент продукції, яка по-своєму специфічна (еластична, швидко псується, мало транспортабельна, вимагає особливих режимів зберігання, транспортування тощо), відрізняється вираженою сезонністю випуску і постійністю споживання, що зумовлює необхідність прискорення обміну, скорочення тривалості активів купівлі-продажу, оптимізації міжгалузевих і міжрегіональних зв'язків; значна частина сільськогосподарської продукції залишається для внутрішнього споживання
Ринкового середовища	Вимагає від сфери обігу прогнозування розвитку товарних ринків, визначення потреб у сільськогосподарській продукції, гарантій збуту виробленої продукції, наявності посередницьких структур, олігополія торгівлі

Основною ознакою сільського господарства є його товарний характер, який вимагає чіткої й ефективної взаємодії виробництва продукції суб'єктів господарювання зі збутовою діяльністю підприємств. Суперечність між споживчою вартістю і вартістю товарної продукції з поглибленням ринкових процесів загострюється [1, с. 144].

По-перше, в умовах комбінації праці визначення суспільно значущої, втіленої в продукт праці надзвичайно складне, оскільки один працівник сільського господарства забезпечує роботою десять працівників в інших галузях економіки. По-друге, інтернаціоналізація виробництва, глобалізація товарних ринків, у тому числі агропродовольчих, зумовлюють неможливість використання середньогалузевих затрат праці як мірила суспільної вартості. По-третє, соціалізація сільськогосподарського виробництва (дотації, субсидії, пільги) деформує відповідність суспільної і споживчої вартості.

Ефективність взаємодії сільськогосподарського виробництва і збуту в системі відтворення значною мірою залежить від форм збуту. Збут виступає не

лише як специфічна стадія процесу відтворення, а ще й в умовах розширеного товарного виробництва набуває самостійної форми підсистеми економічних відносин. В економіці ринкового типу, високої конкуренції на продовольчому ринку, дії ринкових механізмів забезпечення обміну, торгівля стає важливою формою товарно-грошових відносин в системі відтворення господарства й суттєво впливає на виробництво, розподіл і споживання [2, с. 151]. Це дає змогу значно розширити функції збуту й модифікувати його форми, за яких він набуває якісно нових ознак у формуванні вартості сільського господарства.

Список використаних джерел

1. Соловійов І. О. Агромакетинг : системна методологія, реалізація концепції : монографія. Херсон : Олди-плюс, 2008. 344 с.
2. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств. Л., 2005. 202 с.

*Олексенко А. А., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т. В.*

ПЕРСПЕКТИВА ФОРСАЙТ-ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

Наразі в Україні форсайти ще не мають широкого застосування, а незначна кількість таких проектів не дає можливості говорити, що сформована достатня методична база для розробки корисних результатів не тільки для отримання інформації про ймовірне майбутнє, а й для формування політики розвитку з урахуванням інтересів усіх стейкхолдерів. Хоча у світі уже давно застосовують такий інструмент.

Перші форсайти датуються 1960-ми та 1970-ми роками та були запроваджені у США та Японії. Зростаючий інтерес до національних форсайтів можна було вперше помітити у Західній Європі у 90-х роках [4].

На даний час форсайт прогнози розробляються науковими установами майже в усіх країнах світу. Як визначається Берзле О. [2] найбільш відомими є форсайти, які було розроблено в США, країнах ЄС, Кореї, Японії, Канаді.

Форсайт здобув загального визнання і широко застосовувався для спрямування наукової, технологічної та інноваційної політики в ряді країн та багатьма організаціями [3].

В Японії проводять національні Форсайт науки і технологій кожні п'ять років, починаючи з 1971 року, з горизонтом в 30 років, так що вже можна оцінювати, що вдалося вгадати, а що ні. В цілому вірогідність цих прогнозів оцінюється на рівні 70%, що досить багато. Але ж мета Форсайт не так вгадати, скільки оцінити можливий напрямок розвитку, щоб розуміти, куди рухатися і яких зусиль робити. Є й такі технології, які в прогнозах виглядають як «рухома ціль». Наприклад, на розробку автоматичного перекладу мови ще в 1970-х роках відводили 20 років. І тільки зараз технології розпізнавання голосу і якісного перекладу текстів наближають людство до вирішення цього завдання [1].

Таким чином, форсайт-дослідження формують ґрунтовну основу для обґрунтування стратегічних рішень як для бізнесу, органів публічної влади, так і для науково-освітньої спільноти. Це обумовлює необхідність розробки методології форсайту, яка б урахувала особливості соціально-економічного та науково-технологічного стану України з урахуванням цілей та пріоритетів усіх стейкхолдерів. На нашу думку, популяризація форсайту в Україні надасть змогу підвищити ефективність стратегій розвитку пріоритетних сфер національного господарства.

Список використаних джерел:

1. Фукулова Ю. Сценарии, которые сбываются. 2017. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/issledovaniya/a20481>
2. Berze O. Mapping Foresight Practices Worldwide. Discussion Paper. URL: http://projects.mcrit.com/esponfutures/documents/International%20Studies/Otilia%20Berze_Mapping%20Foresight%20Practices%20Worldwide.pdf. (дата звернення 14.11.2019)
3. Cagnin C, Keenan M, Johnston R, Scopolo F, Barré R (eds) Future-Oriented Technology Analysis. Strategic Intelligence for an Innovative Economy. Springer. 2008. Germany
4. United Nations Industrial Development Organisation Technology foresight manual, 2005. Vol. 1–2, Vienna

*Олійник О. Г., Макєєв С. Л., Лануца Н. А.,
здобувачі вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.е.н., доцент Дорофєєв О. В.*

ПОГЛИБЛЕННЯ РОЛІ ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ У РОЗВИТКУ ЛІДЕРСТВА У ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ

В умовах перманентних змін феномен лідерства у публічній сфері може розглядатися як важливий чинник впливу на результативність організаційних процесів та ефективність державного управління в цілому. Концепція розвитку лідерства на державній службі повинна представляти собою систему взаємоузгоджених дій, метою яких є не стільки організаційне вдосконалення, скільки оптимізація ролі держави, яка не тільки має надавати допомогу в реалізації інтересів населення, а й активно брати участь у формуванні громадянського суспільства.

Основні напрямки й пріоритети розвитку лідерства у публічній сфері перш за все повинні спиратися на дані теоретичних та емпіричних досліджень, результати яких визначають головні напрямки розвитку. Це впливає з інтерпретації лідерства як однієї з важливих складових в управлінні самими державними службовцями, що належать різним рівням організаційної ієрархії. На наш погляд, концепція розвитку лідерства містить наступні складові [1, с. 74]:

- освітню, регламентовану процедурами, спрямованими на зміну форм навчання в межах застосування сучасних методів активного впливу на особистість з метою підготовки її до практичної управлінської діяльності;

- організаційну, яка забезпечується трансформацією діяльності служб управління персоналом державних органів, спрямовану на активне їх включення у формуючу діяльність щодо підвищення якості управлінських взаємодій суб'єкта й об'єкта управління;

- діяльнісну, засновану на використанні ситуаційного управління;

- індивідуальну, що передбачає існування особистісної структури, яка забезпечує персональну (операційну й мотиваційну) готовність до змін, досвід і ресурси впливу;

- групової взаємодії, яка базується на аналізі поведінки лідерів у межах виконання управлінських обов'язків, підтримки ділових і міжособистісних відносин.

При цьому домінуючу роль має відігравати її освітня складова. Це обумовлено полісемантичністю даного поняття, яке містить низку ознак, що входять в освіту в загальному розумінні цього поняття, а також в процедурах, покликаних обслуговувати і оптимізувати даний процес, зокрема [2, с. 164]:

- колегіальна підготовка освітніх програм і нормативних документів (із залученням провідних спеціалістів й інших стейкхолдерів), що визначають єдині підходи до системи формування лідерської компоненти в межах організаційних структур на державній службі;

- створення нормативної бази, яка регламентує питання ліцензування такої освітньої діяльності, сертифікації та акредитації цього напрямку в навчанні, що дозволить створити умови для стабільного функціонування підрозділів, які сприяють впровадженню нової управлінської культури в межах єдиного освітнього простору системи професійного навчання державних службовців. Реалізація ефективного контролю забезпечення якості освіти, що діє під час підготовки фахівця-управлінця;

- модернізація єдиної системи розвитку лідерства у публічній сфері, що передбачає здійснення координації діяльності при прогнозуванні та стратегічне планування роботи освіти на інноваційній основі (базовою для цього є система Національної академії державного управління при Президентові України);

- встановлення єдиних вимог до підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації керівників у публічній сфері й якості їхньої освіти (розвиток лідерських компетентностей на основі використання соціально-психологічних технологій);

- створення інформаційного та навчально-методичного забезпечення освітніх програм з розвитку лідерства й розробка організаційних форм, що дозволяють навчальним закладам системи Національної академії державного управління при Президентові України реалізовувати спільні програми навчання з використанням інформаційних і комунікаційних технологій;

– створення механізмів включення всіх суб'єктів публічного управління в роботу з розвитку лідерства в системі управлінських взаємодій на державній службі, розробка державно-громадської системи моніторингу якості управління.

Підводячи підсумки варто сказати, що найбільш результативними моделями лідера у публічній сфері визнано харизматичне та трансформаційне лідерство. В умовах динамічних змін зовнішнього середовища лідер повинен постійно навчатися й підвищувати рівень кваліфікації, навіть якщо має базову освіту з публічного управління. І якщо харизматичний лідер може певний час протриматися за рахунок розвиненої інтуїції й інших природних задатків, то постійне навчання, ознайомлення з досвідом управлінців інших організацій, а також адаптація отриманих знань до існуючих умов є важливою складовою утримання й поглиблення позиції лідера для трансформаційної моделі.

Список використаних джерел

1. Кадрова політика і державна служба : навчальний посібник / С.М. Серьогін та ін. ; за заг. ред. проф. С.М. Серьогіна. Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2011. 352 с.

2. Хаїтов П.О. Розвиток трансформаційного лідерства на державній службі : дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.03. Дніпро, 2017. 201 с.

*Павлушенко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент, професор кафедри Сердюк О. І.*

ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

З точки зору управління вчені розглядають поняття «взаємодія» як форму зв'язку елементів відкритої системи, за допомогою якої вони, лише взаємно доповнюючи один одного, створюють необхідні умови для успішного функціонування всієї системи загалом. Необхідно зважати на те, що взаємодія як управлінська категорія проявляється не лише у внутрішньо організаційній діяльності системи, а й зовнішніх функціях [1].

Виділяють наступні основні ознаки взаємодії (табл. 1).

Таблиця 1

Основні ознаки взаємодії

№ п/п	Характеристика
1.	Встановлення зв'язку між суб'єктами взаємодії.
2.	Погодженість заходів із метою, місцем, часом проведення, методами.
3.	Спільність основних завдань та функцій, які виконують суб'єкти взаємодії.
4.	Відповідне становище суб'єктів взаємодії в ієрархії влади.
5.	Наявність нормативної бази, де відображені наведені вище ознаки взаємодії.

Джерело: сформовано автором на основі [2, с. 283]

Взаємодія органів місцевого самоврядування з громадськістю – це співпраця органів місцевого самоврядування, членів територіальної громади шляхом координації діяльності вирішення їх спільних проблем, спрямована як на забезпечення успішної реалізації функцій і виконання завдань органами місцевого самоврядування, так і на ефективну реалізацію прав та інтересів територіальної громади [2, с. 288]. При залученні громадськості до процесу прийняття рішень, до спільної взаємодії, влада виступає як суб'єкт, тобто впливає на громадськість з метою активізації її діяльності, створює необхідні для цього умови, організує заходи тощо. У результаті цього процесу громадськість, яка виступала в ролі об'єкта діяльності влади, перетворюється на суб'єкта, тобто починає впливати на владу, контролювати її та «диктувати» свої умови (вимагати вирішення тих питань, які, на її думку, які є першочерговими та найнеобхіднішими).

Основними функціями взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю є: участь громадян у визначенні напрямів самоврядної політики, досягнення взаєморозуміння, забезпечення реалізації прав та інтересів членів територіальної громади, комунікативна функція, формування іміджу органів місцевого самоврядування.

Взаємодія органів місцевого самоврядування з громадськістю може набувати різних форм, залежно від цілей та обсягу повноважень суб'єктів. Найбільш поширеними формами є: збори громадян, місцеві ініціативи, залучення до процедури прийняття рішень органів самоорганізації населення та спеціально створених дорадчих органів громадського контролю при органах виконавчої влади (громадські ради).

При взаємодії з громадськістю влада повинна знаходити компроміс у відносинах, застосовуючи для цього різні види механізмів. В цьому процесі мають бути зацікавлені обидві сторони, але для здійснення ефективної, плідної взаємодії ініціатива все ж повинна надходити з боку влади. Саме тоді, коли влада здійснює перші кроки з метою участі населення у вирішенні з нею проблемних питань, застосовують поняття «зв'язки з громадськістю».

Налагоджені механізми взаємодії з громадськістю у органах місцевого самоврядування сприяють інформуванню громадськості, контролю суспільної думки та створюють умови для маніпулювання суспільною свідомістю.

Список використаних джерел

1. Завальна Ж. Щодо питання врегулювання взаємодії органів публічної влади у договірних формах. *Право України*, 2010. №7. С. 176-181.
2. Полішкевич Л. Теоретичні засади взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю. *Ефективність державного управління*, 2016. Вип. 4(49). Ч.1. С. 282-289.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Доцільність дослідження інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств зумовлена посиленням конкурентної боротьби на ринку сільськогосподарської продукції. Практика інновацій свідчить про те, що на їх шляху є ще чимало перепон, які суттєво стримують інноваційний розвиток у державі; це стратегічний напрям для підвищення ефективності функціонування галузей та регіонів. Проте ці кроки вимагають конкретного наповнення, від організації підготовки кадрів до практичної реалізації масштабних інноваційних проєктів та програм [1, с. 37].

Ряд принципових питань інноваційного розвитку сільського господарства поки що не визначено, зокрема, механізми стимулювання та державної підтримки інноваційної діяльності, розширення комерційних можливостей фінансування інноваційних розробок і венчурного підприємництва, поглиблення інформаційних та економічних взаємозв'язків між наукою й виробництвом у процесі використання інтелектуальної власності, регіональні аспекти інноваційного процесу в аграрній сфері. У сучасних умовах інноваційний розвиток підприємств аграрної сфери можливий тільки на основі відповідної моделі, яка має враховувати регіональні особливості агропромислового виробництва і можливості інноваційного розвитку. Становлення інноваційної моделі розвитку агропромислового виробництва є системою проблемою [2, с. 65].

Відаючи належне результатам досліджень та їх ролі в збагаченні інноваційної парадигми розвитку, все ж необхідно зазначити, що до даної предметної площини досліджень майже не було включено регіональний контекст, недостатньо розкрито специфіку інноваційного розвитку сільськогосподарського виробництва, яка полягає в тому, що одночасно із застосуванням інноваційних технологій повинні враховуватись соціально–економічні чинники зайнятості населення, розвитку суміжних галузей (рослинництва, тваринництва) та недопущення зниження родючості ґрунтів.

У найширшому розумінні агроінновація – це нововведення, що реалізується в аграрній сфері. Специфіку інновацій в аграрній сфері зумовлено, особливостями самого сільського господарства, де основним фактором виробництва виступає земля, в процесі виробництва існує чітка взаємодія з живими організмами (рослинами, тваринами), виробництво має сезонний характер та високий рівень ризику. Інноваційну діяльність у сільському господарстві можна розглядати на чотирьох етапах: розробка новацій, їх апробація та перевірка, відтворення новацій, а також упровадження їх у виробництво [3].

Незважаючи на всі проблеми інноваційного розвитку, реалізація нововведень в діяльність сільськогосподарських підприємств підвищить рівень

їх конкурентоспроможності та покращить ефективність виробничо-господарської діяльності в цілому, що особливо актуально у зв'язку зі світовою потребою у збільшенні рівня продовольчого забезпечення, зростанням попиту на біопальне та обмеженістю земельних ресурсів.

Список використаних джерел

1. Гордієнко В. П. Інноваційний розвиток регіонів на основі технопаркової концепції. *Економічний простір*. 2016. № 46. С. 37–44.
2. Дацій О. І. Фінансове забезпечення інновацій в агропромисловому комплексі України. *Проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку*. 2017. № 1. С. 65-76.
3. Офіційний web-сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL : <http://www.minagro.gov.ua> (дата звернення: 20.10.2020).

*Пащенко В. М., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Боровик Т. В.*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Сьогодні оптова торгівля є головним елементом ринкової економіки, невід'ємною частиною внутрішньої та зовнішньої торгівлі країни, є основним елементом забезпечення ефективного товароруку в Україні. Оптова торгівля являється стратегічною сферою діяльності, оскільки вона може відігравати важливу роль у розвитку вітчизняного виробництва, внутрішньої та зовнішньої торгівлі, тобто сприяти більш повному задоволенню потреб споживачів та позитивно впливати на соціально-економічний розвиток країни в цілому[1].

Щомісяця в Україні реєструють в середньому 26 632 підприємства, при цьому 3 408 зареєстрованих підприємств припадають саме на галузь оптової торгівлі. На сьогодні оптова торгівля України займає вагомий частку в економіці та стабільно розвивається, про це свідчить щорічна позитивна динаміка.

Таблиця 1

Оптовий товарооборот в Україні

Показники	Роки			2019 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення, %
Оптовий товарооборот, млн.грн.	1908670	2215367	2322176	413506	21,7
продовольчі товари	314047	356102	392139	78092	24,9
непродовольчі товари	1594623	1859264	1930037	335414	21,0
Частка продажу товарів, що вироблені на території України, %	43,7	42	44,1	x	x

Виходячи з даних, наведених в таблиці, можна сказати, що обсяг оптового товарообороту з 2017 р. по 2019 р. активно зростає та демонструє приріст в 413506 млн.грн. (21,7%).

Попри позитивну динаміку оптова торгівля в нашій країні стикається з безліччю проблем:

- невідповідністю нормативно-правової бази сучасним вимогам, недосконалість податкового законодавства, саме це призводить до збільшення економічних злочинів в цій сфері діяльності;

- слабка системи державного регулювання оптової сфери, що призводить до монополізації ринку;

- слабка логістична система, низький розвитком складської мережі;

- недостатнім рівнем інформаційного забезпечення клієнтів ринку, що призводить до проблем у співпраці та пошуку оптових торговців;

Саме з цими проблемами стикається кожен оптовий торговець в країні, що призводить до гальмування розвитку цієї сфери, та створює проблеми в інвестуванні цієї галузі, саме ця проблематика заважає співпраці з іноземними компаніями.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку перед торговельними підприємствами постають питання щодо визначення стратегічних напрямів їх подальшого функціонування і підвищення ефективності ведення господарської діяльності. Вирішення цих питань потребує безпосереднього втручання держаних органів влади[3].

Перспективами оптової торгівлі є постійне зростання товарообороту в країні, що дозволяє оптовим торговцям постійно нарощувати прибутки, зростання кількості роздрібних торговців, призводить до зростання попиту на оптових посередників, зростання аграрного сектору країни призводить до потреб в реалізації великих партій продукції, та пошуку оптових посередників, саме це створює перспективи та засади для розвитку галузі оптової торгівлі.

Отже, оптова торгівля є важливим елементом розвитку торгівлі в країні, впливаючи на товаровиробників та на споживачів, задовольняючи їх потреби, через забезпечення роздрібних мережі товарами, галузь активно зростає та розвивається.

Список використаних джерел

1. Голошубова Н.О. Торопков В.М. Оптова торгівля: організація та технологія [Текст]: [навч. посібн.]. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 265 с.

2. Державна служба статистик України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Сотник І.М. Петренко Т.П. Проблеми та перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні. Механізм регулювання економіки. 2012. Вип. 4. С. 94.

ВЕБ-ОРІЄНТОВАНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА КОМПЛЕКСНОГО ЦЕНТРУ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ

Веб-програмування на сьогоднішній час займає широке коло професійних задач, які пов'язані з розробкою програмних систем, що функціонують у межах інфраструктури всесвітньої мережі WWW та її сервісів.

Процес створення веб-орієнтованих інформаційних систем дозволяє користувачеві вводити дані і отримувати інформацію, працювати з вікнами і меню, зберігати дані на сервері і отримувати відповіді. При цьому програмне забезпечення працює не на комп'ютері користувача, а на віддаленому сервері мережі, а доступ до даних можна отримати з будь-якого місця, де є можливість використати кабельні мережі чи телефонний зв'язок.

Надійність таких систем полягає у тому, що вони повинні працювати без збоїв і в режимі реального часу, коли всі користувачі працюють віддалено в різних містах або навіть в різних континентах коли до системи є доступ через Інтернет [1], використовуючи безліч різних інтерактивних сервісів у рамках одного ресурсу. Прикладом цих сервісів є електронна пошта, форуми, стрічки новин, блоги, опитування, голосування та ін.

Кожна веб-сторінка сайту має унікальний ідентифікатор з точки зору відвідувача – свою URL-адресу. Веб-сторінка сайту у загальному вигляді містить таку структуру:

- шапку сайту, яка розміщена в самому верху сторінки;
- засоби навігації, зазвичай розміщені з лівого краю;
- ефективний контент сторінки, який займає більшу частину;
- підвал сайту, знаходиться в самому кінці сторінки.

Ефективний контент веб-сторінки сайту містить:

- заголовок;
- основний контент.

Також додатково може містити:

- анотацію;
- зображення-ілюстрацію для анотації;
- зображення-ілюстрацію основного контенту;
- короткий заголовок, якщо основний заголовок довгий (наприклад меню);
- дати (дата створення, дата редагування тощо).

Таким чином ефективний контент веб-сторінки сприймається як сутність системи, що підлягає формалізації в базі даних у якості елемента контенту або сторінки. Тож під терміном сторінка у межах інформаційно-логічної моделі системи сприймає фрагмент інформації, що складається із згаданих вище атрибутів та може бути представленим на вебсайті як веб-документ із власною URL-адресою [2].

Окрім окремого веб-документа елемент контенту або сторінка може публікуватися на веб-сайті також у таких формах:

- посилання в межах контенту деякої іншої сторінки; у такому випадку для публікації сторінки задіюється атрибут URL та, можливо, анотація як значення атрибуту title тега;
- посилання як елемент меню; аналогічно у такому випадку для публікації сторінки задіюється атрибут URL та анотація як значення атрибуту title тега;
- блок анотованого посилання – форма представлення посилання на сторінку, що містить заголовок-посилання (назва сторінки, на яку веде посилання), анотацію сторінки та ілюстрацію. Подібне оформлення є зручним та інформативним, тому часто зустрічається на багатьох веб-ресурсах. У випадку розміщення анотованого посилання у стрічці новин, блок посилання може також містити дату сторінки [3].

Проаналізувавши декілька сайтів Центрів по підготовці кадрів можна зазначити, що загалом на них присутні вкладки з випадковими ієрархічними списками, в яких можна знайти інформацію про даний центр/відділ, контактні дані, карту сайту, інформацію про професії, дошка оголошень, консультативна допомога, контактні дані, інформацію про викладачів, їх кваліфікацію та спеціалізацію. На головній сторінці розміщується важлива інформація, новини та форма для заповнення заяви, з внесенням індивідуальних даних та даних для здійснення контакту. Обов'язковим елементом подібних сайтів є посилання на соціальні сторінки.

Список використаних джерел

1. Джон Дакетт HTML и CSS. Разработка и дизайн веб-сайтов. - Издательство ЭКСМО, 2017. – 480 с.
2. Титенко, С. В. Моделювання спеціалізованих інформаційних об'єктів в універсальних системах керування Web-контентом / С. В. Титенко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля – 2012. – №8 (179). Ч.2. — С. 235-239.
3. Сазонець О. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю. - «Видавництво "Центр навчальної літератури"», 2017. – 256 с.

*Рашин А. І., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології
Науковий керівник: д.т.н., професор Слюсар В. І.*

СЕРВІСИ ДЛЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ГЕОГРАФІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ

Останнім часом, сервіси візуалізації, особливо географічних об'єктів, стали дуже затребувані. Це обумовлено сучасними можливостями інформаційних систем і технологій стосовно оперативної перевірки стану об'єкту, спираючись на існуючі бази та/або банки даних. В основному, для надання користувачам зазначених сервісів використовуються веб-додатки, які

вдало реалізують можливості cloud-платформ. Збільшення кількості відповідних веб-ресурсів ускладнює вибір того чи іншого сервісу візуалізації в умовах реалізації на регіональному рівні Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України [1].

Як наслідок, на основі проведеного аналізу можливостей існуючих сервісів візуалізації географічних об'єктів, в роботі запропонований підхід щодо вирішення цього питання.

Даний підхід спирається на застосування інформаційної системи (ІС) від SOFT.FARM [2]. При цьому, використовується база даних (БД) для зберігання агрономічної інформації. Сама система характеризується швидким доступом до інструментарію редагування, обробки та зберігання інформації. Наприклад, за допомогою ІС на сайті можна швидко отримати інформацію по вегетаційним індексам NDVI, будувати карти завдань для техніки, створювати картографи властивостей ґрунту, аналізувати погоду з метеостанцій та проводити обстеження стану посівів на наявність шкідників або хвороб за допомогою мобільного додатку. В ІС застосовуються сервіси Google, що забезпечує легке посилання на реальні мапи та використання інших додатків в інтересах візуалізації географічних об'єктів. Для зазначеної візуалізації можливе також використання додатку Google Earth [3]. В рамках даного проекту надається доступ до зображень на основі аерозйомки та супутникових знімків більшої частини Землі. Для деяких регіонів ці знімки сягають досить високої якості. Програма поширюється під двома різними ліцензіями: Google Earth, безкоштовна версія з обмеженою функціональністю; та Google Earth Pro, що пропонується для комерційного використання. Аналіз властивостей даної програми свідчить, що в даному веб-сервісу візуалізації є можливість використовувати досить велику групу функцій, такі як: формування 3D-об'єктів, фото вибраної ділянки, 3D-панорама, навігація по місцевості та ін. В цілому, користувачі можуть ставити на карті власні мітки, які надалі допоможуть в швидкому пошуку місця, фотографії, розташуванні якого-небудь об'єкту, а також побачити межі і назви населених пунктів, водойм і полів та ін.

Враховуючі сучасні тенденції розвитку інформаційних технологій, можливо прогнозувати появу перспективних сервісів для візуалізації географічних об'єктів на основі штучного інтелекту та VR/AR [4].

Список використаних джерел:

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження КМ України від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p#Text> (дата звернення: 29.10.2020).
2. Soft.Farm – інформаційна система сучасної агрономії. URL: <https://www.soft.farm/uk/crop-husbandry> (дата звернення: 29.10.2020).
3. URL: <https://earth.google.com/web> (дата звернення: 29.10.2020).
4. Слюсар В.І. Роль искусственного интеллекта в кросс-платформенном распределении данных дополненной реальности. *Проблеми координації військово-технічної та оборонно-промислової політики в Україні. Перспективи розвитку*

*Рень В. І., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології
Науковий керівник: к.т.н., доцент Слюсарь І. І.*

АНАЛІЗ КАТЕГОРІЙ ВРАЗЛИВОСТЕЙ ПРИСТРОЇВ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ

На даний час, Інтернет речей (Internet of Things, IoT) стрімко розвивається [1]. Однак, механізми кібербезпеки IoT-пристроїв ще далека від досконалості. Наприклад, згідно [2], експерти з безпеки з IBM X-Force виявили, що на ботнет Mozi тепер припадає 90 % трафіку з пристроїв IoT. Як відомо, Mozi вийшов з від вихідних кодів сумнозвісних сімейств шкідливих програм, таких як Mirai, IoT Reaper і Gafgyt. Ботнет здатний до DDoS-атак, крадіжки даних, виконання команд або корисного навантаження.

Все це свідчить про необхідність ретельного вибору пристроїв IoT при створенні проектів системи Smart Home. При цьому потрібно звернути увагу на низку категорій основних вразливостей потенціальних елементів даної системи [3]: слабкі, передбачувані і жорстко закодовані паролі; небезпечні мережні підключення; небезпечні інтерфейси екосистем; відсутність безпечного механізму оновлень; використання небезпечних або застарілих компонентів; недостатній захист приватності; небезпечна передача і зберігання даних; відсутність можливості налаштування пристрою; небезпечні налаштування за замовчуванням; відсутність фізичного захисту.

З іншого боку, масштабне впровадження IoT супроводжується появою нової номенклатури пристроїв IoT. Для вирішення питання щодо їх кібербезпеки доцільно використовувати наступну схему [4].

На першому етапі проводиться аудит за кількома напрямками: аналіз архітектури пристрою; дослідження можливості модифікації вбудованого програмного забезпечення та/або зміни конфігурації і віддаленого управління; виявлення найбільш критичних проблем безпеки і перевірка можливих шляхів їх реалізації.

На другому етапі визначається об'єкт дослідження: програмне забезпечення, необхідне для роботи пристрою (firmware); апаратна частина пристрою; системи захисту, що реалізовані в пристрої.

На третьому етапі формується результат перевірки: схема поверхні атаки (attack surface) для пристрою; список раніше невідомих вразливостей (0-day) в прошивці пристрою; список всіх відомих вразливостей (1-day) в сторонньому коді, що використовується в по пристрою; рекомендації щодо підвищення рівня безпеки досліджуваного пристрою.

При цьому, в якості узагальнених рекомендацій щодо реалізації системи Smart Home необхідно звернути увагу на наступні положення [5].

1. Захист роутеру Wi-Fi. Більшість користувачів після установки роутера залишають налаштування за замовчуванням, що є досить поширеною помилкою. Це може становити велику загрозу безпеці підключених пристроїв. Тому, слід негайно змінити паролі (WPA2 або WPA3 на новіших моделях) для підключення до роутера і для доступу до його конфігурації.

2. Шифрування веб-трафіку. Найпростіший метод – створити віртуальну приватну мережу (VPN), яка буде працювати як зашифрований тунель для веб-трафіку. Це дозволить не тільки захистити персональні дані від сторонніх осіб, але і в разі необхідності – отримати доступ до них з будь-якої точки світу.

3. Безпека смартфона. Мобільні пристрої володіють функціоналом комп'ютерів і використовуються не тільки для дзвінків, але і для фотозйомки, зберігання файлів, отримання і відправки електронної пошти. Оскільки більшість цих завдань передбачає доступ до особистих даних і підключення до інтернету, смартфон повинен бути надійно захищений. Хоча для більшості смартфонів доступні рішення з безпеки, які допомагають запобігти проникненню загроз на пристрій, для додаткового захисту слід зашифрувати всі конфіденційні дані на смартфоні. Таким чином, в разі отримання доступу до пристрою, кіберзлочинці не зможуть прочитати особисті дані користувача.

3. Захист смарт-телевізора. Щоб захистити смарт-телевізор, спочатку слід правильно налаштувати його. Перш за все необхідно визначити параметри конфіденційності для даних, які може збирати провайдер, а потім настроїти батьківський контроль для захисту дітей від небажаного контенту. Крім того, важливо перевірити наявність оновлень програмно-апаратних засобів, і, звичайно, завантажити рішення з безпеки для захисту смарт-телевізора.

4. Оновлення програмного забезпечення пристрою (це базове правило кібербезпеки). Будь-які виправлення безпеки та оновлення слід застосовувати відразу після їх виходу, інакше користувач ризикує стати жертвою атак кіберзлочинців.

Список використаних джерел:

1. Слюсарь Игорь, Слюсар Вадим. Особенности интеграции объектов дополненной реальности и Smart House. *XVIII International Scientific and Practical Conference «Modern science, practice, society»*: Abstracts, Boston, USA, 25-26 May 2020. Boston, 2020. Pp. 434-437. – DOI: 10.46299/iscg.2020.xviii.

2. URL: <https://internetua.com/ibm-obnarujila-botnet-kotoryi-ispolzuet-90-trafika-s-ustroystv-interneta-veshei> (дата звернення: 29.10.2020).

3. URL: <https://m.habr.com/ru/company/dsec/blog/509276/> (дата звернення: 29.10.2020).

4. URL: <https://dsec.ru/security-audit/research/issledovanie-iot-i-setevykh-ustrojstv/> (дата звернення: 29.10.2020).

5. URL: <https://www.unian.net/science/kiberbezopasnost-sovety-kak-usilit-zashchitu-interneta-veshchey-novosti-11172053.html> (дата звернення: 29.10.2020).

ВИРОБНИЧА СТРАТЕГІЯ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Підсумком розробки стратегічного плану підприємства, враховуючи аналіз зовнішнього, внутрішнього середовища підприємства та аналіз конкурентів, виступають стратегія та цілі підприємства. Визначальним та найбільш складним напрямком діяльності будь-якого підприємства виступає його виробнича діяльність, особливо що стосується її планування, організації, контролю та внесення оперативних змін в просторі та часі. Безпосередньо виробничу діяльність підприємств можемо охарактеризувати відповідною системою показників.

Попит та пропозиція – це основа економічної моделі, яка формує процес формування ціни на ринку. Тому попит це визначена та відображена на відповідних ринках потреба в товарах та послугах, а, відповідно, пропозиція це та кількість товару, що вже представлений на ринку чи існує можливість його поставки у визначені терміни. «Закон попиту відображає зниження об'єму закупівель зі зростанням цін на товар в умовах, коли грошові можливості покупців обмежені певною межею, а закон пропозиції – збільшення величини пропозиції у міру збільшення ціни на товар» [1, с. 126].

Ціна на продукцію формується з питомих змінних витрат на одиницю продукції та добутку суми постійних витрат на дану продукцію за рік й прибутку, який має бути одержаний від реалізації продукції, до обсягу реалізованої продукції. Іншим варіантом ціноутворення є коригування повної собівартості за допомогою коефіцієнта планового рівня рентабельності [2, с. 57].

Виробнича собівартість є грошовим виразом витрат, що пов'язані з виробництвом і доробкою продукції, її транспортуванням до франко-місця зберігання [1, с. 234]. Повна собівартість продукції підприємства – це сукупність витрат, що становлять виробничу собівартість, і поза виробничих витрат підприємства (адміністративних, на збут та інших) [1, с. 235].

Обсяг виробництва – це кількість виготовленої продукції та виконаних робіт за певний період часу (рік, півріччя, квартал, місяць) на певному рівні (підприємство, галузь, народне господарство в цілому). На підприємстві, обсяг виробництва включає випуск готової продукції та напівфабрикатів, призначених для реалізації, виробничі послуги й роботи виробничого характеру, зміни незавершеного будівництва. Залежно від мети аналізу використовують показники валової, товарної або реалізованої продукції в натуральному чи вартісному виразі [4, с. 126].

Виробнича собівартість продукції сільськогосподарських підприємств є синтетичним показником, що формується з усіх витрат, пов'язаних з процесом її виробництва [3].

Виробнича потужність підприємства характеризується максимально можливим обсягом виробництва продукції підприємства на протязі конкретного

періоду часу у відповідності до визначеної номенклатури й асортименту продукції при умові повного завантаження обладнання та наявних виробничих площ.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник. 2-ге вид., доп. і перероб.]. К. : КНЕУ, 2002. 624 с.
2. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: монографія. Київ : КНЕУ, 2002. 245 с.
3. Markina Iryna, Fedirets Oleg, Sazonova Tetiana, Kovalenko Maryna, Ostashova Valeriia Formation of Energy Efficient Strategy of Enterprise Management. *Journal of Entrepreneurship Education*. 2018. Volume 21, Special Issue 2. Available at: <https://www.abacademies.org/journals/journal-of-entrepreneurship-education-inpress.html>
4. Саблук П. Т. *Формування виробничого потенціалу та ринку засобів виробництва*: [монографія]. – К.: ІАЕ, 2000. – 264 с.

*Семенова Ю. Р., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Сень О. В.*

НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

За сучасних умов перед органами місцевого самоврядування об'єднаних громад стоїть низка важливих завдань – від визначення стратегії розвитку території до забезпечення надання послуг нової якості та зростання добробуту кожного жителя.

Професор Н. Нижник розглядає поняття децентралізації як характерне для сфери державного управління явище, зумовлене об'єктивними та суб'єктивними факторами, певний протилежний бік централізації, своєрідний засіб відображення централізації [2].

Децентралізація полягає в передачі прав на прийняття рішень не просто представникам центральної влади, а органам, які не перебувають в ієрархічній підпорядкованості центральним органам влади й найчастіше обираються зацікавленими громадянами.

Удосконалення територіальної організації влади в Україні як відповідь на потребу підвищення ефективності вирішення питань місцевого значення, створення кращих умов для забезпечення соціально-економічного розвитку територій вимагає визначення подальших кроків щодо зміцнення позицій місцевого самоврядування на регіональному, районних рівнях, перегляду функціонального навантаження й організаційної структури органів виконавчої влади на місцях. Вирішення проблеми розподілу повноважень між органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування відповідно до сутності правової, демократичної держави і громадянського суспільства дасть можливість

досягти балансу інтересів у системі відносин «держава – регіон – територіальна громада» [1, с. 124].

Таким чином, децентралізація відкриває важливі перспективи, які забезпечують можливість місцевих органів влади приймати власні ефективні рішення, зокрема питання підвищення ролі громадян, їх впливу на процес прийняття й утілення рішень щодо забезпечення умов соціального та економічного розвитку суспільства.

Список використаних джерел:

1. Василенко Л., Добровінський М. Децентралізація та реформа місцевого самоврядування. Підприємництво, господарство і право. 2017. № 3. С. 123–126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pgip_2017_3_28

2. Колишко Р.А. Децентралізація публічної влади: історія та сучасні тенденції розвитку. Вісник КНУ. 2015. Вип. 27. С. 198.

*Семенова Ю. Р., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Сень О. В.*

ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ ЩОДО УЧАСТІ ГРОМАДСЬКОСТІ У МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ

Реформа місцевого самоврядування та територіальної організації влади, яка розпочалася в Україні в 2014 році, докорінно змінює життя громад. Одним з головних її результатів є формування ефективного та компетентного самоврядування на базовому рівні, тобто в малих громадах із центрами у містах, селах та малих містах.

Раніше в невеликих громадах автономія була номінальною. Ця громада справді не мала ні ресурсів, ні повноважень керувати і майже повністю залежала від держави.

Справжнє самоврядування існувало лише в містах регіонального значення, із зовсім іншою ресурсною базою та наявністю фактичної влади. А там, де немає самоврядності, немає реальної участі громадськості. Люди чітко відчувають, наскільки незалежними є органи місцевого самоврядування у своїх рішеннях. І людям навіть не потрібні стимули для участі у процесі управління громадою, якщо немає реальних підстав для незалежності. Тому що такого управління практично немає

Головні проблеми щодо участі громадськості у місцевому самоврядуванні в містах України, на думку науковців такі:

- непевненість громадськості у власних можливостях як суб'єкта співпраці з органами місцевого самоврядування;
- недооцінка з боку населення громадських об'єднань як платформи для ефективної взаємодії з органами місцевого самоврядування;
- ігнорування думки громадськості при прийнятті рішень посадовими особами органів місцевого самоврядування;

- неналежна якість інформування населення про діяльність органів місцевого самоврядування, зокрема на що витрачені гроші платників податків;

- пасивність громадян до інформації про діяльність органів місцевого самоврядування, що призводить до неповного і некоректного розуміння ними стану справ у місцевій політиці;

- недостатньо ефективне використання органами місцевого самоврядування інструментів і методів співпраці з територіальною громадою;

- певна недовіра населення щодо компетенційного рівня кадрового забезпечення органів місцевого самоврядування [2, с. 77].

Таким чином, участь громадян у процесі взаємодії з органами влади і місцевого самоврядування може забезпечити реальний вплив і дієздатність громади.

Список використаних джерел:

1. Державне управління : проблеми адміністративно-правової теорії та практики / за заг. ред. В. Б. Авер'янова. Київ : Факт, 2003. 384 с.

2. Кравченко Т. А. Конституційне забезпечення безпосередньої участі громадян України у місцевому самоврядуванні. *Аспекти публічного управління*. 2015. № 10 (14). С. 72–81.

Сердюк Р. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр

Спеціальність 073 Менеджмент

Науковий керівник: к.е.н., доцент Терещенко І. О.

АНАЛІЗ ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «АДМІНІСТРУВАННЯ» ДІЯЛЬНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вивчення теоретичних підходів до трактування сутності поняття «адміністрування діяльністю підприємства» дає змогу дійти висновку про те, що поняття доволі часто вживається у науковій літературі, однак переважно без теоретичного обґрунтування змісту. Так, на сьогодні в вітчизняних наукових дослідженнях найпоширеніше це поняття використовують в податковій галузі й публічній сфері.

Так А. Краснотельова [1, с. 116] розглядає проблеми адміністрування місцевих податків, зокрема: порядок інформаційного обміну; зменшення «затратності» адміністрування місцевих податків; оподаткування пайових земель; проблеми скерування повідомлень громадянам; істотна величина пільг за регіональними та місцевими податками; інформаційний обмін, тощо.

Окремо слід відзначити поширеність адміністрування в сфері публічного управління, у своїх дослідженнях О. Амосова [2, с. 7–13] розглядає проблеми адміністрування у розвитку публічного адміністрування в Україні. Автор, зауважує, що «публічне адміністрування – це модифікація класичного менеджменту в сферах життєдіяльності суспільства (планування, організація, мотивація з контролем за використанням ресурсів)» [2, с. 8].

Також поняття «адміністрування» розглядається й у інших сферах, наприклад, у роботі Ю.В. Мазневої та В.А. Щеколдіна [3, с. 205] досліджується регламентування і нормування робіт із кадрового адміністрування.

А вчена І.П. Яковлева [4, с. 121], акцентує увагу, що поняття «адміністрування» у теорії і практиці застосовується для:

- управління підприємством та його механізму;
- виконання розпоряджень у судово-правовому полі;
- процесів сплати обов’язкових платежів;
- сфері державного управління тощо.

Із позиції англо-американської позиції поняття «адміністрування» розглядає О.В. Серов [5, с. 18], він зауважує, що в закордонній науці і практиці сутність поняття трактується ширше, зокрема, як:

- контроль та управління системами, організацією або бізнесом;
- група людей, які організовують або контролюють систему, організацію або бізнес;
- уряд країни в особливий період часу;
- процес управління законністю тощо.

Овчарук В. В. диференційовано розглядає сутність поняття «адміністрування» як: процес; окремий вид управлінської діяльності; уміння і навички; функція і вид менеджменту; управлінська діяльність; стиль управління, тощо.

Таким чином можемо стверджувати, що в сучасному ринковому середовищі поняття «адміністрування» поступово входить в сферу обігу бізнес середовища. Цілком слушне використання поняття «адміністрування маркетинговою діяльністю», що в сучасних умовах може використовуватися для визначення управлінсько-контролюючого напрямку ринкової діяльності підприємства для отримання прибутку за рахунок задоволення матеріальних і духовних потреб, бажань і смаків споживачів.

Список використаних джерел

1. Краснотельмова А.В. Проблемы администрирования местных налогов. *Социально-экономические явления и процессы*. 2013. № 5. С. 116–120.
2. Амосов О., Гавкалова Н. Публічне адміністрування в Україні: зв’язок з архетипами та пріоритети розвитку. *Публічне управління: теорія і практика*. 2014. № 2. С. 7–13.
3. Мазнева Ю.В., Щеколдин В.А. Регламентация и нормирование работы по кадровому администрированию. *Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями*. 2010. № 1. С. 205–209.
4. Яковлев І.П. Публічне адміністрування у сфері державної митної справи: термінологічний пошук. *Європейські перспективи*. 2015. № 6. С. 119–125.
5. Серов О.В. Аналіз термінологічного забезпечення категорійно-понятійного апарату в галузі знань «публічне управління й адміністрування». *Державне управління: теорія та практика*. 2016. № 2. С. 15–23.

6. Овчарук В. В. Сутність адміністрування на підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. №19, частина 2. С. 115–118.

*Сердюк К. С., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: асистент Кошова Л. М.*

ОСНОВНІ АСПЕКТИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПІВДЕННІЙ КОРЕЇ

Корейська фондова біржа (*Korea Exchange, KRX*)— найбільша в світі біржа за обсягом угод з деривативами, входить до двадцятки найбільших бірж по капіталізації. Здійснює торги акціями, облігаціями, ф'ючерсами. Офіційно відкрилася 19 січня 2005 року. Головний офіс знаходиться в Пусані, підрозділи — в Сеулі і Пусані. Належить брокерським компаніям.

Біржа входить до Федерації фондових бірж Азії і Океанії. У 2009 році вийшла в лідери на світовому біржовому ринку. Стрімкого розвитку біржа досягла після проведення консолідації трьох корейських бірж, а саме: Корейської фондової біржі, Корейської ф'ючерсної біржі та позабіржової платформи KOSDAQ[1](*Korean Securities Dealers Automated Quotations*). Основні інструменти, якими торгує біржа є: цінні папери; фінансові інструменти; валютні курси; дорогоцінні метали. До переваг біржі можна віднести забезпечення широкого спектра фінансових інструментів, електронізація торгів та можливість проведення торгівлі 24 години на добу, що значно розширює спекулятивні можливості й залучає клієнтів зі всього світу. Корейська фондова біржа - одна з найбільших фондових бірж у світі. Вона займає 16 місце у світі фондових бірж і входить у Федерацію фондових бірж Азії і Океанії. На біржі активно працюють відділи по торгівлі акціями, ф'ючерсами і облігаціями. Корейську біржу можна сміливо вважати наймолодшим фінансовим проектом, тому як загальний початок біржі лежить лише в 2005 році, після злиття декількох фінансових майданчиків, але у неї величезного майбутнє. Штаб-квартира Корейської біржі розташовується в Пусані. Окрім головної торгової будівлі, біржа має декілька додаткових приміщення-філій для проведення різних заходів фінансового характеру. Є підрозділ і в Сеулі. Число компаній, що пройшли лістинг на біржі з кожним роком збільшується, а на сьогодні їх кількість перевищує тисячу. Завдяки великій кількості емітентів[1] і інвесторів, щорічний оборот біржі перевищуємо трильйони доларів.

Торги на біржі ведуться за допомогою новітньої автоматизованої системи KRX, головною функцією якої вважається сповіщення і контроль біржових угод. Біржа працює у буденні дні з понеділка по п'ятницю, субота і воскресіння - вихідні дні. Години роботи біржі за московським часом - з 3: 00 ночей, до 10: 00 ранку. Корейська біржа - одна з наймолодших бірж у світі. Вона має невеликий 60 літній досвід фінансової організації біржових торгів. Заснована вона в 1953 році, шляхом інтеграції Корейської фондової біржі, ф'ючерсної біржі Кореї і KOSDAQ. На біржі перебуває 2030 компаній, із загальною ринковою

капіталізацією 1,294 трлн. доларів. До особливостей біржі можна віднести якість корейських виробів, а також високий рівень економічного потенціалу країни який притягує нових інвесторів і емітентів, гарантуючи високі дивіденди від вкладень. Якщо подивитися темпи зростання капіталізації біржі, то через декілька десятиліть або років, Корейська біржа стане однією з самих затребуваних на ринку фондових послуг. Успіх біржі приховується в швидкому зростанні економіки Кореї, за рахунок випуску якісної продукції, доступної широкій [2]верстві населення. Проглянувши статистику зростання біржового індексу, можна дійти висновку, що тільки за 2010 рік індекс зріс більш ніж на 20%, що є показником стабільного зростання рейтингу біржі. Окрім того, індекс корейської біржі входить до числа індексів найавторитетніших бірж світу. Не слід забувати про високий рівень ліквідності корейської біржі[1]

Усі акції поставляються через спеціальну автоматизовану систему, яка регулюється кліринговими центрами. Високий рівень доходності від дивідендів. Корейські компанії славляться не лише електротехнічною продукцією, але і машинобудуванням, нафтохімією і торгівлею. А на майбутні роки - ці галузі вважаються найприбутковішими. До того ж, інвестори можуть бути упевнені в компаніях, в які інвестують, тому як емітенти проходять жорстку перевірку однієї з чотирьох аудиторських компаній біржі. Страхування інвесторів. Окрім упевненості компаній, що в майбутньому інвестуються, усі інвестори застраховані. Корейська республіка входить в десятку найбагатших країн по числу валютного резерву. Вигідні умови співпраці для інвесторів і емітентів. Усі торги повністю автоматизовані, що унеможливорює помилки з боку людського чинника. Заборони на інвестування компаній з-за кордону не існує, тобто стати учасником біржі може практично(рис.1) кожен.



Рис.1 «Будівля Пусанської фондової біржі» [2]

Фондовий ринок Кореї повністю готовий і відкритий до нової співпраці з емітентами і інвесторами. Після кризи в 2008 році, фондовий майданчик зміг підняти свої торгові обороти більш ніж на 40%. Фінансові фахівці переконані в хороших перспективах майбутнього біржі.[2]

Отже, біржова діяльність в південній Кореї проходить дуже активно завойовуючи фінансові ринки Азії і Океанії, виходячи на біржові ринки Америки та Європи, та завойовуючи світовий біржовий ринок.

Список використаної літератури:

1. Фондова біржа в Пусані [електронний ресурс] /код доступу// https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%B6%D0%B0
2. Корейська біржа: електронний ресурс/код доступу// <https://equity.today/korejskaya-fondovaya-birzha.html>

*Сімон А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Боровик Т. В.*

СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогоднішній стан ринку характеризується постійними змінами у зовнішньому середовищі, коливаннями споживчого попиту та існуванням підприємств з різними формами власності, збільшенням ризику та невизначеності. Тому, щоб вижити на ринку, компаніям потрібно постійно контролювати та реагувати на всі зміни у своєму конкурентному середовищі, щоб підтримувати та зміцнювати свої позиції на ринку та забезпечувати ефективне управління конкурентними перевагами.

Однак останній досвід показує, що мала частка вітчизняних підприємств готова конкурувати. Наприклад, навіть якщо бракує конкурентоспроможної продукції, більшість компаній не мають можливості ефективно реалізувати цю перевагу, адже недоліком є відсутність практики використання всього маркетингового комплексу: гнучка асортиментна та цінова політика, відповідна організація каналів розподілу та ефективне просування. Тому в наш час проблема управління конкурентоспроможністю підприємств стала головною проблемою сучасних підприємств, оскільки саме світова криза посилила труднощі в конкуренції підприємств.

На сьогодні існує багато пояснень поняття «конкурентоспроможність підприємства», тому деякі дослідники припускають, що конкурентоспроможність підприємств - це категорія, яка безпосередньо визначається характеристиками її продукції. Інші дослідники базуються на ефективності виробничого процесу або стратегічному плані розвитку, впровадженні нових технологій та здатності протистояти ринковим конкурентам.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємств є забезпечення того, щоб підприємство могло вижити та стабільно працювати в умовах будь-яких політичних, економічних, соціальних та інших змін зовнішнього середовища [1].

З точки зору процесного підходу управління конкурентоспроможністю підприємства він розглядається як процес здійснення багатьох управлінських функцій - цілевстановлення, планування, організація, мотивація та контроль діяльності для формування конкурентної переваги та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта господарювання.

Реалізація функцій управління конкурентоспроможністю підприємства у їх взаємозв'язку утворює цикл управління конкурентоспроможністю, який представлено на рисунку 1.1. [3]

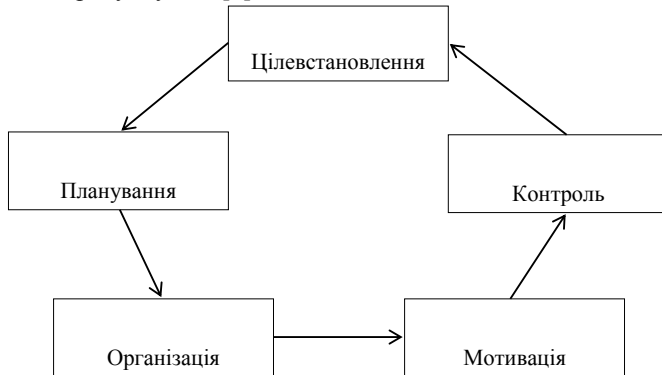


Рис. 1.1 «Цикл управління конкурентоспроможністю підприємства»

Отже, виходячи з вищезазначених визначень, можна зробити висновки:

- конкурентоспроможність підприємства - поняття відносне, тому порівняно з різними конкурентами воно може мати різний рівень;
- чим вища конкурентоспроможність підприємства, тим кращі його показники на міжнародному ринку;
- конкурентоспроможність підприємства є результатом його ефективних показників на конкурентному ринку;
- конкурентоспроможність підприємства вважається складним атрибутом підприємства, що відображає його численні переваги перед конкурентами та гармонійний розвиток підприємства;
- ринкова конкурентоспроможність є невід'ємною часткою ринкової конкурентоспроможності компанії, тобто імідж компанії; послуги високого рівня; широкий спектр товарів; контроль якості продукції; якість продукції та відповідність світовим стандартам; рівень просування; рекламна діяльність; професійні консультації співробітників, особливо персоналізовані методи для кожного клієнта; здатність виконувати замовлення споживачів; забезпечення якості продукції; здатність швидко реагувати на ринкові умови.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства. Навч. посібник. К.: Професіонал, 2006. 448с.

2. Павлова В.А., Кузьменко О.В., Орлова В.М., Рижкова Г.А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія. Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2011. 352 с.

*Сіренко О. Л., Кравченко Н. О., Грабовський В. О.,
здобувачі вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.*

ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Зростаюча конкуренція між виробниками, низька купівельна спроможність споживачів продукції та незадовільний рівень фінансових результатів, що отримують підприємствами, призводять до залежності не тільки від рівня виробничих потужностей, а й від можливостей збуту продукції. За цих умов актуальним завданням для суб'єктів господарювання є впровадження дієвого комплексу організаційно-економічних заходів, спрямованих на збільшення збуту виробленої продукції.

Важливість збутової діяльності в підприємстві визначається тим, що механізм збуту забезпечує здійснення відтворювального процесу, синхронне поєднання виробництва, розподілу, обміну й споживання [2]. Тому, щоб досягти ефективності у процесі управління збутовою діяльністю підприємства, необхідно створити таку систему управління, що буде реалізовувати цілі та стратегії збуту, орієнтовані на потреби кінцевого споживача.

Основні характеристики збутового потенціалу підприємств зазначають такі особливості [1, с. 229]:

1) збутовий потенціал підприємства визначається наявними у нього обсягами та якістю (споживчими властивостями) певних ресурсів, що потрібні для здійснення збутової діяльності, – ресурсним забезпеченням цієї діяльності;

2) збутовий потенціал підприємства безпосередньо залежить від вміння менеджерів та інших працівників суб'єкта господарювання ефективно використовувати ресурсне забезпечення його збутової діяльності – компетенцій підприємства у сфері управління його збутовою діяльністю;

3) збутовий потенціал підприємства у підсумку відображається величиною фінансових результатів від здійснення ним операцій з реалізації продукції (насамперед величиною відповідних доходів та прибутків), а також системою часткових показників ефективності збутової діяльності суб'єкта господарювання (зокрема рівнем прибутковості його комерційних витрат).

Збутовий потенціал підприємства має великою мірою автономний характер, оскільки збут продукції – це господарська операція, що має зовсім іншу специфіку, ніж процес її виготовлення. Тому оцінити величину виробничо-збутового потенціалу підприємства у разі спільного розгляду виробничих і збутових можливостей суб'єкта господарювання практично неможливо,

оскільки кожен з цих двох видів потенціалу має на меті різні цілі та результати їх формування [3, с. 58].

Управління потенціалом підприємства охоплює сукупний потенціал (інвестиційну, господарську та фінансову діяльність), ринковий потенціал (маркетингову сферу, ділову активність та виробничу діяльність), а також виробничо-збутовий потенціал підприємства. Управління збутовим потенціалом – управлінський процес, що спрямований на забезпечення ефективного збуту підприємства, а також охоплює систему управління ресурсним забезпеченням, управління збутовою діяльністю та підтримку її функціонування.

Таким чином, оптимізація управлінських функцій збуту продукції та формування дієвого механізму управління збутовою діяльністю на сьогодні є актуальними завданнями щодо запровадження їх у практику господарювання більшості підприємств національного господарства.

Список використаних джерел:

1. Висоцький А. Л. Сутність та особливості збутового потенціалу як складової частини сукупного економічного потенціалу підприємств. *Збірник науково-технічних баз. Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.8. С. 225–233.

2. Іваночко Н. В. особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 18. С. 214–218. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/18-2017/41.pdf>.

3. Трішина А. В. Збутовий потенціал та управління ним у формуванні конкурентоспроможності підприємства. *Подільський науковий вісник*. 2020. № 2 (14) С. 51–58. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewBy FileId/1044852.pdf>

*Скаченко Т. А., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: асистент Кошова Л. М.*

БІРЖОВА ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ КОРОНАВІРУСУ

Україна впевнено увійшла у XXI ст., маючи досвід існування незалежної держави та можливість подальшого розвитку економіки країни спираючись на досвід передових країн світу. Майже втративши великий російський ринок, і недостатньо закріпившись на ринках країн Європи, Україна ризикує стати державою-імпортером або лише сировинним експортером. Постачання товарів до ЄС за допомогою біржових структур, напів автоматично відкриває Україні шлях на світові товарні біржі. Біржа – це своєрідний аукціон, де є достатня кількість відповідних предметів купівлі-продажу, де працюють продавці та купівельноспроможні покупці, які готові здійснювати переговори і укладати угоди [1]. Мета біржової торгівлі полягає у швидшому просуванні продукції зі сфери виробництва у сферу споживання, впливу цін на основі попиту і пропозиції, регулюванні товаропотоків у ринковому середовищі. [2]. Біржова діяльність в Україні все ще не є досконалою.

Сучасний світовий біржовий ринок характеризується постійними змінами біржової організаційної структури, технології біржової торгівлі, видів біржових інструментів та базисних активів. Такі перетворення сприяли підвищенню конкурентоспроможності світових бірж, а також зростанню ліквідності та прозорості біржових торгів [3]. На даний момент трьома найбільшими і найвпливовішими біржами світу є Нью-Йоркська, Токійська і Лондонська. Зраз біржа в Лондоні має кілька майданчиків, але найбільш поважним серед них є комплекс на старому місці у Лондонському ситі, неподалік Собору Святого Павла. Кожного робочого дня тут вловлюють і фіксують найменші порухи й імпульси у бізнесовому світі. «Температурним показником» тут є індекс FTSE 100 (Financial Times Stock Exchange 100 Index), який вираховується на основі котирування акцій ста найбільших за ринковою капіталізацією компаній, представлених на Лондонській біржі. За цим показником у бізнесовому світі стежать з підвищеною увагою. Наприклад, ранок на Нью-Йоркській біржі Same Лондонська біржа першою на планеті прореагувала і забила на сполох у зв'язку із загрозливою хвилею, породженою коронавірусом: в останній тиждень лютого 2019 року індекс біржі опустився на 13 відсотків. Після «чорного четверга» 12 березня, коли відбулося майже десятивідсоткове падіння індексу Доу Джонса, на Нью-Йоркській біржі почалося повільне зростання індексу, яке на 24 березня склало 11,3 відсотка. Це сталося на фоні очікувань на ухвалення законопроекту про підтримку економіки США в період пандемії коронавірусу, а також ряду інших екстрених заходів. 27 березня цей закон вступив у дію, Ним передбачено стимулювання американської економіки у розмірі більше двох трильйонів доларів – це найбільші за всю історію США заходи з надання допомоги. Провідні фондові ринки Європи і Азії у ті дні теж зафіксували певне зростання. Водночас Міжнародний валютний фонд застеріг тоді від надмірних оптимістичних очікувань. Директорка-розпорядниця МВФ Крісталіна Георгієва після проведеної наради в режимі відеоконференції озвучила прогноз, що нинішня пандемія коронавірусу може викликати цього року глобальну рецесію таких масштабів, які будуть куди серйозніші за економічний спад під час світової фінансової кризи 2008 – 2009 років. Водночас у МВФ вважають, що у 2021р. світова економіка має справитися з негативними наслідками дії коронавірусу. Але для цього необхідно, насамперед, стримувати подальше поширення цієї підступної хвороби. Ситуація у світовій фінансово-економічній системі у ці дні мінлива і нестабільна. Що й підтверджують чутливі «термометри» – провідні фондові біржі світу. 11 червня 2020 року індекс Доу Джонса знизився на 6,9 відсотка. Це відбулося на тлі негативних прогнозів Федеральної резервної системи США і побоювань щодо відновлення пандемії корона вірусу. На це вплинуло і різке зростання державного боргу Сполучених Штатів: він перевищив 26 трильйонів доларів. Причому за три роки, відколи президентом США став Дональд Трамп, держборг виріс на 6 трильйонів, 4 з яких пов'язані з виділенням коштів на програми протидії пандемії. Наскільки, не зважаючи на величезні відстані, пов'язані біржові ринки, переконливо засвідчує відлуння вже згадуваного «чорного четверга» на Нью-Йоркській біржі. Уже наступного дня, у п'ятницю, в далекій від Уолл-Стріт Японії, на Токійській біржі, індекс Nikkei 225

знизився на 9,5 відсотка, втративши 1830 пунктів, що стало найбільшим падінням з квітня 1990 року. Через десять з лишком годин цю «естафету падінь» підхопила і продовжила Лондонська біржа, на якій індекс FTSE-100 встановив ще більший антирекорд – 10,87 [4].

Отже, багато в глобалізованому світі взаємопов'язане та взаємозалежне. Це, переконливо засвідчує поширення коронавірусної пандемії та її відлуння у бізнесовому світі, у тому числі на ринках фондових торгів. У спокійні часи широкий загал мало цікавить, які ситуації переживають біржі. А от нині до них – підвищена увага не тільки фахівців ділової сфери, а й багатьох із нас – здавалося б, далеких від неї. Бо від “температури” на біржах залежить курс національних валют, у тому числі й гривні, життєдіяльність фірм, корпорацій, банків, наявність робочих місць у них, а отже, життя кожного українця.

Список використаних джерел:

1. Що таке біржа? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshbnik.ru/birzhova-diyalnist/522-shcho-take-birzha.html>.

2. Офіційний сайт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ssmc.gov.ua>.

3. В.О. Яворська, кандидат економічних наук. Ю. А. Кикла, студентка Тенденції світового біржового ринку[Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/1/Downloads/nvnu_econ_2014_200\(2\)_50.pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/nvnu_econ_2014_200(2)_50.pdf).

4. Яка «температура» на біржах світу? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3050068-aka-temperatura-na-birzah-svitu.html>

5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

*Сорока В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

В умовах гострої конкурентної боротьби та мінливості зовнішнього середовища функціонування аграрного господарства необхідно зосереджувати увагу не лише на управлінні наявними ресурсами, але й виробляти стратегічний підхід до управління потенційними ресурсами аграрного підприємства. Необхідність застосування стратегічного підходу до управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств важливо аналізувати через призму наукових концепцій, які дозволять з'ясувати важливі аспекти цього управлінського процесу та забезпечити ефективний розвиток вітчизняного аграрного бізнесу.

Ресурсний потенціал – є одним з найважливіших складових розвитку підприємств. Необхідною умовою розвитку економіки України є аналіз ресурсного потенціалу аграрних підприємств, а також можливості та перспективи підвищення ефективності використання їх ресурсного потенціалу [1].

Враховуючи всі вимоги щодо стратегічного планування та особливості об'єкта дослідження, розроблено модель стратегічного управління ресурсним потенціалом (рис. 1). Наведена модель відображає формування ресурсного потенціалу підприємств аграрної сфери, що здійснюють управлінський вплив на бізнес-процеси і стратегічний розвиток підприємств. Базисом для побудови моделі є спрямованість підприємства на стратегічний розвиток, що забезпечує його конкурентоспроможність, а раціонально сформований ресурсний потенціал дозволить здійснити вибір стратегії, в залежності від напрямку організаційного розвитку підприємства.

Таким чином, представлена модель є допоміжним інструментом розробки напрямку організаційного розвитку підприємства, а процес формування ресурсного потенціалу створює необхідні передумови для успішної реалізації стратегії підприємства, спрямованої на забезпечення її конкурентоспроможності.

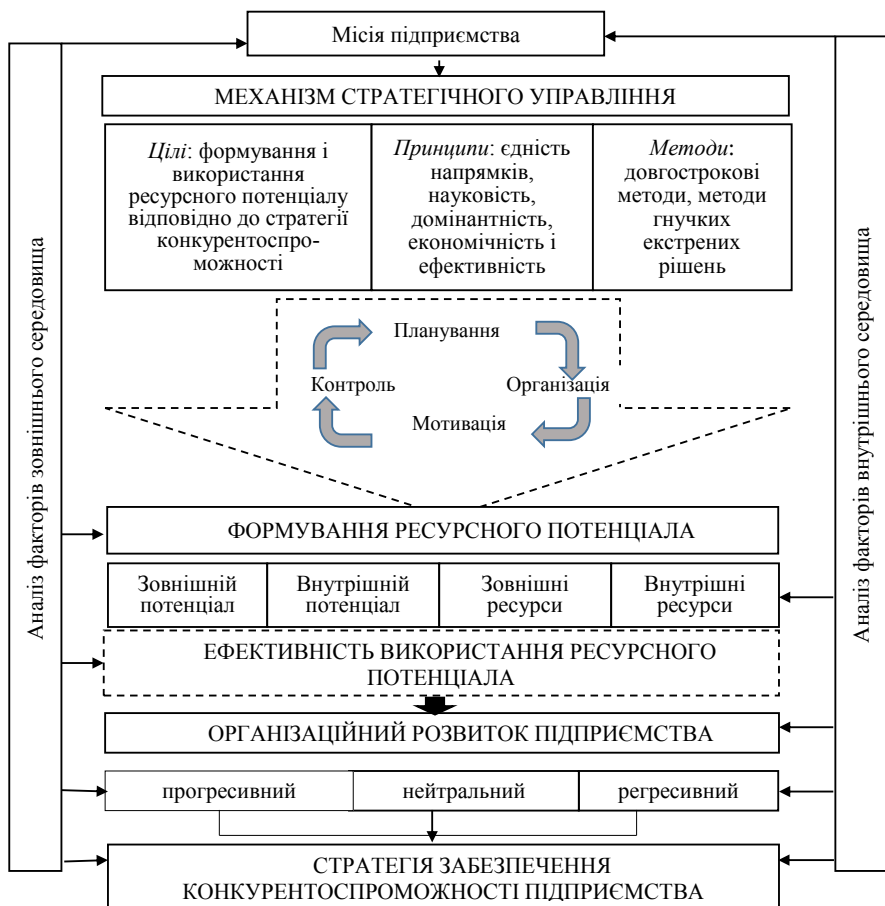


Рис. 1. Модель стратегічного управління ресурсним потенціалом підприємства, направлена на визначення стратегії конкурентоспроможності

Список використаних джерел

1. Воловик Д.В. Складові ресурсного потенціалу аграрних підприємств України. Міжвузівська науково-практична інтернет-конференція «Економіка і фінанси: аналіз, тенденцій та перспективи розвитку», Дніпропетровськ, 20 жовтня, 2014.

2. Довгаль О.В. Механізм ефективного управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств. *Агросвіт*. №5. 2016. С. 20-22.

*Сорока В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.*

РОЗВИТОК РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стратегічний розвиток України значною мірою залежить від місця, яке зможе зайняти її агропромисловий комплекс у системі міжнародного поділу праці, від конкурентної стратегії держави. При цьому агропромислова та зовнішньоекономічна політика держави мають бути тісно пов'язаними та спрямованими, насамперед, на підвищення ефективності й конкурентоспроможності аграрно-промислового виробництва.

Розвиток ресурсного потенціалу аграрних підприємств є ключовим фактором. Він забезпечує ключові інтереси країни, її безпеку, підтримує культурний та соціальний рівень життя нації. Саме цей сектор створює майже половину ВВП країни та забезпечує чверть усіх зайнятих у галузі економіки робочими місцями [1, с. 134]. Аграрна промисловість є активним агентом зовнішньої торгівлі України. Цей потенціал може перетворити вітчизняну аграрну промисловість у найголовніший економічний важіль і джерело інноваційного відновлення всіх сфер суспільства. Швидке його залучення – ключ до реального поліпшення соціально-економічного стану України та необхідна складова євроінтеграційних прагнень нашої держави.

Сучасне сільське господарство України характеризується обмеженістю можливостей істотного підвищення цін на сільськогосподарську продукцію та продукти харчування. Забезпечити позитивну рентабельність сільгосппродукції в умовах існуючих обмежень на зростання цін можливо тільки за рахунок зниження собівартості сільськогосподарського виробництва. До того ж існує диспаритет цін на продукцію сільського господарства і промисловості, внаслідок чого сільське господарство недоотримало за 20 років понад 100 мільярдів гривень [3].

Для розвитку аграрних підприємств виділяють основні та першочергові напрямки розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств (рис.1).

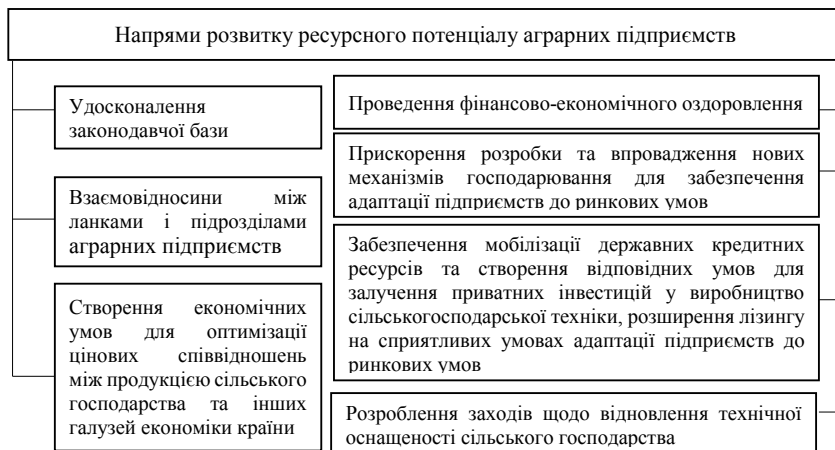


Рис. 1. Напрями розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств

Для підвищення ефективності системи управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств необхідно аналізувати комплекс чинників економічного зростання, серед яких можуть бути ті аграрні підприємства, які виробляють товари та послуги, що мають ринки споживання й здатні активізувати роботу значного кола суміжних виробництв.

Список використаних джерел

1. Воловик Д.В. Розвиток системи управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. №4 (75). 2014. С.133-136.
2. Машталер В.О. Ресурсний потенціал підприємства та напрями підвищення ефективності його використання. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua>
3. Шмідт Р. Особливості перезавантаження для сільського господарства URL: <http://www.day.kiev.ua/297927>

*Ставицька В. О., здобувач вищої освіти, СВО Бакалавр
 Спеціальність Облік та оподаткування
 Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Вакуленко Ю. В.*

КООПЕРАТИВНІ ІГРИ В ЗАГАЛЬНІЙ ТЕОРІЇ ІГОР

Теорія ігор це математична теорія, яка вивчає результати і правила поведінки в конфліктних ситуаціях, що забезпечують досягнення довгострокових і найбільш оптимальних результатів розв'язання конфлікту [2]. Кооперативна теорія ігор вивчає зіткнення інтересів в тій частині людської діяльності, де результат досягається шляхом об'єднання зусиль кількох гравців.

Гравці об'єднуються заради одержання вигоди, але уже у процесі того, як гра розпочалася. Вони укладають договір щодо зиску кожного з них.

Угода про те, як кооперуватись та як поділити виграш, що буде одержано в результаті кооперації, складає зміст принципу оптимальності в кооперативній грі. Основоположниками теорії кооперативних ігор вважають Дж. фон Неймана та Оскара Моргенштерна [2].

Основна увага кооперативної теорії концентрується на описі та вивченні варіантів можливих стабільних і справедливих «поділів» суспільного продукту. Ця теорія має значне застосування до економіко-математичних моделей різного плану, зокрема моделі Ерроу – Дебре – Маккензі. Ряд ігор може бути описана характеристичними функціями.

Одним з основних понять в кооперативній теорії є ядро, існування якого для ігор з нетрансферабельною корисністю було встановлено в знаменитій теоремі Скарф. Результатом цієї теореми є непорожність ядра збалансованої гри, що ефективно застосовується при моделюванні умов досконалої конкуренції.

Можливий одночасний розгляд і порівняння різних теоретико-ігрових понять, поєднання стратегічних ігор та кооперативними. Кооперація означає договірний підхід [1].

Принцип оптимальності повинен зберігати свою ефективність вздовж кооперативної траєкторії, більш того, групова раціональність вимагає, щоб гравці орієнтувались на множину стратегій, які дають оптимальний розв'язок. Крім того, принцип розподілу виграшу повинен задовольняти властивість індивідуальної раціональності в тому сенсі, що жоден з гравців не повинен погіршити свій стан у результаті кооперації.

Для виконання властивості групової раціональності гравці повинні прагнути до максимізації сумарного виграшу.

Побудова оптимальної поведінки гравців є основним елементом теорії кооперативних ігор. Поведінка гравців, яка задовольняє деякому принципу оптимальності, утворює розв'язок гри. Тобто розв'язання кооперативних ігор породжується сукупністю принципів оптимальності (вектор Шеплі, розв'язок Неймана-Моргенштерна, арбітражний розв'язок Неша) [3]. Але у результаті розв'язання може виявитись, що рівновага не завжди є вигідною у випадку із кооперативними іграми.

Розв'язок може містити більше, ніж один розподіл, розв'язків може бути безліч, або він може бути відсутній. Виграш у кооперативних іграх, зазвичай, залежить від так званого «трудового внеску» кожного з гравців.

Прикладом кооперативних ігор є різноманітні схеми голосування, моделі ринків, поділ влади тощо. Сучасні кооперативні теорії постійно розвиваються та прогресують, утворюючи нові підходи до розв'язання практичних ситуацій.

Список використаних джерел

1. Використання теорії ігор для прийняття ефективних управлінських рішень у аграрному виробництві / Калініченко А.В., Сакало В.М., Шарун Т.А., Шмиголь Ю.В. *Корми і кормовиробництво*. 2006. № 57. С. 234-247.

2. Економіко-математичні методи та моделі : навч. посіб. / К. Д. Костоглод та ін. Полтава: ПДАА, 2018. 236 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/7290>.

3. Шмиголь Ю.В., Калініченко А. В. Розв'язання конфліктних ситуацій в екобезпечному землеробстві. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2007. № 1. С. 203–212. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/2161>

*Стешенко К. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Іщейкін Т. Є.*

АКТУАЛЬНІСТЬ ПИТАНЬ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

Неефективне використання енергетичних ресурсів, неекономічне використання електроенергії підприємствами чи домогосподарствами змушують серйозно замислитися над проблемою енергозбереження в країні.

Згідно із законодавством України енергозбереження - це діяльність (організаційна, наукова, практична, інформаційна), яка спрямована на раціональне використання та економічне витрачання первинної та перетвореної енергії і природних енергетичних ресурсів в національному господарстві і яка реалізується з використанням технічних, економічних та правових методів. На рівні держави головна роль у запровадженні політики енергозбереження належить Кабінету Міністрів України. [1].

Енергетичний сектор економіки України потребує особливої уваги як з боку держави, так й індивідів. Важливим є використання альтернативних джерел енергії, пошук нових шляхів, способів постачання її державі. Альтернативні та поновлювальні джерела енергії досить давно та успішно використовуються по всьому світу. Перевагами альтернативних та поновлювальних джерел енергії є:

- практична невичерпність;
- не забруднюють навколишнє середовище;
- відпадає необхідність у добуванні, переробці та транспортуванні палива;
- не використовується вода для охолодження, відсутні відходи;
- не потрібно дефіцитних високотемпературних матеріалів, за винятком сонячних концентраторів тепла [2].

Основні напрямки енергозбереження:

- зменшення споживання імпортованих енергоносіїв;
- реконструкція зовнішнього освітлення з використанням енергозберігаючих – освітлювальних приладів та автоматизованих систем управління;
- модернізація систем теплопостачання;
- впровадження енергозберігаючих освітлювальних приладів у бюджетній сфері з метою скорочення споживання електричної енергії;

- використання нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії;
- впровадження технологій електроопалення.

Кожній людині слід знати, що він здатний зробити внесок у процес енергозбереження хоча б у тому, що вимкне непотрібний на даний момент електричний прилад або змінить його на менш потужний. Заходи з енергозбереження в домашніх умовах, природно, не носять глобального характеру, кожен домовласник сам регулює споживання енергії в своєму приміщенні, проте в сукупності це мільйони домогосподарств, які споживають чималу кількість енергії.

На відміну від ситуації в домогосподарствах, заходи з енергозбереження на підприємстві носять централізований і організаційний характер. Тут є можливість контролю над витратою енергії, а також впровадження новітніх енергозберігаючих технологій. Багато організацій попередньо проводять аудит енерговитрат з метою виявити всі можливі шляхи зниження витрати енергії. Самий радикальний метод – зміна всього обладнання на більш енергозберігаюче, але це занадто довгий процес, а головне, дорогий, який досить довго окупається. Отже, до зниження витрат енергії (а отже, загальних витрат підприємства, що є основною причиною прийняття даних заходів) здатні навести такі організаційні заходи з енергозбереження:

- розумна й ефективна експлуатація енергетичних потужностей;
- неухильне дотримання трудової дисципліни на робочому місці;
- безперервне і злагоджене взаємодія підрозділів на підприємстві.

По завершенні певного часового проміжку слід провести повторний аудит, щоб оцінити, наскільки прийняті заходи виявилися дієвими, відзначити слабкі місця, внести необхідні корективи в існуючу програму.

Список використаних джерел

1. Д. Ю. Дрожжин «Механізм державного регулювання енергоефективності в Україні» // Державне будівництво, 2012, № 2.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuaa.kharkov.ua/ebook/db/2012-2/doc/2/06.pdf>

2. Булгакова М. Енергозбереження в Україні: правові аспекти і практична реалізація / М. Булгакова, М. Приступа. – Рівне : О. Зень, 2011. – 56 с.

*Тетерук Р. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: доцент Михайлова О. С.*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМНИХ ІНТЕРФЕЙСІВ ДЛЯ ОСОБИСТИХ БЮДЖЕТІВ СПОЖИВАЧІВ

Розглядаючи платіжні системи ApplePay, Приват24[1] та телефонні додатки домашніх бухгалтерій [2], пропоную розробити програмне забезпечення для мобільних телефонів та касових терміналів, яке б передавало касовий чек прямо в додаток смартфон. Додаток, у свою чергу, має бути функціональним. В

його функції мають входити: передача та аналіз чеку, рознесення його по видах та типах, а також що не менш важливо, повний контроль за витратами. Тобто додаток буде підраховувати кількість продуктів та суму коштів, яку було витрачено на придбання продуктів чи послуг за тиждень, місяць, квартал та рік.

Додаток зможе допомогти переглянути споживчий кошик для споживачів, покупців та допоможе зменшити кількість зайвих товарів. Також додаток може бути корисним у відслідкуванні місця, де була проведена покупка. Підв'язавши програму до мережі інтернет, в рубриці знижки супермаркетів, програма зможе знаходити та відслідковувати (компонувати) саме необхідний, та часто придбані вами товар за знижкою, дозволивши зекономити кошти [3].

Окрім продуктів харчування можна контролювати всі витрати які будуть пов'язані з розрахунками картою чи безконтактною оплатою. Такими витратами за часту можуть бути купівля пального, витрати в аптечних пунктах, витрати на відпочинок, на купівлю техніки та одягу, оплата комунальних послуг, походи до фітнес клубу та інше.

Не менш важливою, та корисною функцією є контроль за комунальними платежами. Тобто, програма буде повідомляти власника про необхідність передачі показників комунальним службам, вчасність оплати по них, та показувати фактично сплачені показники лічильників. Цією функцією доречно користуватися людям, котрі бажають контролювати та з користю використовувати свій час.

Програма мусить мати простий і водночас функціональний інтерфейс. У головному меню буде відображено витрати за день, тиждень, місяць та рік у числовому виразі. Натиснувши на певний період часу відкриється витратна звітність: деталізовані чеки, сума витрачених коштів, та сформований за певний період деталізований та узагальнений звіт по видах товарів. Можна буде прослідкувати по видах та типах товарів, їх спожиту кількість та вартість. Окремою кнопкою відкриватимуться всі комунальні витрати. Перейшовши по якій, можна прослідкувати по точно сплачені показники лічильників, вчасність передачі показників комунальним службам, загальну суму витрат на комунальні послуги за різні періоди. Аналізувати з можливістю контролю та раціонального використання ресурсів [3].

В головному меню ще буде аналіз акцій в супермаркетах, натиснувши на кнопку, можна переглянути список часто споживаних товарів по акції, і саме у якому супермаркеті зараз є знижка на них.

Ще однією функцією буде встановлення лімітів на витратні частини балансу. Користувач матиме змогу встановлювати прийнятні для нього ліміти на продукти харчування, розваги, купівлю одягу, чи автомобільного палива, тощо. Програма зможе генерувати в середньому максимально можливі витрати на день, по заданих критеріях ліміту. Якщо сьогодні людина не використала максимально можливий об'єм коштів на вид затрат, то решта коштів переноситься на наступні дні, а сума при плануванні не має перевищувати встановленого ліміту

Додаток можна використовувати як маркетингову площадку зі зв'язком електронних пропозицій товарів і потреб клієнта. Надалі дана система на кшталт «Розумного дому» може генерувати список покупок і робити нагадування під час

закупівлі товару. Відбирати акційні пропозиції географічно (актуальне для великих міст мегаполісів) за ціною і по бренду.

Використання даної програми дасть свій позитивний результат не тільки для споживачів, але й для підприємців. Максимальний контроль за витратами у додатку дозволить розвинути в індивіда планову модель закупівлі товарів. Збільшити раціональне використання харчових ресурсів, та інших благ, якими він користується.

Позитивним відкликом для підприємців, буде детальний список вподобань споживачів, який можна впроваджувати в магазині та відповідно до нього створювати складські запаси. Окремим позитивним моментом можна розглядати маркетингову складову. Тут можна загравати з клієнтом пропонуючи або вигідні умови або оптимальну величину кошика – це коли споживач може купити максимальний набір необхідних йому товарів.

Отже, при розробці даного програмного забезпечення, і введенням його і дію користувачі зможуть навчатися раціонально використовувати власні кошти, ефективно та відповідально ставитися до закупівель, підвищивши раціональне використання продуктів харчування. Тим самим допоможе сформувати саме необхідний асортимент, та ефективно складати плани закупок для підприємців.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Приват Банк: URL: <https://privatbank.ua/> (дата звернення 04.11.2020).

2. Облік витрат і доходів в Google play: URL: <https://play.google.com/store/search?q=%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA%20%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%20%D1%96%20%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%B2&hl=uk> (дата звернення 04.11.2020).

3. Домашня бухгалтерія. Огляд основних пропозицій на ринку: URL: <http://vseprogroshi.com.ua/domashnya-buxgalteriya-oglyad.html> (дата звернення 04.11.2020).

*Тютюнник Є. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Стеценко М. О., Кузьменко А. Г. здобувачі вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.е.н., доцент Дорофєєв О. В.*

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Технології не є відображенням світу, а способом управління реальністю. Нігілізм технологій полягає не тільки в тому, що вони є найбільш досконалим вираженням волі до влади... а також у тому, що їм не вистачає сенсу.

Октавіо Пас

У сучасних умовах організація професійного навчання державних службовців передбачає впровадження європейських стандартів безперервної

освіти дорослих і застосування інноваційних технологій. Одним із таких підходів є розвиток електронного навчання державних службовців на основі Smart-технологій (англ. Smart – розумний, кмітливий, дотепний) з метою підготовки мобільних професіоналів, здатних забезпечити на основі інновацій нову якість управління, орієнтованого на людей, вирішення їх проблем та підвищення якості життя.

Як зазначають В.В. Гарасим і Г.О. Дзяна, виходячи із реалій сьогодення, найважливішими завданнями інформатизації освіти мають бути: підвищення якості підготовки фахівців на основі використання в навчальному процесі сучасних інформаційних технологій; застосування активних методів навчання, підвищення творчої та інтелектуальної складових навчальної діяльності; інтеграція різних видів освітньої діяльності; впровадження інформаційних технологій навчання в процес спеціальної професійної підготовки фахівців різного профілю, зокрема й фахівців органів публічної влади [1, с. 210].

E-learning (від англ. Electroniclearning – електронне навчання) – система електронного навчання, синонім таких термінів, як електронне навчання, дистанційне навчання, навчання із застосуванням комп'ютерів, мережне навчання, віртуальне навчання за допомогою інформаційно-комунікаційних, електронних технологій. Електронне навчання поклало початок смарт-навчанню (Smarteducation). Це нова філософія навчання, котру називають розумним навчанням [2, с. 18].

Smart-навчання – це гнучке навчання в інтерактивному освітньому середовищі за допомогою контенту з усього світу, що знаходиться у вільному доступі, тобто знання стають широко доступні. Саме це і мотивує до безперервної освіти та навчання протягом усього життя

Слід зазначити, що електронне навчання успішно використовується у найрозвинутіших країнах світу, оскільки воно надає безліч переваг: доступне у будь-якому місці і в будь-який час; дозволяє використовувати найрізноманітніші та найсучасніші засоби та методи навчання (текст, відео, тести тощо); забезпечує можливість спілкування студентів між собою та з викладачами у режимі онлайн за межами навчальної аудиторії; одночасне звернення великої кількості студентів до багатьох джерел навчальної інформації; застосування у навчальному процесі нових досягнень інформаційних технологій, які сприяють входженню людини у світовий інформаційний простір; використання спеціалізованих форм контролю якості навчальних досягнень. Використання e-learning дає змогу викладачам якісно та ефективно організувати навчальний процес [3, с. 92]. Розвиток інформаційного суспільства на основі смарт-технологій орієнтований на запровадження Smart-освіти і Smart-управління. Розвиток електронного навчання державних службовців на основі Smart-технологій спрямований на забезпечення їх безперервної освіти шляхом доступності для кожного з них усіх форм і типів освітніх послуг, рівності для повної реалізації здібностей, таланту, всебічного безперервного розвитку.

Враховуючи актуальність та складність зазначеного питання, зазначає Л.В. Прудіус, велику роль має бути відведено формуванню та розвитку цифрової грамотності державних службовців. Зокрема, «Цифрова» грамотність

(або «цифрова» компетентність) визнана ЄС однією з 8 ключових компетенцій для повноцінного життя та діяльності [там же, с. 94].

Таким чином, інноваційні технології професійного навчання державних службовців сприяють розвитку їхнього критичного мислення та підвищенню ефективності діяльності, відіграють важливу роль у забезпеченні навчання упродовж життя. В умовах глобалізації та розвитку суспільства для забезпечення безперервного навчання державних службовців серед інноваційних технологій перевагу слід надати технологіям розвитку критичного мислення (технологіям розвитку здатності до аналітичної діяльності, проектним технологіям, методам стимулювання творчої активності, вирішення проблемних ситуацій тощо) та електронному навчанню на основі smart-технологій.

Список використаних джерел

1. Гарасим В.В., Дзяна Г.О. Електронне навчання у сфері професійної підготовки управлінського персоналу органів публічної влади. *Ефективність державного управління : зб. наук. пр.* Львів : ЛПІДУ НАДУ, 2013. Вип. 36. С. 209-217. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_36_29 (дата звернення 30.10.2020).

2. Гінкул А., Магурян Я. Smart-освіта та особливості її впровадження в Україні. *Smart-освіта: ресурси та перспективи* : матеріали III Міжнародної науково-методичної конференції. Київ, 7 грудня 2018 р. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2018. С. 18-21. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/4ce2164e98881e82955393871be6013d.pdf> (дата звернення 29.10.2020).

3. Прудіус Л.В. Інноваційні технології професійного навчання державних службовців. *Держава та регіони. Серія : Державне управління.* 2016. № 4. С. 90-95. URL: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/4_2016/20.pdf (дата звернення 30.10.2020).

*Усенко В. Г., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології
Науковий керівник: д.т.н., професор Слюсар В. І.*

МЕТОДИКА РАЦІОНАЛЬНОГО ВИБОРУ ЗАСОБУ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦВ'ЯЗКУ

Зростання ролі дистанційного навчання (ДН) стало суттєво ознакою сучасності. В загальному випадку, під ДН розуміють сукупність інформаційних технологій, які забезпечують доставляння відповідного контенту споживачам освітніх послуг; інтерактивну взаємодію у процесі навчання з викладачами; самостійну роботу з освоєння освітніх матеріалів та ін. Зазначений набір функцій ДН реалізується через віддалений доступ і відповідний інструментарій [1], зокрема, програмне забезпечення для проведення відеоконференцв'язку (ВКЗ).

Пандемія COVID-19 прискорила появу значного набору відповідних програмних засобів, які мають різноманітний перелік можливостей та характеристик [2, 3]. Це ускладнює вибір раціональної платформи для

необхідного варіанту інтерактивного спілкування й загострює актуальність вирішення відповідного завдання.

Метою роботи є розробка методики обґрунтування пріоритетного ряду програмних продуктів, що реалізують ВКЗ.

Відправною точкою пропонованої методики є формування низки узагальнених характеристик (показників) засобів ВКЗ. Проведений аналіз на основі методу аналізу ієрархій дозволив сформувати такий їх перелік: безкоштовна або за додаткова плата; наявність підтримки колективної ВКЗ (більше двох учасників); ліміт на кількість учасників; ліміт часу; можливість запису сеансу; демонстрація екрану; підключення через мобільний номер; текстовий чат; сітка співрозмовників; розширення для браузера (веб-версія); наявність мобільних додатків-клієнтів для смартфонів; Open Source; безпека ВКЗ та ін.

Далі шляхом експертного опитування в рамках того ж методу аналізу ієрархій має здійснюватися оцінка на відповідність сформованому переліку показників властивостей відомих програмних середовищ ВКЗ. Для аналізу були відібрані 8x8, Adobe Connect, AnyMeeting, BigBlueButton, BlueJeans, Chime, Discord, Etherpad, FaceTime, GoToMeeting, Google Meet, Houseparty, Jami, Jitsi, Lifesize, Messenger, Proficonf, Signal, Skype, Slack, MS Teams, UberConference, Webex Meetings, WhatsApp, Whereby, Zoom та ін. При цьому до уваги був прийнятий вичерпний набір характеристик кожного з зазначених продуктів, наприклад:

1. Skype: вільне спілкування; можливість надсилати файли, переписуватися у чаті, показувати презентації, відтворювати аудіо і відео у режимі демонстрації екрану. Разом з тим має обмежену кількість користувачів. Безпроблемно функціонує для 5 учасників, далі йде погіршення якості ВКЗ.

2. Zoom: реалізована можливість проводити опитування і голосування; не має функції редагування відправленого тексту у чаті, відсутня спроможність збільшувати зображення на екрані; недоступний українською, проте, є можливість увімкнути автоматичний перекладач, після чого інтерфейс стане україномовним; кількість глядачів обмежується 100, а безкоштовний час зустрічі - 40 хвилинами; наявна уявна дошка для записів та позначок.

3. WebEx: є можливість збільшувати зображення на екрані; не має можливості редагувати відправлення у чаті; мова інтерфейсу англійська, російська; у користувачів є можливість підключення 150 учасників; всі відео дзвінки можна зберегти у хмарі; наявна також функція «придушення шуму»; можливості віддаленого підключення до робочого місця іншого учасника.

4. MS Team: віртуальні класні кімнати; форуми; робота в онлайн-зошитах; які вчитель може перевіряти й оцінювати, використовуючи онлайн-журнал; обмеження на колективні дзвінки до 300 учасників.

5. Adobe Connect: не має можливості редагувати відправлені у чат питання; не дозволяє збільшувати зображення на екрані; наявний запуск зборів, віртуальних класів і вебінарів (кімнат семінарів) і управління ними; доступне управління початком, призупиненням або припиненням записів; створення, редагування макетів і модулів та управління ними.

6. Google Meet: існує можливість зміни конфігурації екрана під час зустрічі, закріпити або видалити учасника зустрічі чи вимкнути його мікрофон; решта типових можливостей.

7. Proficonf: безкоштовний сервіс; проведення відеоконференцій і вебінарів; Screen-sharing, чат для спілкування з учасниками; синхронізоване відтворення медіафайлів; відео в Full HD якості; 500 МБ файл-хостингу; максимальна кількість учасників до 25; для яких немає обмежень за часом проведення заходів; спільний доступ до файлів і центру демонстрації.

8. Discord: налаштування приватності; керування чатами; демонстрація екрану; передача будь-яких даних; пошук за повідомленнями; влаштований спільний чат; гарний функціонал по аудіо зв'язку; відео зв'язок; конференція максимум до 10 людей для відео і необмежена кількість в голосовому зв'язку.

9. GoToMeeting: відеоконференції HDFaces; можливість додавати до сесії до 25 відеопотоків високої роздільної здатності. Спільне використання робочого столу/додатків. Передача зображення робочого столу в конкретне застосування. Наявні інструменти для малювання. Залучення уваги при спільному використанні екрану за допомогою інструментів для малювання. Можливість в будь-який момент передати управління клавіатурою і мишкою.

10. Slack: для кожного відділу (або певної теми) можна створити окремий канал і запросити в нього скільки завгодно людей; можна синхронізувати з чималою кількістю інших сервісів, необхідних для роботи, зокрема з Google Drive, Google Docs, Twitter, Trello, Google Hangouts, DropBox та іншими; функції аудіо- та відеодзвінків і конференцій; можливість проводити опитування та голосування; можливість приватних чатів для двох співробітників і цілої групи; можливість демонструвати іншим користувачам робочий екран в режимі реального часу під час відеодзвінків і конференцій; функція пошуку серед повідомлень.

Для розширення функціональності пропонованої методики передбачене формування матриці інцидентності на основі ідентифікації відповідності переліку програмних засобів відібраний сукупності характеристик. Подальші дослідження будуть спрямовані на використання можливостей торцевого добутку [4] матриць інцидентності.

Список використаних джерел:

1. Програмне забезпечення для організації віддалених робочих місць. Огляд від компанії Parallels. // IT-новини. – URL: https://itprosnews.wordpress.com/2020/04/12/programmnoe_obespechenie_dlya_organizatsii_udalennykh_rabochikh_mest_obzor_ot_kompanii_parallel/.

2. Сажко Д. Как выбрать лучшую программу для видеоконференций. Сравнение основных вариантов. / Сажко Д. // Лайфхакер. – URL: <https://liferhacker.ru/programmy-dlya-videokonferentsiy/>.

3. Надія О. Skype, Zoom, Cisco WebEx, Microsoft Team чи Google+ Hangouts? / Надія О. // Українська правда. – URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2020/05/12/240947>.

4. Слюсар В.И. Торцевые произведения матриц в радиолокационных приложениях. // Известия высших учебных заведений. Радиоэлектроника. – 1998. – Том 41, № 3. – С. 71-75.

*Черкашина В. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.*

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Передумовою активізації соціально-економічної діяльності, економічного процвітання та розвитку країни є соціальна підтримка населення. Для побудови ефективної системи соціального захисту, її реалізації та підтримки необхідно достатньо ресурсів для забезпечення ефективного функціонування соціальної сфери.

Відповідно до чинного законодавства України соціальні послуги фінансуються за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, спеціальних фондів, коштів підприємств, установ та організацій, плати за соціальні послуги, коштів благодійної допомоги, коштів одержувачів соціальних послуг та інших джерел, передбачених законодавством [1, с. 384].

Насамперед, під фінансовим забезпеченням соціальної сфери варто розуміти цілісну систему організації фінансових відносин, які включають відповідні форми, методи та інструменти їх реалізації, в процесі мобілізації та розподілу фінансових ресурсів з метою створення умов для ефективного функціонування соціальної сфери в Україні на основі вирішення відповідних завдань, зумовлених соціальними функціями держави [2, с. 32].

Насьогодні, серед пріоритетів у напрямках розвитку соціальної сфери виділяють:

- комплексну реформу системи оплати праці, запровадження європейських стандартів у сфері соціально-трудових відносин;
- реформу системи пенсійного забезпечення;
- забезпечення адресності в наданні державної соціальної допомоги;
- децентралізацію системи соціальних послуг та їх розвиток на рівні територіальних громад [3].

Проте, необхідно зауважити, що незважаючи на позитивні зрушення в існуючому законодавстві, на сучасному етапі держава досі не забезпечила потрібних умов для забезпечення необхідного рівня розвитку соціальної сфери.

Список використаних джерел:

1. Крупельницька І.Г., Євась Т.В., Жукова О.А. Фінансове забезпечення соціальної сфери в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 4 (15). С. 372–377. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/15_2018/63.pdf

2. Пігуль Н., Люта О., Бойко А. Фінансове забезпечення соціальної сфери в Україні. *Вісник Національного банку України*. 2015. №1. С. 30–35.

3. Урядовий портал. Соціальна сфера – реформи в дії. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/socialna-sfera-reformi-v-diyi>.

*Черкашина В. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.*

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ТА СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

Сучасні умови, що передбачають зростання нестабільності соціально-економічного розвитку та загострення глобальних проблем людства, Україна має низку проблем із соціальною політикою та управлінням соціальним розвитком в цілому.

Соціальна сфера є базовою самостійною сферою суспільного буття, в якій реалізуються соціальні інтереси всіх верств населення, відносини суспільства і особи, умови праці й побуту, здоров'я, відпочинку. Саме соціальна сфера оптимізує соціальні процеси в суспільстві, створюючи принципи та механізми, інструменти та моделі, які примушують державу відтворювати її стратегію розбудови на певних засадах [1, с. 232].

Є очевидним, що кожного працівника чекає безліч незвичайних та непередбачуваних ситуацій, що мають суттєво вплинути на рівень його доходів та благополуччя. Аналіз соціально-економічних процесів, що відбуваються в усіх розвинутих країнах, переконливо свідчить про необхідність проведення спеціальних законодавчих та організаційних заходів по соціальному захисту і підтримці населення. Інакше в умовах ринку, організованому на чистій конкуренції, можливі тяжкі наслідки, а саме:

- 1) абсолютне та відносне зниження життєвого рівня;
- 2) виникнення великомасштабного безробіття;
- 3) прогресуюче зростання нетрудової основи майнового та соціального розшарування населення;
- 4) зниження престижу суспільно-корисної праці;
- 5) розвиток надмірної експлуатації найманих працівників [2, с. 52].

3 метою уникнення цих наслідків у ринковій економіці потрібен надійний механізм соціального захисту населення, здатний нейтралізувати ці негативні процеси.

Кінцевою метою соціального захисту є надання кожному членові суспільства, незалежно від соціального походження, національної або расової приналежності, можливості вільно розвиватися, реалізувати свої здібності. Іншою метою є також підтримання стабільності в суспільстві, тобто попередження соціальної напруженості, яка виникає у зв'язку з майновою, расовою, культурною, соціальною нерівністю, знаходить вияв у

страйках, актах громадянської непокори, сутичках між окремими групами населення.

Необхідною умовою поліпшення рівня та якості життя сільського населення є наявність розвинутої соціальної сфери. Дослідниками визначено, що соціальна сфера є базовою самостійною сферою суспільного буття, в якій реалізуються соціальні інтереси всіх верств населення, відносини суспільства і особи, умови праці й побуту, здоров'я, відпочинку. Саме соціальна сфера оптимізує соціальні процеси в суспільстві, створюючи принципи та механізми, інструменти та моделі, які примушують державу відтворювати її стратегію розбудови на певних засадах [3, с. 201].

Загалом, соціальна сфера повинна забезпечувати вирішення соціальних проблем. Проте, характерною ознакою розвитку соціальної сфери на сьогодні є недостатність обсягів фінансування.

Список використаних джерел

1. Плечко С. П. Соціальна сфера в процесі становлення демократичного суспільства. *Теоретичні та практичні проблеми реалізації прав людини у сфері соціального забезпечення*: тези допов. та наук. повідом. учасників II Міжнар. наук.-практ. конф.; м. Харків, 8-9 жовт. 2010 р. Харків: Кроссроуд, 2010. С. 231–233. URL: http://cpsr.org.ua/index.php?Option=com_content&view=article&id=32:2010-06-13-21-11-00&catid=20:2010-06-13-21-06-26&Itemid=27

2. Борисов А. Ф. Концепция социальной сферы в современном социогуманитарном дискурсе. *Ученые записки государственного университета*. 2012. № 3. С. 51–55.

3. Булах Т. М., Плахотнікова Л. О. Методологічні аспекти стратегічного планування соціального розвитку села. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2012. № 10. С. 198–202.

*Шарлай О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шульга Л. В.*

ПРОБЛЕМИ ТА ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У сучасних умовах кожне сільськогосподарське підприємство повинно ефективно управляти своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, необхідно аналізувати ринкові можливості, відбирати цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу й успішно управляти впровадженням у життя маркетингових заходів. Саме ефективна маркетингова стратегія допоможе підприємству функціонувати у несприятливому зовнішньому середовищі.

Таблиця 1

Особливості виробництва та маркетингу на аграрних підприємствах

Особливості аграрного виробництва	Особливості аграрного маркетингу
Сезонність виробництва та залежність від природно-кліматичних умов, тому результати виробництва можуть бути непередбачуваними	Виробництво товарів першої необхідності, більшість із них має короткий термін зберігання та має не тільки споживче призначення, а й естетичне, моральне, корисне для здоров'я
Велика тривалість операційного циклу виробництва продукції з визначенням фінансових результатів у кінці року	Розбіжність у часі між виробництвом продукції та її споживанням. Коливання попиту та сезонне коливання цін
Високий рівень конкурентного оточення у галузі, особливо в межах певного географічного регіону, що зумовлено наявністю великої кількості однотипних господарств	Різноманітність форм власності, асортименту продукції й учасників ринку. Обмежена можливість диверсифікації продукції сільського господарства
Земля є головним засобом сільськогосподарського виробництва	Недосконалість інформаційного забезпечення: недостатній і нерівномірний розвиток ринкової інформації і, як наслідок, можливості для посередників легко наживатися за рахунок агровиробників
Взаємозв'язок галузей аграрного виробництва	Висока чутливість до ринкових змін: попит на сільськогосподарські і продовольчі товари не еластичний за ціною і за доходом, високою відчутністю, сприятливістю, адаптивністю, самоорганізацією та самоуправлінням
Різноманітність виробленої продукції, її цілеспрямованість і значимість для кінцевого споживача	Відсутність централізованих стимулів: потреба агровиробників у державній підтримці та координації

Джерело: узагальнено на основі [3]

Для функціонування аграрного підприємства маркетингова стратегія є найважливішою функціональною стратегією, оскільки покликана забезпечити обґрунтування цілей і завдань на кожному окремому ринку (сегменті ринку) і стосовно кожного виробу з урахуванням особливостей конкуренції і попиту споживачів [2, с. 387]. Принципи формування маркетингової стратегії дещо відрізняються від принципів формування загальної стратегії розвитку і впливають із самої сутності маркетингу.

Сьогодні формування маркетингової стратегії можна вважати основою стратегічного розвитку аграрних підприємств і викликано наступними чинниками [1, с. 35]:

- більшість аграрних ринків у сучасних умовах є насиченими і характеризуються високим рівнем конкуренції, тому для успішної ринкової діяльності кожному аграрному підприємству необхідно визначити свій цільовий сегмент зі специфічними потребами, що є можливим лише у разі використання маркетингового інструментарію;

- сучасне зовнішнє бізнес-середовище динамічно змінюється, що може надати аграрним підприємствам додаткові ринкові можливості або, навпаки, нести загрози для його стратегічної діяльності. Постійне моніторинг ситуації на ринку зможе визначити ринкові можливості для аграрних підприємств, своєчасно їх розпізнати та скористатися ними і водночас уникнути ринкових загроз. Саме цей складник є основою методологічного інструментарію під час формування

маркетингової стратегії;

– високий рівень конкуренції, який існує на багатьох товарних і регіональних ринках, вимагає від аграрних підприємств адекватної конкурентної поведінки, яка дасть можливість для зміцнення конкурентоспроможної довгострокової позиції на ринку. Теорія конкурентних переваг націлена на: розроблення заходів, спрямованих на посилення конкурентоспроможності; формування механізму реагування на зовнішні зміни; об'єднання стратегічних дій основних функціональних підрозділів підприємств; вирішення специфічних питань і проблем бізнесу, які є актуальними на даний момент. Усе це є також основою під час формування маркетингової стратегії;

– врахування змін у характері й поведінці споживача є важливим для ринкової діяльності аграрного підприємства. Сьогодні споживачі стають більш обізнаними завдяки активізації інформаційного простору. Комунікаційна політика підприємства дедалі сильніше впливає на споживача та на формування його купівельної поведінки; підвищуються вимоги споживача до сервісного обслуговування та інших нецінових факторів конкурентоспроможності товару, рівень індивідуалізації споживача та його прагнення бути відмінним та несхожим на інших.

Необхідність маркетингової діяльності в аграрній сфері виявляється у поєднанні зусиль із реалізації сільгосппродукції, задоволенні потреб населення в продуктах харчування, а переробних підприємств – у сировині. Особливості агромаркетингу насамперед пов'язані зі специфікою сільськогосподарського виробництва, яка характеризується різноманітністю асортименту продукції й учасників ринку, великою кількістю організаційних форм господарювання, проблемами кадрового забезпечення.

Список використаних джерел

1. Багорка М. О. Сутнісна характеристика маркетингових стратегій, особливості та принципи їх формування у діяльності аграрних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. № 20. С. 32–26.
2. Ларіна Я. С. Формування й особливості застосування маркетингових стратегій підприємствами АПК. *Науковий вісник Національного аграрного університету*. 2006. № 97. С. 386–389.
3. Островський П. І. Аграрний маркетинг: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 224 с.

*Шевченко І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.*

ПРИЧИНИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТИ

Наразі, державне керівництво не використовує не так багато засобів для підтримання високого загального рівня освіти (насамперед, мова йде про адміністративний контроль за навчальною програмою). Проте, світовий досвід вказує на те, що необхідно контролювати процес, а не зміст навчання. Саме тому

актуальним є формування такої державної політики, яка б забезпечувала розширене відтворення об'єктивної бази наукової діяльності та незворотній вплив інновацій на прискорене економічне зростання. Серед найважливіших причин, що вказують на необхідність державного регулювання освіти, можна виділити такі:

- неспроможність ринку надати освітні послуги в повному обсязі та певної якості;
- здійснення лібералізації галузі освіти;
- невідповідність змісту та форм державного управління освітою інноваційній сутності освітніх процесів і нової ролі галузі освіти в постіндустріальному суспільстві [1, с. 169-170].

У світі склались дві принципово відмінні стратегії урядового регулювання діяльності вищої школи – це «стратегія раціонального планування і контролю» та «стратегія саморегулювання». Перша стратегія передбачає централізацію процесу прийняття рішень і контроль за вибором політики та її реалізації, застосовується в континентальній Європі. Стратегія самоврядування походить із традиційної британської та американської систем вищої освіти, передбачає державний нагляд за вищою освітою. Контроль за вищими закладами на державному рівні обмежується механізмами моніторингу якості, оподаткуванням, регулюванням права присуджувати наукові ступені, а також підтверджувати їх академічну якість та відповідність [3, с. 48].

Отже, головною думку на сучасних умовах є те, що держава повинна бути гарантом виконання освітою її високої місії – формування інтелектуального капіталу нації.

Список використаних джерел:

1. Зарецька Л. М., Кулініч О.А. державне регулювання сфери вищої освіти. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2015. Вип. 2. С. 168-179. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2015_2_19.
2. Фініков Т. Сучасна вища освіта: світові тенденції та Україна. Київ : Таксон, 2002. 176 с.

*Шевченко І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.*

РІВНІ РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Наразі, при регулюванні освітньої діяльності Україна, як відкрита і демократична держава, враховує положення не лише національного, а й міжнародного правового рівня. До цього ж, умовно виділяється три рівні нормативно-правового регулювання освіти:

- макрорівень,
- мезорівень,
- мікрорівень.

Зрозуміло, що на макрорівні розглядаються законодавчо-нормотворчі акти

міжнародного, загальнонаціонального змісту (Декларація прав людини, Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права ООН, Конвенція про боротьбу з дискримінацією у сфері освіти, Спільна декларація міністрів освіти Європи «Європейський простір у сфері вищої освіти»).

Саме ці документи засвідчують світове визнання освіти як одного із фундаментальних прав людства та важливість підтримки освіти на міжнародному рівні.

На вищому рівні законодавства України, право на освіту задекларовано в Конституції України [1], одночасно важливим документами є Національна доктрина розвитку освіти [2], а також визначена нею Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року [3].

Основними нормативно-правові акти у сфері освітнього простору України на мезорівні є Закон України «Про освіту», (який був видозмінений в 2017 році та обґрунтовує основні положення щодо змісту, структури, основних провайдерів та суб'єктів освіти, стандартів та систем якості, суб'єктів управління та контролю і їх повноважень тощо); Закон України «Про дошкільну освіту», Закон України «Про загальну середню освіту», Закон України «Про професійно-технічну освіту», Закон України «Про вищу освіту», Закон України «Про позашкільну освіту» тощо. Одночасно, на даному рівні розглядають укази Президента України в контексті розвитку освітньої галузі, постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, інші нормативноправові акти центральних органів виконавчої влади тощо [4].

На мікрорівні застосовуються ті норми, які встановлюють освітні заклади та інші освітні провайдери для регулювання власної діяльності (положення, інструкції, укази, розпорядчі документи тощо), які беззаперечно повинні відповідати вимогам попередніх двох рівнів. Необхідно зазначити, що умовах посилення автономії для закладів освіти, цей рівень визначає особливості організації освітнього процесу.

Таким чином, такий достатньо широкий перелік законодавчо-нормотворчі актів державного регулювання освіти має сприяти ефективному регулюванню вітчизняної освітньої діяльності.

Список використаних джерел:

1. Конституція України : закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. Дата оновлення: 21.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.

2. Про Національну доктрину розвитку освіти: Указ Президента України від 17.04.2002 р. № 347/2002. Дата оновлення: 17.04.2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2002>.

3. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року : Указ Президента України від 25.06.2013 № 344/2013. Дата оновлення: 04.07.2013. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/344/2013> (дата звернення: 18.02.2019). 224. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. Дата оновлення: 19.01.2019. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#n66>.

4. Семенець-Орлова І. Нормативно-правове забезпечення освітніх змін в Україні. Теорія та практика державного управління (Збірник наукових праць ХарPI НАДУ). № 3 (58). 2017. С. 91-100.

ЗМІСТ

<i>Бодра О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i> <i>Науковий керівник: к. п. н., доцент Шупта І. М.</i> ФУНКЦІЙ КОНФЛІКТІВ, ЩО ВИНИКАЮТЬ СЕРЕД ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ.....	3
<i>Бодрий А. Ф., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i> <i>Науковий керівник: к. е. н. Попова Ю. М.</i> СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ДИТЯЧИХ ЗАКЛАДІВ ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА ВІДПОЧИНКУ	5
<i>Бондаренко Я., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр</i> <i>Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i> <i>Науковий керівник: асистент Кошова Л.М.</i> БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ МОНІТОРИНГУ ЗЕМЛІ.....	7
<i>Будаква В.О., Товма В.В., Томаш Б.В., здобувачі вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Дорофєєв О.В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	9
<i>Головань В. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр</i> <i>Спеціальності 081 Право</i> <i>Науковий керівник: к.ю.н., доцент Липій Є. А.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДОКТРИНИ «ПЛОДІВ ОТРУЙНОГО ДЕРЕВА» В УКРАЇНСЬКЕ ЗАКОНОДАВСТВО.....	11
<i>Головін Р. Ю., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i> <i>Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.</i> БЮДЖЕТ УЧАСТІ ЯК МЕТОД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ	13
<i>Городянин А. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр</i> <i>Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології</i> <i>Науковий керівник: к.т.н., доцент Слюсарь І. І.</i> ОРГАНІЗАЦІЙ ВІДДАЛЕНОГО ДОСТУПУ В КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМАХ.....	15

Гуйва О. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології Науковий керівник: к.ф.-м.н., доцент Копішинська О. П. СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТВОРЕННЯ САЙТУ.....	17
Дерева В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Іщейкін Т. Є. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	19
Дикопавленко В. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 075 Маркетинг Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	20
Диннік В. В. здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 051 Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л. М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАСОБІВ У АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	22
Дмитренко А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л. М. ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	23
Єрмак В. Є., Ноздрін І. І., здобувачі вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 075 Маркетинг Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В.В. ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	25
Іщенко М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О. КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ	27
Клименко Р. Г., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	28

Коврижко Ю. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.е.н., доцент Сьомич М. І.	
УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНАХ ВЛАДИ.....	30

Козельський Є. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л. М.	
АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	31

Колісник А. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології Науковий керівник: д.т.н., професор Слюсар В. І.	
ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МЕРЕЖІ ДОСТУПУ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ NGOA.....	33

Колотій І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к. і. н., доцент Щетініна Т. О.	
УПРАВЛІННЯ ОПОРНИМИ ЗАКЛАДАМИ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	35

Коробка Є. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 051 Економіка Науковий керівник: к.е.н. Загребельна І. Л.	
ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	37

Коробка Є. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 051 Економіка Науковий керівник: к.е.н. Загребельна І. Л.	
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ	38

Кравченко Н. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невідничка Т. В.	
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	40

Кривобік М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.	
УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	41

<i>Кривчун Р. Ю., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр</i> <i>Спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Іщейкін Т. Є.</i> БІЗНЕС-ПЛАН ТА ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТІВ В СФЕРІ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ	43
<i>Кулінченко І. Р., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр</i> <i>Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології</i> <i>Яковлева О. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 075Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.т.н. Одарущенко О. Б.</i> ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПАКЕТІВ КОМП'ЮТЕРНОЇ МАТЕМАТИКИ.....	45
<i>Куркіна В. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.</i> АДАПТАЦІЯ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ, СПРИЧИНЕНИХ ПАНДЕМІСІЮ COVID-19.....	49
<i>Лесюк В. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к. е. н., доцент Сазонова Т. О.</i> УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ	50
<i>Лобода І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i> <i>Науковий керівник: к. п. н., доцент Шупта І. М.</i> СИНДРОМ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ СЕРЕД ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ.....	51
<i>Манич Н. М. здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.</i> ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	53
<i>Мухан Н. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i> <i>Спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Тимошенко І. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	55

Мухан Н. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 051 Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Тимошенко І. В. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	56
Мухан Н. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к. держ. упр. Кононенко М. М. СУДОВА РЕФОРМА В УКРАЇНІ: ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ	57
Мушта Б. П., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри Сень О. В. ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	59
Олексенко А. А., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невідничка Т. В. ПЕРСПЕКТИВА ФОРСАЙТ-ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ	61
Олійник О. Г., Макеев С. Л., Латуца Н. А., здобувачі вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.е.н., доцент Дорофеев О. В. ПОГЛИБЛЕННЯ РОЛІ ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ У РОЗВИТКУ ЛІДЕРСТВА У ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ	62
Павлушенко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент, професор кафедри Сердюк О. І. ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	64
Палатай Я. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 051 Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Макаренко П. М. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	66
Пащенко В. М., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 075 Маркетинг Науковий керівник: к.е.н., доцент Боровик Т. В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ.....	67

Пономаренко В. С., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології Науковий керівник: доцент Дігтярьова Л. М. ВЕБ-ОРІЄНТОВАНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА КОМПЛЕКСНОГО ЦЕНТРУ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ	69
Рашин А. І., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології Науковий керівник: д.т.н., професор Слюсар В. І. СЕРВІСИ ДЛЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ГЕОГРАФІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ.....	70
Рень В. І., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології Науковий керівник: к.т.н., доцент Слюсар І. І. АНАЛІЗ КАТЕГОРІЙ ВРАЗЛИВОСТЕЙ ПРИСТРОЇВ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ	72
Руденко О. Д. здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Федірець О. В. ВИРОБНИЧА СТРАТЕГІЯ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	74
Семенова Ю. Р., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Сень О. В. НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ.....	75
Семенова Ю. Р., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Сень О. В. ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ ЩОДО УЧАСТІ ГРОМАДСЬКОСТІ У МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ.....	76
Сердюк Р. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Терещенко І. О. АНАЛІЗ ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «АДМІНІСТРУВАННЯ» ДІЯЛЬНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	77
Сердюк К. С., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: асистент Кошова Л. М. ОСНОВНІ АСПЕКТИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПІВДЕННІЙ КОРЕЇ.....	79

Сімон А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 075 Маркетинг Науковий керівник: к.е.н., доцент Боровик Т. В.	
СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	81
Сіренко О. Л., Кравченко Н. О., Грабовський В. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.	
ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	83
Скаченко Т. А., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: асистент Кошова Л. М.	
БІРЖОВА ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ КОРОНАВІРУСУ	84
Сорока В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.	
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ	86
Сорока В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.	
РОЗВИТОК РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	88
Ставицька В. О., здобувач вищої освіти, СВО Бакалавр Спеціальність Облік та оподаткування Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Вакуленко Ю. В.	
КООПЕРАТИВНІ ІГРИ В ЗАГАЛЬНІЙ ТЕОРІЇ ІГОР.....	89
Стешенко К. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 073 Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Іщейкін Т. Є.	
АКТУАЛЬНІСТЬ ПИТАНЬ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ.....	91
Тетерюк Р. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: доцент Михайлова О. С.	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМНИХ ІНТЕРФЕЙСІВ ДЛЯ ОСОБИСТИХ БЮДЖЕТІВ СПОЖИВАЧІВ.....	92

Тютюнник Є. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Стеценко М. О., Кузьменко А. Г., здобувачі вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.е.н., доцент Дорофєєв О. В.	
ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ	94
Усенко В. Г., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології Науковий керівник: д.т.н., професор Слюсар В. І.	
МЕТОДИКА РАЦІОНАЛЬНОГО ВИБОРУ ЗАСОБУ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦІВ'ЯЗКУ	96
Черкашина В. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.	
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	99
Черкашина В. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.	
СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ТА СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ	100
Шарлай О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 075 Маркетинг Науковий керівник: к.е.н., доцент Шульга Л. В.	
ПРОБЛЕМИ ТА ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	101
Шевченко І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.	
ПРИЧИНИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТИ	103
Шевченко І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.	
РІВНІ РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	104



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

