



OpenSciLab.org

Наукова платформа
Open Science Laboratory

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ

Учасники конференції

Deák József
Jakab-Szalanics Kitti
Аверчев О.В.
Аверчева Н.О.
Адамів С.С.
Баблюк А.А.
Беляк А.О.
Бесчастнова Н.В.
Благодир А.В.
Блаженко С.Л.
Бошняк А.В.
Василевська М.Д.
Вельбой Л.В.
Капитонова Е.А.
Катаєва С.Б.
Малишенко Л.О.
Несветов О.О.
Несветова С.В.
Пікуліна О.В.
Стогній О.А.
Фахретдинов Р.Ю.
Чаркіна Т.Ю.
Шкуренко С.В.
Юлдашева В.С.



Матеріали
II Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції
(м. Київ, 21 квітня 2021 р.)

КИЇВ 2021

Наукова платформа



Open Science Laboratory

**СУЧАСНІ ВИКЛИКИ
ТА АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ**

Матеріали

**II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
(м. Київ, 21 квітня 2021 року)**

Самостійне електронне текстове
наукове періодичне видання комбінованого використання

КИЇВ 2021

УДК 33
ББК 65
С-916

Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку економічної науки і практики [зб. наук. пр.]: матеріали II міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Київ, 21 квітня 2021 р.). Київ, 2021. 98 с.

Збірник містить матеріали (тези доповідей) II міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку економічної науки і практики», у яких всебічно висвітлено проблеми сучасної економічної науки і практики.

Видання призначене для науковців, науково-педагогічних працівників, докторантів, аспірантів, студентів та практикуючих спеціалістів в області економіки.

II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
«Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку
економічної науки і практики»
(м. Київ, 21 квітня 2021 р.)

Адреса оргкомітету та редакційної колегії:

м. Київ, Україна

E-mail: conference@openscilab.org

www.openscilab.org

Наукові праці наведені в алфавітному порядку та згруповані за напрямками роботи конференції.

Для зручності, беручи до уваги, що видання є електронним, нумерація та загальна кількість сторінок наведені з врахуванням обкладинки.

Збірник на постійній сторінці конференції: <https://openscilab.org/ru/?p=3937>

*Матеріали (тези доповідей) друкуються в авторській редакції.
Відповідальність за якість та зміст публікацій несе автор.*



ЗМІСТ

* зміст інтерактивний
(натиснення на назву призводить до переходу на відповідну сторінку)

БАНКІВСЬКА СПРАВА

Катаєва С.Б., Баблюк А.А., Вельбой Л.В.

ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ДИНАМІЧНОГО ІНДИКАТОРА ДЛЯ
ОЦІНКИ РИЗИКУ БАНКІВСЬКОЇ ЛІКВІДНОСТІ 6

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Несветов О.О., Несветова С.В.

ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ НА ТЛІ ПАНДЕМІЇ COVID-19: УКРАЇНСЬКІ
РЕАЛІЇ 15

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Аверчев О.В., Аверчева Н.О.

РОЗВИТОК ГАЛУЗІ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА В ХЕРСОНСЬКІЙ
ОБЛАСТІ..... 25

Бесчастнова Н.В., Фахретдинов Р.Ю.

ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ И
ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КАК ЭЛЕМЕНТА АНАЛИЗА
ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ 31

Благодир А.В., Блаженко С.Л.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ 36

Капитонова Е.А., Бесчастнова Н.В.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО
КЛАСТЕРА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН 42

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ

Deák József, Jakab-Szalanics Kitti

ПРИМЕРЫ БОРБЫ С КОРРУПЦИЕЙ МВД ВЕНГРИИ И РОССИИ В
НАШИ ДНИ, НА ОСНОВЕ КОДЕКСА ООН О ПОВЕДЕНИИ
ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ ПО ПОДДЕРЖАНИЮ ПРАВОПОРЯДКА 47

*МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В
ЕКОНОМІЦІ*

Василевська М.Д. РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БІЗНЕСІ	58
--	----

МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ

Адамів С.С. АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	63
---	----

Беляк А.О. DIGITAL-РІШЕННЯ ДЛЯ NORECA	69
---	----

Бошняк А.В., Шкуренко С.В., Малишенко Л.О. МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА	75
---	----

Пікуліна О.В., Чаркіна Т.Ю. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК НАПРЯМОК АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	82
---	----

ПРАВОВІ ВІДНОСИНИ В ЕКОНОМІЦІ

Стогній О.А. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	87
--	----

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Бесчастнова Н.В., Юлдашева В.С. РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ КАК РЕЦИПИЕНТ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	91
---	----

БАНКІВСЬКА СПРАВА

УДК 336.719

ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ДИНАМІЧНОГО ІНДИКАТОРА ДЛЯ ОЦІНКИ РИЗИКУ БАНКІВСЬКОЇ ЛІКВІДНОСТІ

Катаєва С.Б.,

ст. викладач кафедри обліку, аудиту та фінансів,
Університет економіки і підприємництва

Баблюк А.А.

студентка
Університет економіки і підприємництва

Вельбой Л.В.

студентка
Хмельницький фаховий економіко-технологічний коледж

Ризик ліквідності для банківської установи завжди був одним із найбільш значущих. Причиною виникнення ризику ліквідності є незбалансованість між термінами погашення й обсягами активів і пасивів.

Перехід від моделей пасивної еволюції до моделей відтворення банківських послуг відчутно ускладнюються появою нових вимог і зобов'язань, які здебільшого мають випадковий характер. Через це детерміновані моделі, як правило, перетворюються на стохастичні. Серед динамічних моделей банку розрізняють моделі двох типів: моделі динаміки балансових залишків та моделі динаміки грошових потоків. Переваги моделей першого типу полягають у тому,

що вони оперують безпосередньо залишками, які відображаються у балансі банку. Вони моделюють динаміку балансу банку [1].

Більш детально зупинимося саме на першому типі моделей – динаміки балансових залишків, до яких можна віднести і модель динамічного індикатора, що базується на методі непараметричної статистики. Використання даної моделі для оцінки ризику ліквідності дає змогу отримати узагальнену оцінку ризику ліквідності банку, виходячи з розгляду банку як складної динамічної системи [1]. В основу цієї моделі покладено поняття динамічного індикатора як сукупності показників, упорядкованих за темпами зростання.

Для оцінки ризику ліквідності комерційного банку на основі моделі динамічного індикатора буде використовуватись вектор оцінок, розрахований за нелінійним динамічним показником на основі нормативної і фактичної матриць співвідношень. Розрахунок динамічного індикатора для даної моделі розраховується матричним методом і включає наступні декілька етапів:

На першому необхідно визначити оптимальний перелік показників, що характеризують ліквідність і платоспроможність комерційного банку, на основі яких формується динамічний індикатор ліквідності. Цей етап є надзвичайно важливим, оскільки від того, наскільки чутливими будуть вибрані окремі показники, залежить точність оцінки ризику ліквідності. [1;2].

Для побудови динамічного індикатора ліквідності умовного банку (Банк «Х») використаємо вісім показників, які дають змогу комплексно оцінити рівень ліквідності та платоспроможності: сукупні активи; високоліквідні активи, що включають готівкові кошти і банківські метали та кошти на коррахунках в НБУ та інших банках; державні цінні папери; проблемні кредити; неробочі активи; балансовий капітал; поточні зобов'язання; вклади населення. Вищезазначені показники дають змогу оцінити миттєву ліквідність банку, співвідношення капіталу і активів, визначити частку державних цінних паперів в сукупних активах, частку проблемних кредитів в сукупних активах,

частку неробочих активів в сукупних та співвідношення вкладів населення і капіталу банку.

Другий етап присвячений економічній інтерпретації обраних показників за темпами їх зростання та установлення динамічних співвідношень між цими показниками. Від правильності встановлення співвідношень між показниками залежить точність отриманої оцінки ліквідності. Необхідною передумовою є дотримання економічної обґрунтованості порівняння пар цих показників.

За результатами аналізу динамічних співвідношень між показниками отримують матрицю їх нормативних співвідношень, формула 1.

$$m_{ij}^A(t) = \begin{cases} 1 - i - \text{й показник має зрости швидше за } j - \text{й показник} \\ -1 - i - \text{й показник має зрости повільніше за } j - \text{й показник} \\ 0 - \text{нормативне співвідношення між показниками не визначене} \end{cases} \quad (1)$$

Формування для кожного моменту часу t матриці фактичних співвідношень темпу зростання показників $M^f(t) = \{m_{ij}^f(t)\}_{kkk}$, формула

$$2: m_{ij}^f(t) = \begin{cases} 1, \text{ якщо } li(t) > lj(t) \text{ та } m_{ij}^A = 0 \\ -1, \text{ якщо } li(t) < lj(t) \text{ та } m_{ij}^A = 0, \\ 0, \text{ якщо } li(t) = lj(t) \text{ та } m_{ij}^A = 0 \end{cases} \quad (2)$$

де $li(t)$ -темп зростання i -го показника в момент часу t ;

$lj(t)$ -темп зростання j -го показника в момент часу t ;

m_{ij}^A -елемент матриці фактичних співвідношень темпів зростання показників, що перебувають на перетині i -го рядка та j -го стовпця.

Формування матриці збігу фактичних та нормативних співвідношень темпів зростання показників $M^c(t) = \{m_{ij}^c(t)\}_{kkk}$, формула 3:

$$m_{ij}^c(t) = \begin{cases} 1, \text{ якщо } m_{ij}^A = m_{ij}^F \text{ та } m_{ij}^A = 0 \\ -1, \text{ якщо } m_{ij}^A = m_{ij}^F \text{ та } m_{ij}^A \neq 0, \\ 0, \text{ якщо } m_{ij}^A = 0 \end{cases} \quad (3)$$

Будується матриця збігу $m_{ij}^c(t)$ фактичних співвідношень матриці $m_{ij}^A(t)$ та нормативних співвідношень матриці $m_{ij}^F(t)$. Наступним розраховується динамічний індикатор ліквідності співвідношення кількості збігів нормативних і фактичних співвідношень до кількості нормативних співвідношень за модулем $U^2(t)$, формула 4:

$$U^2(t) = \sum m^c(t) / \sum m_{ij}^A, \quad (4)$$

Динамічний індикатор набуває значень у межах від -1 до +1. Якщо в який-небудь момент часу t оцінка u^2t матиме значення 1, то це свідчить про те, що всі нормативно встановлені співвідношення показників фактично виконуються. Якщо $u^2t = -1$, то це означає, що фактичний порядок показників є повністю протилежним нормативному.

Від'ємні значення u^2t в окремі звітні періоди пояснюються обмеженістю фінансових ресурсів установи для підтримання на необхідному рівні динаміки показників. Вектор $u^2(t)$ є мірою близькості фактичного і нормативного упорядкування показників ліквідності і платоспроможності комерційного банку і кількісно характеризує ризик ліквідності. Основними ознаками високого ризику ліквідності банку є різке зменшення значення динамічного індикатора ліквідності $u^2(t)$ за одночасної зміни його знаку і (або) збереження протягом тривалого часу від'ємних значень динамічного індикатора.

Зменшення значень динамічного індикатора свідчить про збільшення ризику ліквідності і платоспроможності банку. Якщо динамічний індикатор $u^2(t)$ рівний нулю, то це свідчить про граничний рівень ліквідності, який потребує посиленого контролю з метою недопущення кризи ліквідності [1;2;3].

Оцінки ризику ліквідності для Банку «Х» згідно з даною моделлю буде проведена за 2019-2020 роки. Для побудови динамічного індикатора ліквідності використаємо вісім показників, табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка окремих показників Банку «Х»

Показник	Рік			Темп зростання	
	2018	2019	2020	2019	2020
Сукупні активи (А)	49807928	45366503	44940553	0,91	0,99
Високоліквідні активи (Ва)	38863517	35827476	35224812	0,92	0,98
Державні цінні папери (ДЦП)	6 071 228	5 088 329	4 291 996	0,84	0,84
Проблемні кредити (Пк)	1 933 424	1441966	3539855	0,75	2,45
Неробочі активи (Ан)	3 723 253	3 707 483	3 813 260	0,99	1,02
Балансовий капітал (К)	8 220 803	9 118 474	4 412 863	1,11	0,48
Поточні зобов'язання банку(ПЗ)	41587125	36248029	40527690	0,87	1,12
Вклади населення (ВН)	28553940	27184583	29828921	0,95	1,10

Джерело: складено і розраховано автором за [1;3]

Для обраних показників визначаємо нормативну матрицю співвідношень між окремими показниками. Виходячи з вимог мінімізації ризику ліквідності, якщо і-й показник має зростати вищими темпами, ніж j-й показник, то відповідний елемент матриці дорівнює "+1", у іншому разі - "-1". Так, для недопущення зростання ризику ліквідності високоліквідні активи мають зростати вищими темпами, ніж активи загалом, тому $m_{21} \text{ Ap}_{21} = +1$.

Виходячи з вимог мінімізації ризику платоспроможності, активи мають зростати повільніше ніж капітал, тому $m_{20} \text{ A} = -1$. Якщо між показниками не виявлено зв'язку, відповідний елемент матриці дорівнює нулю. Нормативна матриця співвідношень між визначеними показниками для оцінки ризику ліквідності та платоспроможності зображена в таблиці 2.

Таблиця 2

**Матриця нормативних співвідношень між показниками для
оцінювання ліквідності банку**

Показник	А	Ва	ДЦП	Пк	Ан	К	ПЗ	ВН
Сукупні активи (А)	0	-1	-1	1	1	-1	0	0
Високоліквідні активи (Ва)	1	0	0	1	0	0	1	1
Державні цінні папери (ДЦП)	1	0	0	1	0	0	0	0
Проблемні кредити (Пк)	-1	-1	-1	0	0	-1	0	0
Неробочі активи (Ан)	-1	0	0	0	0	-1	0	0
Балансовий капітал (К)	1	0	0	1	1	0	1	1
Поточні зобов'язання (ПЗ)	0	-1	0	0	0	-1	0	0
Вклади населення (ВН)	0	-1	0	0	0	-1	0	0

Джерело: складено і розраховано автором за [1]

Виходячи зі результатів темпів зростання показників, що характеризують ліквідність та платоспроможність банку будуємо матрицю фактичних співвідношень темпів зростання показників, які використовуються для оцінювання ліквідності в 2019 – 2020 рр. (табл. 3, 4.).

Таблиця 3

**Матриця фактичних співвідношень темпів зростання показників
банку у 2019 р.**

Показник	А	Ва	ДЦП	Пк	Ан	К	ПЗ	ВН
Сукупні активи (А)	0	-1	1	1	-1	-1	1	-1
Високоліквідні активи (Ва)	1	0	1	1	-1	-1	1	-1
Державні цінні папери (ДЦП)	-1	-1	0	1	-1	-1	-1	-1
Проблемні кредити (Пк)	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1
Неробочі активи (Ан)	1	1	1	1	0	-1	1	1
Балансовий капітал (К)	1	1	-1	1	1	0	1	1
Поточні зобов'язання (ПЗ)	-1	-1	1	1	-1	-1	0	-1
Вклади населення (ВН)	1	1	1	1	-1	-1	1	0

Джерело: складено і розраховано автором за [1]

Таблиця 4

**Матриця фактичних співвідношень темпів зростання показників
банку у 2020 р.**

Показник	А	Ва	ДЦП	Пк	Ан	К	ПЗ	ВН
Сукупні активи (А)	0	1	1	-1	-1	1	-1	-1
Високоліквідні активи (Ва)	-1	0	1	-1	-1	1	-1	-1
Державні цінні папери (ДЦП)	-1	-1	0	-1	-1	1	-1	-1
Проблемні кредити (Пк)	1	1	1	0	1	1	1	1
Неробочі активи (Ан)	1	1	1	-1	0	1	-1	-1
Балансовий капітал (К)	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	-1
Поточні зобов'язання (ПЗ)	1	1	1	-1	1	1	0	1
Влади населення (ВН)	1	1	1	-1	1	-1	-1	0

Джерело: складено і розраховано автором за [1;4]

Наступним етапом розрахунку динамічного індикатора для оцінки ліквідності є побудова матриці збігів $m_{ij}^c(t)$ фактичних співвідношень матриці і нормативних співвідношень зображено в таблицях 5, 6.

Таблиця 5

**Матриця збігів нормативних і фактичних співвідношень між
показниками банку у 2019 р.**

Показник	А	Ва	ДЦП	Пк	Ан	К	ПЗ	ВН
Сукупні активи (А)	0	1	-1	-1	-1	1	0	0
Високоліквідні активи (Ва)	1	0	0	1	0	0	1	-1
Державні цінні папери (ДЦП)	-1	0	0	1	0	0	0	0
Проблемні кредити (Пк)	1	1	1	0	0	1	0	0
Неробочі активи (Ан)	-1	0	0	0	0	1	0	0
Балансовий капітал (К)	1	0	0	1	1	0	1	1
Поточні зобов'язання (ПЗ)	0	1	0	0	0	1	0	0
Вклади населення (ВН)	0	-1	0	0	0	1	0	0

Джерело: складено і розраховано автором за [1;4]

Таблиця 6

**Матриця збігів нормативних і фактичних співвідношень між
показниками банку у 2020 р.**

Показник	А	Ва	ДЦП	Пк	Ан	К	ПЗ	ВН
Сукупні активи (А)	0	-1	-1	-1	-1	-1	0	0
Високоліквідні активи (Ва)	-1	0	0	-1	0	0	-1	-1
Державні цінні папери (ДЦП)	-1	0	0	-1	0	0	0	0
Проблемні кредити (Пк)	-1	-1	-1	0	0	-1	0	0
Неробочі активи (Ан)	-1	0	0	0	0	-1	0	0
Балансовий капітал (К)	-1	0	0	-1	-1	0	-1	-1
Поточні зобов'язання (ПЗ)	0	-1	0	0	0	-1	0	0
Вклади населення (ВН)	0	-1	0	0	0	1	0	0

Джерело: складено і розраховано автором за [1; 4]

На підставі матриці збігів і матриці нормативних співвідношень обчислюємо узагальнюючий динамічний індикатор ліквідності $u^2(t)$ за вищезазначеною формулою (4), як співвідношення кількості збігів до загальної кількості значень за модулем нормативної матриці.

Отже, для умовного банку значення динамічного індикатора буде наступним:

- у 2019 році: $u^2(t)=(19)/26=0,730$;

- у 2020 році: $u^2(t)=(1)/26=0,038$

Таким чином, низьке значення показника динамічного індикатора банку в 2019 році 0,730 вказує на низьке значення ризику ліквідності банку в цьому періоді. Низьке значення показника ризику ліквідності вказує на якісну роботу з погашення проблемної заборгованості та значне зростання високоліквідних активів. Також позитивним є обсяг зростання капіталу в 2019 році.

В 2020 році ситуація з ліквідністю в Банку «Х» суттєво змінилась, показник динамічного індикатора зменшився, що вказує на істотне збільшення ризику ліквідності банку в порівнянні із попереднім роком це сталося через

погіршення якості кредитного портфеля. Свою роль в зниженні ліквідності Банку «Х» зіграло і випереджаючі темпи зростання проблемних кредитів в порівнянні із темпами росту активів та зобов'язань. Але все ж відчувається брак високоліквідних активів, які суттєво зменшились в 2020 році. Також негативно вплинуло різке зменшення розміру капіталу банку.

Отже, обчисливши узагальнюючий динамічний індикатор ліквідності ризику в Банку «Х», було визначено, що ризик ліквідності наблизився до максимально високого рівня. Керівництву банку необхідно провести заходами для зниження ризику ліквідності, а саме: різке нарощення власного капіталу, в тому числі і статутного, як за рахунок коштів акціонерів, так і за рахунок зовнішніх джерел; збільшення частки високоліквідних активів; проведення активної депозитної політики в частині залучення строкових вкладів фізичних осіб; тощо.

Комплексне управління ризиком ліквідності сприятиме всебічному його контролю та допоможе захистити банк від потенційної кризи в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Бобиль В. Ризик-фактори та ризик-результати нарізних рівнях банківської діяльності URL : <http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/handle/123456789/3983> (дата звернення: 10.03.2021).
2. Бутинець Ф. Ф., Герасимович А. М. Управління ліквідністю банку: методичні підходи. Вісник ЖДТУ. 2012. № 4 (62). URL : <file:///C:/Users/Home/Desktop/42586-85418-1-PB.pdf>. (дата звернення: 10.03.2021).
3. Карчева Г.Т., Запорожець С.В., Чібісова В.Ю.. Сучасні підходи до управління ризиком ліквідності банків. Глобальні та національні проблеми економіки. наук. журнал. №7. 2016. С. 686—691.
4. Катаєва С.Б., Мрук В.В.. Модель оцінки ризику ліквідності банківської установи Сталий розвиток економіки : міжнар. наук.-виробн. журнал. №2 [43], 2019р. ст. 165.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ НА ТЛІ ПАНДЕМІЇ COVID-19: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Нєсвєтов Олександр Олександрович

к.е.н., доцент, викладач економічних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу «Роменський фаховий коледж Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана»

Нєсвєтова Світлана Владиславівна

викладач економічних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу «Роменський фаховий коледж Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана»

Світова економіка має досвід реагування на різного роду фінансові виклики, однак жодна фінансова криза не була настільки масштабною і не впливала на такий широкий спектр фінансово-економічних відносин на світових і регіональних ринках. Україна на другий рік пандемії вже частково адаптувалася до кризових викликів, оскільки уже була сформована система фінансових антикризових інструментів, які дозволили подолати кризу 2008-2010 років з незначними втратами. Однак масштабність третьої хвилі захворювань на COVID-19, спонукає з одного боку до об'єднання зусиль національних економік, а з іншого - до пошуку дієвих заходів щодо подолання кризи, забезпечення фінансово-економічної стабілізації і трансформації національної економіки до умов пандемії. Ці наслідки для України ще більш критичні, оскільки супроводжуються військовим конфліктом на Сході України.

Упродовж 2019-2020 років українські науковці, активно досліджують вплив наслідків пандемії COVID-19 на економіку. Так експерти Українського інституту майбутнього, Амелін А., Лаврик Я., Монін Д. аналізуючи фактичні та прогнозовані втрати української економіки від пандемії COVID-19 спрогнозували розвиток різних сценаріїв виходу з економічної кризи – від базового (з падінням реального ВВП за підсумками 2020 - 2021 років до 6,4%) до помірно-песимістичного (падіння ВВП за підсумками 2020 2021 років передбачається на рівні 10,3%) [1]. Кулицький С., окреслюючи заходи, на подолання пандемії, виділяє: технічно-організаційні, фінансово-економічні, соціально-політичні та інформаційно- психологічні, наголошуючи на тому, що всі вони так чи інакше відобразатимуться на розвитку української економіки в найближчому й більш віддаленому майбутньому [2]. Кравчук В. (Інститут економічних досліджень та політичних консультацій), Несходовський І. (Інститут соціально-економічної трансформації) Ганул М. (Національна організація роздрібної торгівлі), Куш О., (фінансовий аналітик), Ломакович В. (радник міністра фінансів України), пропонують три базові сценарії впливу коронавірусу: оптимістичний - з падінням економіки на 6%, базовий – 7% та песимістичний – 11%.

При цьому науковці спираються на реальні дані, висновки експертів НБУ, МВФ, Кабінету Міністрів. А саме: внаслідок пандемії та введених карантинних заходів падіння українського ВВП (за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства) у першій половині 2020 р. вже склало 6,5% [3]. Міністр розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України Ігор Петрашко зазначає, що валовий внутрішній продукт України за 2020 рік в цілому скоротився на 4%, що є одним із найнижчих показників у світі [4]. Хоча, згідно прогнозу Кабінету Міністрів України падіння ВВП у 2020 р. становитиме 4,8%, а рівень безробіття – 9,4% [5]. У той же час за оцінкою МВФ, українська економіка зменшиться на 8,2% [6]. Прогнози

Світового банку для України передбачають падіння реального ВВП у 2020-2021 роках на рівні 3,5%.

Очільниця Європейського центрального банку Крістін Лагард наголошує на стані «економічного шоку», який перегукується із світовою фінансовою кризою 2008 р., [7]. Проте ту кризу завдяки ефективним фінансовим інструментам вдалося досить швидко побороти, чого не можна прогнозувати сьогодні. Світова економічна система характеризується широкою невизначеністю. Економічні прогнози експертів свідчать про значні розбіжності щодо загального обсягу, довгострокових наслідків та прогнозованого одужання світової економіки [8]. Оцінки ризиків та прогнози непередбачених ситуацій сприймаються з недовірою через таку велику кількість думок. Пандемія вплинула майже на всі галузі економіки негативно, стала однією з основних причин краху фондового ринку і призвела до значних обмежень соціальних свобод та вільного пересування.

Глобальні фондові ринки пережили найгірший крах з 1987 року [9], і за перші три місяці 2020 року економіки G20 впали на 3,4% у порівнянні з попереднім роком. У період з квітня по червень 2020 року Міжнародна організація праці підрахувала, що в усьому світі було втрачено еквівалент 400 мільйонів штатних робочих місць а доходи, зароблені працівниками в усьому світі, впали на 10 відсотків за перші дев'ять місяців 2020 року, що еквівалентно втраті понад 3,5 трлн. дол. США [10].

Обвал фондового ринку розпочався 20 лютого 2020 року, хоча економічні аспекти кризи почали реалізовуватися наприкінці 2019 року. Глобальні ринки, банки та підприємства відчули кризу, якої не спостерігалось з часів Великої депресії в 1929 р. З 24 по 28 лютого фондові ринки у всьому світі зафіксували найбільший тижневий спад після фінансової кризи 2008 року. Світові фондові ринки на початку березня стали надзвичайно нестабільними, коли відбулися великі коливання а 9 березня більшість з них повідомили про серйозні спади, головним чином у відповідь на пандемію COVID-19.

Найбільш чутливими до впливу пандемії стали наступні сектори економіки:














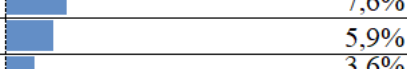
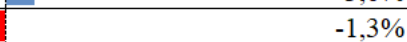

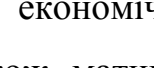
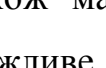



- Автомобільна промисловість. Продажі нових автомобілів у США впали на 40%.
- Енергоринок та нафтові компанії. Шок попиту на нафту був настільки серйозним, що ціна американських ф'ючерсних контрактів на нафту стала негативною (-37,63 амер. дол. за барель на West Texas Intermediate), так що трейдери почали платити за покупців, щоб вони забрали нафту з нафтосховищ до того як вони не заповняться вщерть. Це сталося незважаючи на попередню угоду ОПЕК щодо скорочення видобутку на 10%.
- Туризм. Світова туристична індустрія скоротилася майже на половину.
- Готельно-ресторанний бізнес. На початку березня 2020 року у багатьох країнах оголосили, що бари та ресторани будуть зачинені для відвідувачів. Частина працівників були звільнені. Внаслідок обмежень на пересування також постраждали готелі та кемпінги.
- Роздрібна торгівля. Торгові центри та інші роздрібні магазини по всьому світу скоротили час роботи або повністю закрилися. Особливо постраждали універмаги та магазини одягу.
- Транспорт. Пандемія мала значний вплив на авіаційну промисловість через падіння попиту серед мандрівників. Значне скорочення кількості пасажирів призвело до того, що літаки літали порожніми між аеропортами та скасовували рейси. Більше десяти авіакомпаній збанкрутували. Ціни на квитки круїзних ліній також знизились на 70–80%.

Всесвітня продовольча програма ООН попереджає, що внаслідок пандемії в кількох частинах світу очікується голод "біблійних масштабів". Вказується, що 55 країн опинилися під загрозою [11]. На жаль, у доповіді згадується і територія Донецької та Луганської областей України. У відповідь на ці виклики деякі країни (усього понад 40 країн) та Євросоюз оголосили про

програми стимулювання для протидії наслідкам рецесії. Для цього передбачено витратити понад 7391,39 млрд. дол. США. Деякі з них прогнозують витратити більше 20% від ВВП. Так, Японія - 1070 млрд. дол. США (21,1% ВВП), Нова Зеландія 40,9 млрд. дол. США (21% ВВП), Сполучені Штати 2900 млрд. дол. США (14,5% ВВП).

Щодо Українських реалій, то за даними Держслужби зайнятості, станом на 1 січня 2019 р. в Україні було зареєстровано 11506 вивільнення працівників, на 1 січня 2020 р. цей показник уже становив 40275 осіб, а на 1 січня 2021 р. - 49529 особи. Якщо станом на 01.04.2020 р. кількість осіб, які мали статус безробітного становила 349 424 особи, то на 01.04.2021 р. - 449 676 (статус безробітних набули 100252 особи) [12]. Лише у сільському, лісовому та рибному господарстві не відбулося скорочення робочих місць, а найбільше скорочення відбулося у закладах харчування, державні службовці і працівники оборони, сфери торгівлі і надання послуг, де кількість безробітних зросла у порівнянні з попереднім періодом майже на половину (Табл. 1). Слід зазначити що статистичні дані не відображають інформації щодо неповної зайнятості працівників і працівників, що не набули статусу безробітних, але були звільнені. За приблизними підрахунками рівень безробіття за час пандемії зріс у 2021 році більше ніж до 35% (без урахування тимчасово окупованих територій та анексованого Криму).

Таблиця 1. Аналіз зростання кількості безробітних

Кількість осіб, які мали статус безробітного (за видами економічної діяльності підприємств, на яких вони раніше працювали)			
	Станом на 01.04.20 р.	Станом на 01.04.21 р.	
Усього	349 424	449 676	 28,7%
Особи, які раніше працювали	318 168	396 612	 24,7%
<i>з них: за видами економічної діяльності:</i>			
Тимчасове розміщування й організація харчування	7 076	10 646	 50,5%
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	44 297	65 744	 48,4%
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	47 534	68 782	 44,7%
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	14 766	21 178	 43,4%
Інформація та телекомунікації	3 973	5 647	 42,1%
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1 701	2 398	 41,0%
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	14 859	20 860	 40,4%
Операції з нерухомим майном	2 546	3 455	 35,7%
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	7 302	9 827	 34,6%
Фінансова та страхова діяльність	6 622	8 816	 33,1%
Надання інших видів послуг	3 159	4 045	 28,0%
Будівництво	9 798	12 400	 26,6%
Професійна, наукова та технічна діяльність	6 205	7 708	 24,2%
Освіта	7 187	8 861	 23,3%
Переробна промисловість	49 636	55 210	 11,2%
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	2 875	3 093	 7,6%
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	3 531	3 741	 5,9%
Постачання електроенергії, газу, пари та	4 591	4 756	 3,6%
Сільське, лісове та рибне господарство	80 510	79 445	 -1,3%

Джерело: власні розрахунки

На думку експертів у 2022-2024 роках темпи економічного зростання України прискорюються. Всі елементи попиту також матимуть позитивну динаміку. Щорічне зростання обсягів інвестицій можливе до 9,3% у цей же період. Безробіття вийде на рівень – 8,2% не раніше, ніж у 2024 році. Для відновлення втраченого потенціалу під час першої хвилі пандемії COVID-19 Україні потрібно буде від 1-го до 2-х років, проте друга хвиля збільшує ці терміни. Більшість експертів вважають, що поведінка людей, як у світі, так і в Україні: звички щодо їжі, спілкування, фізичної активності, проведення

відпусток та вільного часу, ставлення до людських цінностей зміниться, але не суттєво.

Проведені нами дослідження підтверджують, що за період 2019 - 2020 років стан української економіки дійсно погіршився. Падіння реального ВВП відбулося в межах прогнозованого [1, 2, 3, 4]. Найбільше постраждала за цей час сфера надання послуг (крім телекомунікаційних). Скоротилися обсяги фінансових надходжень від розміщення та організації харчування, добувної промисловості, мистецтва, спорту, розваг і відпочинку а також сфери адміністративного обслуговування, професійній і науково-технічній діяльності. Майже не позначилися наслідки пандемії на таких сферах економіки, як сільське, лісове та рибне господарство, освіта, податки на продукти і будівництво. Разом з тим, збільшилися надходження у таких сферах, як державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування, інформація та телекомунікації, водопостачання і каналізація, поводження з відходами, фінансова, страхова діяльність, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (Табл. 2).

Загрозливе становище щодо кінцевих споживчих витрат некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства, яке скоротилося на 15,7%. Також на 106,7% скоротилося валове нагромадження капіталу, що свідчить про погіршення структури і якості основних засобів виробництва, а відтак, оскільки основними факторами виробництва є праця і капітал, то таке погіршення є підтвердженням значного падіння економіки. На фоні пандемії також погіршився експортно-імпортний баланс і на 52,2% збільшилися запаси матеріальних оборотних коштів, що так само поглиблює економічну кризу.

Таблиця 2. Структура темпів зменшення (зростання) ВВП України
за секторами економіки у період 2019 - 2020 років

Склад валового внутрішнього продукту	Відсоток зменшення (зростання)
Тимчасове розміщення й організація харчування	-39%
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	-24%
Надання інших видів послуг	-21%
Субсидії на продукти	-15%
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-12%
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-11%
Професійна, наукова та технічна діяльність	-10%
Переробна промисловість	-8%
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	-7%
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	-7%
Сільське, лісове та рибне господарство	-1%
Освіта	-1%
Податки на продукти	1%
Будівництво	3%
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4%
Операції з нерухомим майном	5%
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	7%
Інформація та телекомунікації	7%
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	7%
Фінансова та страхова діяльність	9%
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	10%

Джерело: власні розрахунки

Економічні виклики, спровоковані пандемією COVID-19, вимагають від наукової спільноти прогнозування можливих наслідків впливу на фінансово-економічні процеси в цілому і фінансову сферу зокрема. Як вітчизняні економісти і фінансисти, так і міжнародна наукова спільнота, намагаються запропонувати різні сценарії подолання наслідків пандемії, від песимістичних до оптимістичних, всі вони заслуговують на увагу і можуть стати реалістичними, зважаючи на постійні і достатньо швидкі зміни у фінансово-економічній сфері.

Різні галузі промисловості відреагували на фінансово-економічну кризу, найбільше вона вдарила по автомобільній галузі – на 40%; у туристичному та

готельно-ресторанному бізнесі падіння перевищило 50%, а транспортна галузь та авіап перевезення скоротилися більше ніж на 70%. В свою чергу, криза жорстко вдарила по соціальній сфері; різко зріс рівень безробіття, особливо суттєво скоротилися робочі місця і заробітки у малому і середньому бізнесі.

Однак, відносно стабільним сектором економіки залишаються ресурсна сфера, сільське господарство, що зазнали мінімальних втрат. В свою чергу, такі галузі як соціальне страхування, банківська та фінансова сфера, інформаційна галузь та телекомунікації демонструють, хоч і не значне, але все ж таки зростання. Така ситуація дозволяє розраховувати на стабілізацію фінансово-економічної сфери і навіть прогнозувати незначне зростання вже до 2024 року.

Список використаних джерел

1. Амелін А., Лаврик Я., Монін Д. Прогноз збитків. Якими будуть економічні збитки України через пандемію корона вірусу. URL:https://dt.ua/ECONOMICS/prognoz-zbitkivyakimi-budut-ekonomichni-zbitki-ukrayini-cherez-pandemiyukoronavirusa-342951_.html.
2. Кулицький С. Проблеми розвитку економіки України, обумовлені пандемією коронавірусу COVID-19 у світі, і пошук шляхів їх розв'язання (Початок, закінчення див. у № 9) [Електронний ресурс] / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2020. – № 8. – С. 53–63. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2020/ukr8.pdf>.
3. Українська економіка впала за півроку на 6,5%. У другому кварталі - на 11%. URL:<https://www.epravda.com.ua/news/2020/08/6/663774/>.
4. Ігор Петрашко: Скорочення ВВП України на 4% за 2020 рік - один із найнижчих показників у світі URL: <https://me.gov.ua/News/Print?lang=uk-UA&id=cf3f4c53-8a5f-48d0c-becd-bd96a8e160a5>
5. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 15 травня 2019 р. № 555: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.03.2020 №

- 253 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/253-2020-%D0%BF> (дата звернення: 12.04.2021)
6. МВФ погіршив прогноз падіння ВВП України в 2020 році - URL: <https://ua-news.liga.net/economics/news/mvfpogirshiv-prognoz-padinnya-vvp-ukraini-v-2020-rotsi>
7. Коронавірус може призвести до масштабного економічного шоку в Європі – Лагард. URL: <https://susplne.media/18912-koronavirus-moze-prizvesti-do-masstabnogoekonomichnogo-soku-v-evropi-lagard>
8. Bordo, Michael; Levin, Andrew; Levy, Mickey; Sinha, Arunima. Scenario analysis, contingency planning, and central bank communications. VoxEU.org. (27 January 2021) Retrieved 27 January 2021. URL: <https://voxeu.org/article/scenario-analysis-contingency-planning-and-central-bank-communications>
9. April 2020 Global Debt Monitor: COVID-19 Lights a Fuse. Institute of International Finance. 7 April 2020. Retrieved 12 April 2020. URL : <https://iif.com/Publications/ID/3839/April-2020-Global-Debt-Monitor-COVID-19-Lights-a-Fuse>
10. "Pandemic knocks a tenth off incomes of workers around the world". Financial Times. 23 September 2020. URL: <https://www.ft.com/content/fabd4737-fa29-45ca-ad62-1b04c71d7b6a>
11. 2020 GLOBAL REPORT ON FOOD CRISES". WFP. 22 April 2020. URL : https://dss-prod-017575727556.s3.amazonaws.com/0/0/0/GRFC_2020_ONLINE_200420.pdf
12. Державний центр зайнятості. Аналітична та статистична інформація. URL : <https://dcz.gov.ua/analitics/68>

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

РОЗВИТОК ГАЛУЗІ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Аверчев Олександр

професор кафедри економіки та фінансів

Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: 0000-0002-8333-2419

Аверчева Наталія

завідувач кафедри, кандидат економічних наук, доцент

Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: 0000-0003-4534-639

Херсонська область – це індустріально-аграрний край з багатогалузевою промисловістю та високорозвиненим сільським господарством. До основних сфер народного господарства Херсонської області належать промислові, агропромислові та рекреаційні комплекси.

Провідна роль належить агропромислому сектору, який тісно пов'язаний з кліматичними умовами, технічними можливостями та висококваліфікованими людськими ресурсами.

Клімат та природні умови регіону дозволяють сільськогосподарським підприємствам Херсонщини вирощувати високоякісну та екологічно чисту продукцію, активно впроваджуючи інновації в розвиток агропромислового комплексу. Завдяки цьому херсонська сільськогосподарська продукція приєднується до списку експорту, цьому сприяє також географічне розташування регіону та близькість вигідних ринків сусідніх країн.

Звичайно, нехолодна зима та велика кількість сонячних днів дозволяють вирощувати ранні овочі. Завдяки клімату практично вся рослинна продукція, вироблена на Херсонщині, має гарні біолого-хімічні показники. У сої високий вміст протеїну, в помідорах — великий вміст сухих речовин, плоди та ягоди містять багато цукру. З іншого боку: без поливу, без зрошення отримати гарні врожаї як технічних, так і овочевих культур, просто неможливо.

Інша особливість — розташування області, адже вона має гарний доступ до річкового шляху і цей фактор потрібно використати по повній. Крім того, Херсонська область є туристичним регіоном — щоліта приїжджають відпочивати мільйони туристів, тому споживання продукції сільгоспвиробництва на внутрішньому ринку також зростає, тобто динаміка споживання має сезонний характер.

Загальна площа сільськогосподарських угідь області становить 1969,4 тис. га, з них 1777,9 тис. га – рілля, 25,9 тис. га – багаторічні насадження, 10,6 тис. га – сіножаті, 155 тис. га – пасовища [5].

Херсонська область має найбільшу зрошувану сільськогосподарську площу в Україні, яку потребує сухий клімат на півдні України, - 427,1 тис. га зрошуваних земель, або 21,6% від загальної площі сільськогосподарських угідь. Високоєфективне використання меліоративних та зрошувальних систем регіону забезпечує гарантоване вирощування зернових, плодкових та овочевих культур.

У 2000-х роках відбулося розпаювання, за яким був період економічного занепаду, і частину зрошувальних систем було втрачено.[1] Але починаючи з 2016 року поновлення зрошення було визначено керівництвом області, як один з пріоритетів розвитку і розпочато роботу по відродженню зрошення, яка триває і по сьогодні.

Минулого року, завдяки залученню інвестиційних коштів та державній підтримці, херсонським аграріям вдалося збільшити зрошення до 310 тис. га. Зараз в області використовується вже 72% від потенціальної кількості

поливних земель, і по використанню зрошуваних систем Херсонщина є найбільш ефективною серед інших південних регіонів.

Херсонщина забезпечує 3,4% загальнодержавного обсягу вирощування зерна, отримуючи щороку близько 2,5 млн. тон зернових і технічних культур. Сонячна Херсонська область посідає перші місця в Україні з виробництва рису [3].

Херсон має потенціал для вирощування та експорту екологічно чистої плодоовочевої продукції. Овочі та соя є основними галузями рослинництва в регіоні. Щороку фермери збирають близько 1,5 мільйона тон плодівих та овочевих культур [6].

Аграрні підприємства Херсона виробляють високоякісну продукцію для підприємств харчової промисловості, повністю забезпечуючи область продуктами харчування.

Також, розвивається інфраструктура аграрного ринку, зокрема створюються приміщення для зберігання плодоовочевої продукції. Таким чином, сьогодні в області є 57 згаданих об'єктів загальною місткістю 172 тис. тон. Одним з найбільших є склад на 50 тисяч тон, що належить ТОВ «Грін Тім», м. Каховка.

Херсонська область є лідером за кількістю органічних ферм. Сьогодні 20 суб'єктів агропромислового району області отримали сертифікати на вирощування органічної продукції, яка обробляє 11,3 тис. га землі.

Сільськогосподарська галузь області має потужну наукову, технічну, інформаційну та консультаційну підтримку: Херсонський державний аграрний університет, Херсонський національний технічний університет, Інститут зрошувального землеробства НАНУ (Національна академія наук України), Інститут рису ім. Національна академія наук України, Інститут тваринництва степових регіонів ім. М.Ф. Іванова "Асканія-Нова", а також інші дослідні станції. [4]

Томати, кавуни, перець, цибуля — все це прямує з Херсонщини в усі куточки нашої країни, адже саме ця область ось уже 10 років є лідером України з вирощування плодоовочевої продукції. Відповідно, тут впроваджуються найновіші технології, випробовуються нові сорти і напрацьовуються нові шляхи для експорту української продукції на світові ринки.

Загалом посівні площі плодоовочевої групи становлять до 10% всіх посівних площ області, але валовий збір овочів з цих площ щороку є найбільшим в Україні, і становить майже 15% від загально одержаного показника.

Минулого року на Херсонщині вирощено 1798 тис. тон овочів, баштану, плодоягідних та винограду. Тобто фрукти, овочі та ягоди складають 51% від валового виробництва продукції рослинництва [2].

Але, так склалося, що Україна, на жаль, на даний момент є переважно тільки імпортером сучасних технологій та інновацій в плодоовочівництві, через практичну відсутність власного насінництва овочевих культур і вітчизняної бази для виробництва високоякісного посадкового матеріалу плодоягідних культур, а також фактичного зведення до мінімуму їх ролі в сучасному розвитку вітчизняного садівництва і овочівництва, а про гідну конкуренцію з світовими селекційними центрами та розсадниками в умовах, що склалися, не може бути й мови.

Проте, впровадження у виробництво сучасних гібридів та сортів овочевих і плодоягідних культур іноземної селекції, а також інтенсивних технологій вирощування за останні 20 років дало можливість суттєво підвищити врожайність і якість продукції плодоовочівництва, що дозволило Україні виробляти якісну продукцію, що задовольняє як внутрішній попит, так і можливість бути конкурентоспроможною на світовому ринку.

Відповідно, Херсонська область не може використовувати свій потенціал у повному обсязі, тому, на жаль, обсяг експорту й імпорту зменшується з кожним роком. Щоб запобігти цьому, існують спеціальні установи, які

досліджують подібні явища, таким чином намагаючись змінити ситуацію. Зокрема, можна виділити Департамент розвитку сільського господарства та зрошення, звідки подається запит на митниці, з метою отримання усіх необхідних даних щодо експорту й імпорту плодоовочевої продукції за кожен місяць і рік в цілому, а саме повна назва продукції згідно УКТ ЗЕД (Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності), назва країни з якої імпортується чи в яку експортується товар, обсяг товарів у тонах, вартість у млн доларів США. Ці дані обробляються з метою визначення продукції експорт чи імпорт якої необхідно збільшити або зменшити і створюються дві таблиці: експорт/імпорт товарів у розрізі країн і продукції.

В Херсонській області переважно експортується більше овочей, але у 2017 році обсяг плодів перевищив обсяг овочей. З кожним роком експорт плодоовочевої продукції зменшується, але інколи спостерігається його різке підвищення. Так, у 2017 році порівняно з попереднім роком було експортовано на 11, 3 тис. тон менше овочей, у той же час плодів, навпаки, на 6 тис. тон більше, а у 2018 спостерігається збільшення обсягу овочей на 19, 8 тис. тон і зменшення обсягу плодів на 2,2 тис. тон, у 2019 році знову спостерігається зменшення овочей на 6,1 тис. тон, але відносно 2017 і 2018 років, це зменшення можна вважати нормальним, і плодів на 9,4 тис. тон. Таким чином, найменший показник експорту овочей був зафіксований у 2017 році, плодів – у 2019 році, а найбільший показник експорту овочей у 2018, плодів – у 2017 році.

Отже, можна зробити висновок, що, оскільки Україна і окремо Херсонська область не має можливості вирощувати і експортувати велику кількість плодів, що пов'язано, зокрема, з кліматичними умовами, основний «удар» зосереджується на овочах. Згідно інформації про обсяги експорту з Херсонської області у розрізі продукції за результатами 2016-2019 рр., яка була надіслана до Департаменту розвитку сільського господарства та зрошення, найбільш експортованими серед продукції плодоовочевої галузі за 2016 рік є Цибуля ріпчаста, цибуля-шалот, часник, цибуля-порей та інші цибулинні овочі,

© Аверчев О.В., Аверчева Н.О.

свіжі або охолоджені (0,44% від загального обсягу) серед овочей і Яблука, груші та айва, свіжі (0,04%) серед плодів, за 2017 рік – Цибуля ріпчаста, цибуля-шалот, часник, цибуля-порей та інші цибулинні овочі, свіжі або охолоджені (0,22%) серед овочей і Дині, кавуни і папая, свіжі (0,22%) серед плодів, за 2018 рік – Бобові овочі, лущені або не лущені, свіжі або охолоджені (0,75%) серед овочей і Яблука, груші та айва, свіжі (0,24%) серед плодів, за 2019 рік – Овочі бобові, сушені, лущені, очищені або неочищені від насіннєвої оболонки, подрібнені або не подрібнені (0,71%) серед овочей і яблука, груші та айва, свіжі (0,03%) серед плодів.

Список використаної літератури.

1. The real land of agriculture! [Електронний ресурс] // Kherson – Режим доступу до ресурсу: <https://www.culinaryheritage.com/region.asp?sprakid=5®ionid=89>.
2. Лебідь Л. Херсонщина - сонячний край овочівництва та органіки [Електронний ресурс] / Людмила Лебідь // AgroPortal. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://agroportal.ua/ua/publishing/intervyu/chem-zhivut-regiony-solnechnyi-krai-ovoshchevodstva-i-organiki/>.
3. Петруленков О. Чумацький феномен / Агрономіка. – 1999. - №2.
4. Аверчев О., Аверчева Н. Напрями підвищення ефективності використання земельних ресурсів у фермерських господарствах. Економіка та держава. 2020. Вип. 5. С. 15–22.
5. Бойко Л. О. Пріоритети розвитку підприємництва зі створенням інноваційних продуктів. Агросвіт. 2020. № 15. С. 41–47. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.15.41
6. Краєнбрік Е. Я. Плодоовочевий сектор України має великий потенціал. Київ : Сільськогосп. рада Киє., 2018.

ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КАК ЭЛЕМЕНТА АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Бесчастнова Наталья Вячеславовна

кандидат экономических наук, доцент

Академия ВЭГУ, Россия, Уфа

Фахретдинов Ринат Юнирович

студент, Академия ВЭГУ, Россия, Уфа

Анализ платежеспособности и ликвидности характеризуется повышенным интересом авторов экономических теорий. Однако, несмотря на такой интерес к предмету исследования, единого и общепринятого определения сущности ликвидности и платежеспособности не существует, хотя их подходы к определению не противоречат друг другу, а скорее дополняют друг друга.

Т.В. Бердникова говорит, что «Платежеспособность - это способность компании полностью и быстро рассчитываться с контрагентами по краткосрочным обязательствам» [5].

Основным инструментом оценки финансового состояния компании является финансовый анализ, который показывает особые признаки финансово-хозяйственной деятельности компании. Чтобы принять решение, необходимо проанализировать материальную обеспеченность компании финансовыми ресурсами, уместность и продуктивность ее расположения и применения, платежеспособность компании и ее финансовые отношения с партнерами. Оценка и анализ финансовых показателей необходимы для эффективного управления компанией. Благодаря этому бизнес-лидеры могут осуществлять планирование, контроль, совершенствовать свои сферы деятельности.

Самым первым действием для оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия является анализ баланса, так отмечает Н.П.Любушин. После этого оценивается платежеспособность предприятия на основании коэффициентов абсолютной и текущей ликвидности, коэффициентов хеджирования. Следующий этап –это оценка и анализ финансовой устойчивости предприятия, для этого рассчитываются следующие коэффициенты: соотношение собственного и заемного капитала, оборачиваемость собственного капитала. После этого оцениваются показатели деловой активности предприятия, которые отображают степень эффективности использования ресурсов предприятия. В конце оцениваются показатели рентабельности- рентабельность собственного и заемного капитала [5].

Ухов И.Н. утверждает, что «Платежеспособность - это способность компании своевременно выполнять свои уставные или договорные денежные обязательства за счет имеющихся у нее средств». [1].

Подводя итог, следует отметить, что если организация имеет возможность выполнить свои долговые обязательства на условиях, указанных в условиях договора, компания является платежеспособной. В качестве признаков платежеспособности мы выделяем: наличие средств на расчетном счете в необходимом размере, а также отсутствие задолженности перед кредиторами.

Большое количество исследователей изучали вопросы, связанные с корпоративной ликвидностью. Например, Л. В. Петрова считает, что «бизнес будет считаться ликвидным, если он имеет возможность выполнять краткосрочные обязательства при продаже активов» [33].

По словам Ефимовой О.Е. «Ликвидность - это способность компании погашать существующие долги» [1].

Того же мнения придерживается И. Н. Ухов, утверждающий в своей статье, что «Ликвидность - это подвижность активов компании, банка или

компанії, которая обеспечивает погашение всех существующих обязательств [4].

В.В. Ковалев отмечает, что «Ликвидность - это свойство актива экономической единицы, то есть мобильность, мобильность, имеющая одну характеристику: превращаться в деньги» [2].

Широкое понятие «ликвидность» использует А.Н. Остроумовой, которая говорит, что «ликвидность - это экономический термин, обозначающий способность активов быстро продать по цене, наиболее близкой к рыночной» [3].

Ф. Айзенберг и другие исследователи выделяют такие виды ликвидности, как:

«Ликвидность активов компании - аналитическая категория, характеризующая способность данного актива конвертироваться в денежные средства». Степень ликвидности может определяться двумя факторами: убытками собственника из-за обесценивания актива и скоростью конвертации. «Ликвидность баланса - характеристика теоретической учетной возможности предприятия превратить активы в наличность, благодаря этому погасить свои обязательства» [5].

«Ликвидность предприятия понимается, как способность погашать требования контрагентов как за счет собственных средств и на основе заемных средств» [5].

Платежеспособность компании можно оценить по уровню ликвидности оборотных активов. Это показывает финансовые возможности организации, ее способность выполнять взятые на себя обязательства. Все это говорит о том, что ликвидность - это требование и необходимое требование для платежеспособности компании. То есть эти термины нельзя разделить. Однако в то же время они по-разному сосредотачиваются на внешнем проявлении и внутренних способностях. срок

Ликвидность компании можно рассматривать как общее понятие по сравнению с ликвидностью баланса. Ликвидность характеризует текущее состояние расчетов и компанию на будущее. Это означает, что сегодня компания может быть достаточно платежеспособной, но в то же время не иметь хороших перспектив. Ликвидность во многом зависит от региона, в котором компания работает, долгосрочных и оборотных активов, скорости оборачиваемости денежных средств, срочности и стоимости существующих обязательств компании, а также от структуры ее оборотного капитала. Чтобы обеспечить компанию необходимой ей ликвидностью, необходимо установить баланс между переводом активов в эквиваленты денежных средств и сроком погашения денежных обязательств.

Компания является платежеспособной, если в ее распоряжении имеются денежные средства, а также краткосрочные финансовые вложения (это ценные бумаги, финансовая помощь нуждающейся компании) и активные расчеты (в том числе расчеты с дебиторами), которые могут полностью покрыть короткие расходы компании. затраты. - срочные обязательства. «Ликвидность актива является обратной величиной времени, необходимого для его преобразования в деньги, т. е. чем меньше времени требуется на преобразование актива в деньги, тем более ликвидными являются активы».

«Платежеспособность - это способность своевременно погашать платежные обязательства наличными». В условиях ликвидности активов крайне важно понимать возможность использования оборотных средств наличными. При оценке доступных методов и методов анализа платежеспособности предприятия, прежде всего, необходимо учитывать платежеспособность и ликвидность в указанном выше смысле.

Экономическая сущность ликвидности как характеристики финансового положения хозяйствующего субъекта заключается в ее способности решать возникшие финансовые проблемы в короткие сроки, а также увеличивать и

погашать краткосрочные обязательства с течением времени. увеличение продаж (т.е. прибыли) за счет бизнеса.

Список использованных источников

1. Пырьева Д. С., Петрова А. И., Рознина Н. В. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия //ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК. – 2019. – С. 283-288.
2. Чумакова Н. В., Яковлева Н. В., Буткова О. В. Платежеспособность и ликвидность: теоретический аспект //Концепт. – 2018. – №. 11.
3. Коваленко О. Г. Показатели платежеспособности организации //Современные научные исследования и инновации. – 2016. – №. 11. – С. 543-548.
4. Пырьева Д. С., Петрова А. И., Рознина Н. В. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия //ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК. – 2019. – С. 283-288.
5. Чумакова Н. В., Яковлева Н. В., Буткова О. В. Платежеспособность и ликвидность: теоретический аспект //Концепт. – 2018. – №. 11.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ

Благодир Анна Василівна

студентка Київського національного торговельно-економічного університету

Блаженко Сергій Леонідович

старший викладач кафедри економіки та фінансів підприємства Київського
національного торговельно-економічного університету

Економіка України останніми роками показує свою нестабільність. Пандемія змушує керівників прикладати ще більше зусиль для того, щоб бізнес залишався ефективним. Карантинні умови посилили конкуренцію між підприємствами. Тепер лідер той, хто матиме більше клієнтів. У зв'язку з цим посилюється значущість маркетингової діяльності, а отже оцінка її ефективності стає визначальним завданням економічної роботи на підприємстві.

Загалом, ефективність – це економічна категорія, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, причому при вимірюванні ефективності ресурси можуть бути представлені або в певному обсязі за їх первісною (переоціненою) вартістю (застосовувані ресурси), або частиною їх вартості у формі виробничих витрат (виробничо-спожиті ресурси) [1].

Ефективність маркетингової діяльності у спеціалізованих джерелах розглядають переважно з двох боків:

- як відносний результат, що відповідає кінцевим і проміжним цілям здійснення маркетингової діяльності;
- як віддачу витрат, що пов'язана з маркетинговою діяльністю (співвідношення результату, вираженого в натуральній чи вартісній формах, до

витрат усіх необхідних ресурсів для організації і здійснення маркетингової діяльності) [2].

За пунктом 19 ПСБО маркетингові витрати являються складовою часткою витрат на збут адже тісно взаємопов'язані з реалізацією продукції. Згідно з Методичними рекомендаціями № 145 п. 3.8 до витрат на проведення маркетингових заходів відносяться витрати на:

- проведення маркетингового аналізу ринкового середовища;
- розробку ескізу продукції;
- оформлення кімнат, вітрин для продажу або виставки товарів, та відрядження працівників для виставки чи продажу;
- розроблення і видання рекламних виробів (ілюстрованих прейскурантів, каталогів, брошур, альбомів, проспектів, плакатів, афіш, рекламних листів, листівок тощо);
- розроблення і виготовлення ескізів етикеток, зразків фірмових пакетів та упаковки;
- рекламу в засобах масової інформації (оголошення в пресі теле- і радіопередачах);
- придбання, виготовлення, копіювання, дублювання рекламних кіно-, відео- і діафільмів;
- оформлення світлової, щитової, комп'ютерної, транспортної та іншої зовнішньої реклами;
- проведення інших маркетингових заходів, пов'язаних зі збутом товарів [3].

До результатів маркетингової діяльності підприємства традиційно відносять збільшення попиту, появу нових споживачів, покращення ступеня їх задоволеності, збільшення прибутку від реалізації за рахунок проведення маркетингових заходів, збільшення частки підприємства на ринку та багато чого іншого [4]. Переважну більшість перерахованих результативних

показників маркетингової діяльності досить важко оцінити кількісно, що є головною проблемою, яка зумовлює низьку якість аналізу у цьому напрямі.

На нашу думку, система оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства повинна відповідати його маркетинговій стратегії. Тобто ще під час розробки стратегії необхідно визначити критерії оцінки ефективності її реалізації.

При цьому під час запровадження стратегії повинен бути чіткий контроль з боку курівництва, від початку та до кінця впровадження. При розробці маркетингової стратегії, оцінку маркетингової діяльності можна поділити на три рівні [5].

На першому рівні вказуються маркетингові цілі та терміни, коли вони будуть виконані. Інколи маркетингова стратегія може базуватись на виборі певних продуктів, які будуть спрямовані на розробку або удосконалення маркетингу підприємства. В цьому випадку цілі можуть стати орієнтиром на основі яких формуються показники результативності та ефективності маркетингової діяльності в певному часовому інтервалі, вони різняться у відповідності до основних напрямків діяльності, наприклад: відносний приріст прибутку у зіставленні з витратами на маркетинг. На цьому етапі критеріальними показниками аналізу ефективності маркетингових витрат також будуть рівні досягнення поставлених у стратегії цілей у різні періоди її реалізації.

Другий рівень – це напрям аналізу на якому потрібно сформувати потрібний набір показників результативності та ефективності маркетингової діяльності та визначити певний період оцінки, який буде достатнім для впровадження оцінки результатів маркетингової стратегії. Тут важливо розуміти, що маркетингові витрати на перших етапах реалізації маркетингової стратегії більше схожі з інвестиціями, результат яких може проявлятися тривалий час, але не обов'язково буде помітний відразу. Під цим кутом зору ефективність витрат на маркетинг можна оцінювати за допомогою таких

показників як чистий приведений дохід від цих витрат, період окупності цих витрат, індекс доходності цих витрат тощо.

На третьому рівні аналізується поточний стан маркетингової діяльності, що передбачає аналіз внутрішнього середовища підприємства. Під огляд потрапляє вся інформація відповідного виду діяльності, бухгалтерська звітність, все, що можна взяти за основу і порівняти їх зміни в період та в кінці впровадження маркетингової стратегії. Класичними показниками в цьому контексті є рентабельність маркетингових витрат (в тому числі у розрізі окремих заходів), їх віддача, сума цих витрат у розрахунку на одного нового клієнта, співвідношення приросту клієнтської бази та приросту витрат на маркетинг тощо. Проміжне оцінювання необхідне для керівника який аналізує ефективність стратегії для подальшої корекції. Якщо після її впровадження динаміка маркетингової діяльності позитивна то необхідно і далі продовжувати впровадження. Проте при негативній – необхідно коригувати дану стратегію або взагалі розробити нову.

На нашу думку, одним з перших напрямів аналізу на цьому рівні є оцінка вагомості витрат на маркетинг (їх частка у витратах на збут, у операційних витратах, у доходах від реалізації товарів). Саме ці показники характеризують серйозність ставлення керівництва до маркетингу. При цьому у спеціалізованих джерелах можна знайти і критерії оцінки для цих показників. Так, згідно з дослідженням Gartner Research за 2019-2020 рік, де було опитано близько 340 осіб, що є учасниками прийняття маркетингових рішень в Південній Америці та Великобританії, витрати на маркетинг становлять 10,8% від доходу компанії [6]. Дослідження вітчизняних науковців відзначають тенденцію до зменшення вагомості маркетингових витрат, частка яких коливається в межах 20-35% торговельних витрат. При цьому ефективним значенням вони вважають їх рівень близько 40% від цих витрат [5].

Отже, оцінку ефективності маркетингової діяльності пропонуємо здійснювати на трьох рівнях. Першим рівнем є оцінка досягнення

маркетингових цілей у відповідності до визначених у маркетинговій стратегії підприємства термінів. Другий рівнем передбачає оцінку реалізації маркетингової стратегії як виду інвестицій. На третьому рівні відбувається оцінка змін після впровадження маркетингової стратегії та її динаміка. Дана оцінка є дуже потрібною для підприємств, адже при її впровадженні керівництво буде оцінювати маркетингову діяльність та при необхідності покращувати її.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / В. Г. Андрійчук ; Київський національний економічний ун-т. - 2. вид., доп. і перероб. - К. : КНЕУ, 2002. - 624 с.
2. Лаврова Ю. В. Економіка підприємства та маркетинг. Конспект лекцій / Ю. В. Лаврова. - Х., 2012. - 227 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://buklib.net/books/37217/>
3. Про затвердження Методичних рекомендацій з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України № 145 від 22.02.2002 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0145569-02>
4. Лукан О. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства / О. Лукан // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2014. - № 5. - С. 42-51.
5. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємств / А. Савчук // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2015. - № 5. - С. 27–38.

6. 4 ключові висновки у щорічному опитуванні витрат на СМО Gartner 2019-2020 [Електронний ресурс]. - Режим доступу :<https://www.gartner.com/en/marketing/insights/articles/4-key-findings-in-the-annual-gartner-cmo-spend-survey-2019-2020>
7. Гофербер Ю. В. Визнання і оцінка маркетингових витрат / Ю. В. Гофербер // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. - 2012. - Вип. 9(1). - С. 262-269.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Е.А. Капитонова

студентка Восточной экономико-юридической академия, г. Уфа, Россия

Н.В. Бесчастнова

к.э.н., доцент, профессор кафедры экономики Восточной экономико-юридической академии, г. Уфа, Россия

Наличие уникальных объектов природы, памятников истории, искусства, культуры, а также современная инфраструктура содействуют развитию туризма в Башкортостане – одной из красивейших республик Российской Федерации. Среди отраслей экономики Башкирии туризм имеет существенное значение. Благодаря разнообразию природных ландшафтов республику часто называют второй Швейцарией.

Важнейшим результатом реализации государственной программы является создание в Республике Башкортостан современной туристской индустрии, способной удовлетворить потребности в туристских услугах как российских, так и иностранных граждан. В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года одним из направлений регионального развития должно стать формирование конкурентной структуры экономики на основе поэтапного перехода от отраслевой к кластерной структуре экономики, признанной ведущим направлением социальноэкономического развития регионов Российской Федерации. При этом под кластерами понимается сообщество

сконцентрированных по географическому принципу фирм, тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга. Таким образом, использование для развития туризма в Башкортостане кластерной формы организации туристического бизнеса обусловлено: целевой установкой на формирование комплексного туристского продукта мирового уровня, обеспечиваемого в рамках кластерной формы организации туристической индустрии; необходимостью территориальной концентрации инвестиционных, технических, технологических, трудовых, информационных ресурсов, знаний и опыта; наличием на территории Республики Башкортостан природных, ресурсных, экономических, социальных, политических, институциональных предпосылок для формирования туристско-рекреационных кластеров. Создание и развитие туристско-рекреационных кластеров ориентировано на предоставление туристских услуг внутреннего и въездного туризма с высоким уровнем качества. Туристско-рекреационный кластер представляет собой комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности: коллективных средств размещения, предприятий, предоставляющих услуги питания, экскурсионные, транспортные и другие услуги. Наряду с развитием инфраструктуры туризма, проведением взвешенной и эффективной рекламной политики кластерный подход позволит активизировать деятельность региональных предприятий различных отраслей экономики для удовлетворения растущих потребностей в качественных туристских услугах при увеличении региональных туристских потоков. Решение задачи развития туристско-рекреационного комплекса Республики Башкортостан предусматривает проведение работ по созданию проектов ряда перспективных туристских кластеров за счет вовлечения бизнес-сообщества отдельных регионов в процессы формирования государственно-частного партнерства. При этом планируется комплексное развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры туристско-рекреационных кластеров,

которые станут точками роста развития региона, межрегиональных связей, активизировав вокруг себя развитие малого и среднего бизнеса.

Решение обозначенной проблемы с элиминированием ограничений развития сферы туризма и отдыха республики может быть осуществлено в рамках трех основных вариантов развития туризма:

1. *Инерционное развитие* – развитие туризма с сохранением существующих форм и методов управления, продолжением реализации долгосрочных задач и мероприятий, определенных в программных документах по социально-экономическому развитию Республики Башкортостан.

2. *Экстенсивное развитие* – увеличение туристского потока в регионе с сохранением сложившихся диспропорций в пространственном распределении туристской активности в соответствии со сложившейся территориально-функциональной специализацией.

3. *Интенсивное развитие* – основной комплекс мероприятий направлен на территориально-функциональное зонирование туристского пространства. Башкортостана с формированием ТРК, специализирующихся на предоставлении туристских услуг, диверсификацию туристской деятельности на консолидацию цепочек создания добавленной стоимости в туризме на территории республики, элиминирующей ее утечку за пределы региона и страны в целом [1].

С позиций реализации богатого туристско-рекреационного и историко-культурного потенциала Республики Башкортостан, инновационного и социально ориентированного регионального развития целесообразен выбор варианта интенсивного развития туризма.

Мониторинг эффективности развития туристско-рекреационного хозяйства региона включает оценку туристско-рекреационного потенциала, определения места туристско-рекреационных услуг региона на рынке, выбора эффективных направлений и форм территориальной организации туристско-

рекреационного хозяйства региона, скоординированных действий всех участников туристско-рекреационного хозяйства региона, объединенных одной целью – получения максимальной прибыли.

Каждый из создаваемых в рамках подпрограммы кластеров будет представлять собой результат реализации укрупненного инвестиционного проекта, объединяющего функционально, территориально, организационно и финансово связанные инвестиционные проекты по отдельным объектам капитального строительства туристской инфраструктуры. Мероприятия по развитию туристско-рекреационного комплекса республики включают: формирование туристско-рекреационных кластеров Республики Башкортостан; разработку инвестиционных проектов по созданию и развитию туристско-рекреационных кластеров, осуществление контроля за их реализацией; создание объектов поддерживающей и обеспечивающей инфраструктуры туристско-рекреационных кластеров республики; продвижение инвестиционных проектов, работу с потенциальными инвесторами.

Оборот туристических агентств, туроператоров и прочих компаний, работающих в сфере туристических услуг в Башкирии, показал самый большой рост в сфере платных услуг по итогам января 2020 года. Этот рынок вырос по сравнению с январем 2019 года почти на 32%, с 200 млн до 270 млн руб., следует из данных Башстата. В общей структуре платных услуг доля туризма остается небольшой — 1,2%.

В тройке по темпам роста также ветеринарные и юридические услуги, оборот которых вырос на 13% и 12%, до 27 и 138 млн руб. соответственно. Их доля в общем объеме платных услуг также очень небольшая — 0,1 и 0,6%.

Оборот рынка коммунальных услуг вырос на 8,5%, до 4,89 млрд руб. (22% всего рынка платных услуг), гостиничных — на 8%, до 202 млн руб. (0,9% рынка), санаториев — на 5,5%, до 341 млн руб. (1,4%).

На 4% увеличился рынок бытовых услуг — до 2,64 млрд руб. (12,7% рынка платных услуг).

Снизился оборот организаций, предоставляющих услуги транспорта (на 0,5%, до 3,2 млрд руб. — 14% рынка), телеком-операторов (на 6,7%, до 2,67 млрд руб. — 12% рынка), оборот учреждений культуры — на 9%, до 270 млн руб. (1,3% рынка). Объем медицинских услуг сократился в январе на 1%, до 2,3 млрд руб. (11% рынка), образовательных услуг — на 1,5%, до 2,42 млрд руб. (11% рынка) [2].

Развитие туристской инфраструктуры, строительство современных комплексов создадут условия для разработки целого ряда новых туристских маршрутов различной направленности. Это позволит удовлетворить потребительский спрос различных категорий туристов, обеспечить всесезонное функционирование туристских объектов и стабильный рост туристского потока.

Список использованных источников

1. Федеральное агентство по туризму // <https://tourism.gov.ru/regions/?freg=166>
2. Федеральная служба государственной статистики // <https://rosstat.gov.ru/>

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ

ПРИМЕРЫ БОРБЫ С КОРРУПЦИЕЙ МВД ВЕНГРИИ И РОССИИ В НАШИ ДНИ, НА ОСНОВЕ КОДЕКСА ООН О ПОВЕДЕНИИ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ ПО ПОДДЕРЖАНИЮ ПРАВОПОРЯДКА

Deák József

Адюнкт кафедры правоохранительной теории и истории,
Факультета правоохранительной науки
Национального университета общественной службы в Венгрии
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7661-4485>

Jakab-Szalanics Kitti

Студент Факультета государственных наук и международных отношений
Национального университета общественной службы в Венгрии

Вопрос об определении понятия коррупции на сегодняшний день – один из самых дискуссионных в научной сфере и является предметом исследования самых различных отраслей. Слово «коррупция» имеет латинское происхождение и является производным от слов «corruptio» (подкуп, соращение), corruptus (испорченный), corrumpere (портить, обольщать, соблазнять, развращать, совращать). В современном повседневном лексиконе оно употребляется в целях обозначения широкого спектра социальных явлений, связанных с использованием теми или иными должностными лицами своих прав и полномочий для личной выгоды. От вопросов, связанных с формированием и развитием понятийного аппарата в сфере противодействия коррупции, напрямую зависит эффективность противодействия ей. Решение этих задач вышло за пределы исключительно юриспруденции и давно находится в

числе приоритетов ученых самых различных смежных отраслей, таких как психология, экономика, социология и многих других. [1]

Как закреплено в принятом 17 декабря 1979 г. Генеральной Ассамблеей ООН Кодексе поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка, понятие коррупции должно определяться в соответствии с национальным правом. Хотя понятие коррупции должно определяться в соответствии с национальным правом, следует понимать, что оно, согласно тексту резолюции «охватывает совершение или несовершение какого-либо действия при исполнении обязанностей или по причине этих обязанностей в результате требуемых или принятых подарков, обещаний или стимулов или их незаконное получение всякий раз, когда имеет место такое действие или бездействие» Выражение «акт коррупции», о котором говорится ещё ниже, следует понимать как охватывающее попытку подкупа. [2]

Таким образом, в данном случае коррупция – это подкуп должностных лиц и их служебное поведение, обусловленное получением вознаграждения либо его обещания. Должностные лица по поддержанию правопорядка постоянно выполняют возложенные на них законом обязанности, служа общине и защищая всех лиц от противоправных актов в соответствии с высокой степенью ответственности, требуемой их профессией.

Но кто же считаются должностными лицами в этой резолюции? Термин «должностные лица по поддержанию правопорядка» включает всех назначаемых или избираемых должностных лиц, связанных с применением права, которые обладают полицейскими полномочиями, особенно полномочиями на задержание правонарушителей. В тех странах, где полицейские полномочия осуществляются представителями военных властей в форменной или гражданской одежде или силами государственной безопасности, определение понятия «должностные лица по поддержанию правопорядка» охватывает сотрудников таких служб. Имеется в виду, что служба обществу включает в себя, в частности, оказание услуг и помощи тем

членам общины, которые по личным, экономическим, социальным или другим причинам чрезвычайного характера нуждаются в немедленной помощи. Это положение не только охватывает все насильственные, грабительские или вредные акты, но и распространяется на все виды запрещений, установленных в соответствии с уголовными законами. Оно распространяется также на поведение лиц, неспособных нести уголовную ответственность.

При выполнении своих обязанностей должностные лица по поддержанию правопорядка уважают и защищают человеческое достоинство и поддерживают и защищают права человека по отношению ко всем лицам. Эти права человека устанавливаются и защищаются национальным и международным правом. К соответствующим международным документам относятся Всеобщая декларация прав человека, Международный пакт о гражданских и политических правах, Декларация о защите всех лиц от пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания, Декларация Организации Объединенных Наций о ликвидации всех форм расовой дискриминации, Международная конвенция о ликвидации всех форм расовой дискриминации, Международная конвенция о пресечении преступления апартеида и наказания за него, Конвенция о предупреждении преступления геноцида и наказания за него, Минимальные стандартные правила обращения с заключенными и Венская конвенция о консульских сношениях. В национальных комментариях должны указываться региональные или национальные положения, устанавливающие и защищающие эти права.

Но применение силы должностными лицами по поддержанию правопорядка должно носить исключительный характер; хотя оно подразумевает, что должностные лица по поддержанию правопорядка могут быть уполномочены на применение силы, какая является разумно необходимой при данных обстоятельствах, в целях предупреждения преступления или при проведении правомерного задержания правонарушителей или подозреваемых правонарушителей, или при оказании помощи при таком задержании не может

применяться сила, превышающая необходимые для этих целей пределы. Национальное законодательство, как правило, ограничивает применение силы должностными лицами по поддержанию правопорядка в соответствии с принципом пропорциональности. Это следует понимать таким образом, что при толковании этого положения должны уважаться эти национальные принципы пропорциональности. Это положение ни в коем случае не толкуется таким образом, будто оно уполномочивает на применение такой силы, которая является несоразмерной законной цели, которую нужно достичь. Применение огнестрельного оружия считается крайней мерой. Следует приложить все усилия к тому, чтобы исключить применение огнестрельного оружия, особенно против детей. Как правило, огнестрельное оружие не должно применяться, за исключением случаев, когда подозреваемый правонарушитель оказывает вооруженное сопротивление или иным образом ставит под угрозу жизнь других и когда другие меры, имеющие менее исключительный характер, недостаточны для обсуждения или задержания подозреваемого правонарушителя. О каждом случае применения огнестрельного оружия должно быть незамедлительно сообщено компетентным властям.

Сведения конфиденциального характера, получаемые должностными лицами по поддержанию правопорядка, сохраняются в тайне, если исполнение обязанностей или требования правосудия не требуют иного. По характеру своих обязанностей должностные лица по поддержанию правопорядка получают информацию, которая может относиться к личной жизни других лиц или потенциально повредить интересам таких лиц и особенно их репутации. Следует проявлять большую осторожность при сохранении и использовании такой информации, которая разглашается только при исполнении обязанностей или в целях правосудия. Любое разглашение такой информации в других целях является полностью неправомерным.

Ни одно должностное лицо по поддержанию правопорядка не может осуществлять, подстрекать или терпимо относиться к любому действию,

представляющему собой пытку или другие жестокие, бесчеловечные или унижающие достоинство виды обращения и наказания, и ни одно должностное лицо по поддержанию правопорядка не может ссылаться на распоряжения вышестоящих лиц или такие исключительные обстоятельства, как состояние войны или угроза войны, угроза национальной безопасности, внутреннюю политическую нестабильность или любое другое чрезвычайное положение для оправдания пыток или других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания. Этот запрет вытекает из принятой Генеральной Ассамблеей Декларации о защите всех лиц от пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания, согласно которой: «[такое действие является] оскорблением человеческого достоинства и осуждается как нарушение целей Устава Организации Объединенных Наций и нарушение прав человека и основных свобод, провозглашенных во Всеобщей декларации прав человека [и других международных документах, касающихся прав человека]». Декларация определяет пытку следующим образом: «...пытка означает любое действие, посредством которого человеку намеренно причиняется сильная боль или страдание, физическое или умственное, со стороны официального лица или по его подстрекательству с целью получения от него или от третьего лица информации или признаний, наказания его за действия, которые он совершил, или в совершении которых подозревается, или запугивания его или других лиц. В это толкование не включается боль или страдание, возникающие только из-за законного лишения свободы, ввиду состояния, присущего этому, или вследствие этого, в той степени, насколько это совместимо с Минимальными стандартными правилами обращения с заключенными».[3]

Выражение «жестокие, бесчеловечные или унижающие достоинство виды обращения и наказания» не было определено Генеральной Ассамблеей, но его следует истолковывать таким образом, чтобы предоставлялась, по

возможности, наиболее широкая защита от злоупотреблений как физического, так и психологического характера.

Должностные лица по поддержанию правопорядка обеспечивают полную охрану здоровья задержанных ими лиц и, в частности, принимают немедленные меры по обеспечению оказания медицинской помощи в случае необходимости. «Медицинская помощь», под которой подразумеваются услуги, оказываемые любым медицинским персоналом, включая врачей-практиков, имеющих надлежащее удостоверение, и медицинский вспомогательный персонал, оказывается в случае необходимости или в ответ на просьбу. Поскольку медицинский персонал обычно придан деятельности по поддержанию правопорядка, должностные лица по поддержанию правопорядка должны учитывать внесение этого персонала, когда они рекомендуют оказание задержанному лицу соответствующей медицинской помощи через или в консультации с медицинским персоналом, не участвующим в деятельности по поддержанию правопорядка. Понимается, что должностные лица по поддержанию правопорядка обеспечивают оказание медицинской помощи жертвам правонарушений или несчастных случаев, происходящих в ходе правонарушений.

Должностные лица по поддержанию правопорядка не совершают какие-либо акты коррупции. Они также всемерно препятствуют любым таким актам и борются с ними. Любой акт коррупции, как и любое другое злоупотребление властью, несовместимы со служебным статусом должностного лица по поддержанию правопорядка. К любому должностному лицу по поддержанию правопорядка, совершившему акт коррупции, закон должен применяться в полной мере, поскольку правительства не могут ожидать от граждан соблюдения ими правопорядка, если они не могут или не хотят обеспечивать соблюдение законности их собственными должностными лицами и в рамках их собственных учреждений.

Должностные лица по поддержанию правопорядка уважают закон и настоящий Кодекс. Используя все свои возможности, они также предотвращают и всемерно препятствуют всем нарушениям таковых. Должностные лица по поддержанию правопорядка, имеющие основания полагать, что нарушение настоящего Кодекса имело место или будет иметь место, сообщают о случившемся вышестоящим инстанциям и, в случае необходимости, другим соответствующим инстанциям или органам, обладающим полномочиями по надзору или правовому контролю.

Настоящий Кодекс ООН соблюдается во всех случаях, когда он включается в национальное законодательство или практику. Если законодательство или практика предусматривают более строгие положения, чем положения настоящего Кодекса, соблюдаются первые. Эта статья направлена на сохранение равновесия между, с одной стороны, необходимостью внутренней дисциплины в учреждении, от которого в большей степени зависит общественная безопасность, и, с другой стороны, необходимостью борьбы с нарушениями основных прав человека. Должностные лица по поддержанию правопорядка сообщают о нарушениях по инстанциям и предпринимают иные правовые действия за пределами инстанций лишь в том случае, когда все остальные возможности отсутствуют или неэффективны. Понимается, что должностные лица по поддержанию правопорядка не подвергаются административным или иным мерам наказания из-за того, что они сообщили об имевшем место нарушении настоящего Кодекса или о возможности такового. Понятие «соответствующие инстанции или органы, обладающие полномочиями по надзору или правовому контролю», включает любое учреждение или орган, существующий на основании национального права как в рамках учреждения по поддержанию порядка, так и независимо от него, со статутными, обычными или другими полномочиями рассматривать жалобы и претензии, возникающие в связи с нарушениями в сфере действия Кодекса. В ряде стран средства массовой информации могут

рассматриваться как учреждения, выполняющие функции по рассмотрению жалоб, подобные описанным в подпункте с, выше. Поэтому должностные лица по поддержанию правопорядка могут обоснованно, в качестве крайней меры и в соответствии с законами и обычаями своих собственных стран, а также с положениями статьи 4 настоящего Кодекса обратить на эти нарушения внимание общественности через средства массовой информации. Должностные лица по поддержанию правопорядка, соблюдающие положения настоящего Кодекса, заслуживают уважения, полной поддержки и сотрудничества со стороны общества и учреждения по поддержанию правопорядка, в котором они служат, а также лиц, занятых поддержанием правопорядка. [2]

МВД Венгрии, и подчинённая непосредственно министру внутренних дел Национальная Служба Охраны Венгрии обеспечивают своих экспертов к первому и к второму циклу контрольного механизма организации ООН "UNCAC" по выполнению вышеуказанного Кодекса поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка ООН. Национальная Служба Охраны принимает участие в Рабочей Группе Профилактики Кодекса. В течение которого Национальная Служба Охраны получила возможность познакомиться с антикоррупционной практикой 186 членов государств UNCAC и обогатить своим опытом международную организацию и её членов государств. [4]

Подчинённая непосредственно министру внутренних дел Венгрии Национальная Служба Охраны Венгрии была основана с законом XXXIV. 1994-го "О полиции". [5]

В России тоже имеется Национальный план противодействия коррупции на 2018-2020 годы. Мероприятия, предусмотренные Национальным планом, направлены например на решение следующих основных задач. Совершенствование системы запретов, ограничений и требований, установленных в целях противодействия коррупции; обеспечение единообразного применения законодательства Российской Федерации о противодействии коррупции в целях повышения эффективности механизмов

предотвращения и урегулирования конфликта интересов; совершенствование мер по противодействию коррупции в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных или муниципальных нужд и в сфере закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц. [6]

Подразделениями экономической безопасности и противодействия коррупции органов внутренних дел Российской Федерации в январе-декабре 2016 г. выявлено 68,4 тыс. преступлений экономической направленности, следствие по которым обязательно, в том числе 22,4 тыс. совершенных в крупном и особо крупном размерах. Раскрыто 4,4 тыс. преступлений, совершенных группой лиц по предварительному сговору и 3,4 тыс. - в составе организованной группы либо преступного сообщества. Размер причинённого материального ущерба по окончанным уголовным делам составил 298,5 млрд рублей, обеспечено возмещение ущерба на сумму более 107,7 млрд рублей. Выявлено 31,5 тыс., совершивших преступления, к уголовной ответственности привлечено 25,8 тыс. лиц. [7]

Национальная Служба Охраны Венгрии о своих результатах успешной деятельности регулярно оповещает СМИ Венгрии. Например контроль служащих органов, работающих на КПП на государственных границах Венгрии особенно важная задача Службы. В 2018-м году только на КПП Рёске, (на границе с Сербией) допросили 48 служащих таможи подозреваемых в 4350 случаях коррупции. [8]

Центральная роль в реализации полномочий Министерства внутренних дел Российской Федерации в сфере противодействия коррупции отведена подразделениям экономической безопасности и противодействия коррупции, а в Венгрии Национальная Служба Охраны Венгрии.

Список использованных источников:

1. Н. Э. Мартыненко и др.; под общим научным руководством В. Ф. Цепелева: Организация противодействия коррупции Москва, Академия управления МВД России 2020. - URL: https://mvd.ru/upload/site120/folder_page/015/122/996/organizatsiya_protiv_korrupts2020Martynenko.pdf
2. Кодекс поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка (принят резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 34/169 от 17 декабря 1979 г.) - URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/code_of_conduct.shtml
3. Первый Конгресс Организации Объединенных Наций по предупреждению преступности и обращению с правонарушителями: доклад, подготовленный Секретариатом (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № 1956.IV.4), приложение I.A. - URL: https://www.unodc.org/documents/congress//Previous_Congresses/7th_Congress_1985/001_ACONF.121.1_Provisional_Agenda_R.pdf
4. A 2020–2022. közötti időszakra szóló középtávú Nemzeti Korrupcióellenes Stratégia - URL: <https://korrupciomegelozes.kormany.hu/download/d/f8/a2000/STRAT%C3%89GIA.pdf> p. 7–8.
5. Deák József – Jakab-Szalanics Kitti: Антикоррупционная деятельность МВД Венгрии и МВД России. - URL: https://openscilab.org/wp-content/uploads/2021/03/suchasni-vikliki-ta-aspekti-innovacijnogo-rozvitku-ekonomichnoi-nauki-i-praktiki_2021_02_24.pdf p. 81–90
6. Указ Президента РФ от 29 июня 2018 г. № 378 “О Национальном плане противодействия коррупции на 2018 - 2020 годы”: - URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71877694>
7. СССР-Россия: Исторический формуляр службы БХСС-БЭП МВД - URL: <https://xn--b1aew.xn-->

p1ai/mvd/structure1/Glavnie_upravlenija/Glavnoe_upravlenie_jeconomicheskoj_bezop/Istorija

8. Újabb 15 gyanúsított a röszei pénzügyörök vesztegetési ügyében – videóval -
URL: <http://ugyeszseg.hu/ujabb-15-gyanusitott-a-roszkei-penzugyorok-vesztegetesi-ugyeben-hamarosan-videoval/>

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БІЗНЕСІ

Василевська Марія Дмитрівна

Науковий керівник: к. е. н., доц. **Метіль Т.К.**

Насправді важко уявити собі будь-який бізнес, який не отримав би вигоди від цифрової революції. Навіть така річ, як сільське господарство, використовує комп'ютери. Фермери використовують комп'ютери для ведення виробничого обліку, фінансового планування, дослідження технічних питань і закупівель.

У наші дні формула успіху бізнесу проста: стимулюйте інновації за допомогою інформаційних технологій.

Інформаційні технології (ІТ) – це система методів і способів збору, передачі, накопичення, обробки, зберігання, подання і використання інформації [1, с. 14].

Нам подобається думати, що людство завжди було новаторським. Але інновації були повільною і стійкою справою протягом більшої частини 20-го століття. Це була робота окремих геніїв або мозкових центрів. Здебільшого геніальні люди вводили нововведення, і публіка поступово приймала цю ідею. Основна любов до інновацій почалася з винаходу комп'ютера. Вона набрала обертів з появою Інтернету.

У 1980-ті роки інновації не були необхідні для успіху бізнесу. Бізнес може досягти успіху, просто розгорнувши перевірену бізнес-модель. Ефективність не була головною директивою.

Дотримання традиції було розумним способом залишитися в бізнесі. Власник магазину, наприклад, задовольнявся тим, що використовував касовий апарат, подібний до того, який винайшов Джеймс Рітті в 1879 році, щоб перешкодити своїм службовцям красти прибуток його салона в Дейтоні, штат Огайо.

Все змінилося 6 серпня 1991 року, маловідомої дати, коли Всесвітня павутина вийшла в ефір. Про це майже не згадувалося в жодній газеті на планеті. Більшість людей по всьому світу поняття не мали про існування Інтернету. Хоча винахід Тіма Бернерса-Лі змінив світ, яким ми його знаємо, Інтернет став популярним тільки у кінці десятиліття.

Зростання інновацій можна простежити по тому, як людство стає розумнішим. Згідно з ефектом Флінна, загальний IQ почав зростати з 1930-х років. Середній IQ виріс з 80 до 100 балів.

Хоча інновації в галузі подорожей та мультимедіа покращили колективний інтелект, це були в основному пасивні форми навчання. Сьогодні комп'ютерні програми та глобальний мозок включили активне навчання та покращили те, як швидко люди навчаються новим речам.

Інформаційні технології сприяють інноваціям у бізнесі. Інновації призводять до більш розумних додатків, поліпшеного зберігання даних, більш швидкої обробки і більш широкого поширення інформації. Інновації роблять бізнес більш ефективним. А інновації підвищують цінність, якість і продуктивність.

Інновації за допомогою інформаційних технологій призвели до наступних радикальних змін у бізнесі [2, с. 67]:

- інтернет-магазини більш ефективні, ніж покупки в магазині;
- цифровий маркетинг більш ефективний, ніж дорога реклама в газетах, на телебаченні і радіо;
- соціальні мережі більш ефективні, ніж відвідування клубів;
- VoIP-зв'язок більш ефективна, ніж застаріла Телефонія;

- хмарні обчислення більш ефективні, ніж приватна комп'ютерна мережа.

Підприємства, які прийняли інноваційну парадигму, як правило, мають такі характеристики [3, с. 127]:

- у них більш точне бізнес-планування;
- вони мають більш ефективний маркетинг;
- вони мають більш високі глобальні продажі;
- вони мають більш систематичне управління;
- вони використовують моніторинг в реальному часі;
- вони пропонують миттєву підтримку клієнтів.

Насправді, важко говорити про довгострокове зростання бізнесу без поштовху інформаційних технологій.

П'ять причин прискореного зростання бізнесу. Технологічна революція покращила бізнес у цьому столітті наступними п'ятьма основними способами:

1. Інформаційні технології дали бізнесу інструменти для вирішення складних завдань. Покращене апаратне забезпечення (більше пам'яті, швидші Процесори, чіткіші Візуальні дисплеї тощо) у поєднанні з більш розумними додатками (програмне забезпечення Mindmapping, таке як X Mind, програмне забезпечення для спільної роботи, таке як Kanban boards, організатори, такі як Google calendar і т.д.) полегшило дослідження даних, їх аналіз та планування масштабності [4, с. 216]. Для вирішення складних завдань є безліч інструментів;

2. Інформаційні технології дозволяють бізнесу приймати більш ефективні рішення. Хороші рішення в бізнесі ґрунтуються на серйозних дослідженнях ринку. Це можна зробити, залучаючи команди через відеоконференції, аналізуючи громадську думку в соціальних мережах і на галузевих форумах, а також використовуючи онлайн-опитування для отримання зворотного зв'язку з клієнтами. Існують також такі інструменти, як Microsoft CRM Dynamics і Google Analytics;

3. Інформаційні технології поліпшили маркетинг. Інтернет-маркетинг з використанням методів інтернет-реклами (SEO, PPC, Facebook Ads) – це набагато більш точні способи, ніж традиційний маркетинг, пошуку цільових аудиторій, виявлення їх потреб і побудови маркетингової кампанії, щоб переконати їх купити [5, с. 103]. Важко зрозуміти, скільки людей читають газетне оголошення. Легко обчислити, скільки людей натиснули на онлайн-банер;

4. Інформаційні технології покращили підтримку клієнтів. Клієнти можуть отримувати підтримку по декількох каналах: телефон, електронна пошта, соціальні медіа-платформи, вебінари і так далі. Крім того, системи управління взаємовідносинами з клієнтами допомагають компаніям зрозуміти поведінку клієнтів;

5. Інформаційні технології поліпшили управління ресурсами. Хмарні обчислення дозволяють співробітникам компанії використовувати будь-який пристрій в будь-якій точці світу для доступу до програмного забезпечення корпоративного рівня.

Підводячи висновки, можна сказати, що сьогодні інформаційні технології – це невід’ємна частина функціонування як малого та середнього, так і крупного бізнесу. Особливо вони стали необхідні компаніям у період пандемії, оскільки за допомогою інформаційних технологій бізнес може працювати без відстані та часу.

Інформаційні технології та Інтернет є не тільки важливими рисами для полегшення спілкування між людьми, але вони є способом створення нових бізнес-моделей, змінюючи розвиток бізнесу та перетворюючи їх на позитивну сторону. Їх можна розглядати як стратегічний ресурс, де компанії можуть просувати свою роботу та послуги, а також виходити на нові ринки. Компанії, які використовують цю нову технологію, можуть ефективніше вести господарську діяльність та створювати конкурентні переваги. Електронний бізнес змінив економіку, суспільство та політику. Це головна причина, чому

підприємства, які сьогодні перебувають у більш жорсткій конкуренції, орієнтуються на ринок, що відповідає вимогам покупців.

Список використаних джерел

1. Гужва В.М. Інформаційні системи і технології на підприємствах. К.: КНЕУ, 2001. 400 с.
2. Батюк А. Є. Інформаційні системи в менеджменті. Львів: Львівська Політехніка, 2004. 520 с.
3. Волот О. І. Інформаційні технології як інструмент реінжинірингу в управлінні підприємствами. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Науково-дослідного економічного інституту. Київ: НДЕІ, 2012. Вип.3. С.126-129
4. Чукарин, А. В. Бизнес-процессы и информационные технологии в управлении современной инфокоммуникационной компанией. М.: Альпина Паблишер, 2016. 512 с.
5. Романова Ю. Д. Информационные технологии в менеджменте (управлении): учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2016. 478 с.

МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ

АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Адамів Степан Станіславович

старший викладач кафедри екології ВП НУБіП України «Бережанський
агротехнічний інститут»

У контексті ринкових відносин функціонування закладів вищої освіти (ЗВО) в Україні супроводжується впливом низки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які, з одного боку, характеризуються сприятливими можливостями реалізації інноваційних підходів у сфері освіти та науки, з другого боку, несуть ряд загроз, пов'язаних із непередбачуваністю ринкового середовища.

Відповідно до євроінтеграційних прагнень України, глибинне реформування національної системи вищої освіти має бути спрямоване на реалізацію подальших кроків з імплементації норм Болонського процесу зі збереженням і розвитком традицій та найкращих досягнень української освіти, національної духовної культури. Реформи, які сьогодні відбуваються у нашому освітньому просторі, підпорядковані головній меті – підвищенню якості освіти [1].

Таким чином, в сучасних ринкових умовах актуалізується проблема ефективного, науково обґрунтованого управління закладом вищої освіти, здатного забезпечити завоювання та утримання конкурентних позицій ЗВО в освітній галузі та внести вклад у розвиток освіти у системі національної економіки в цілому.

Серед критеріїв ефективності управління ЗВО можна виділити, зокрема: рейтинг закладу вищої освіти, якість освітніх послуг, що надаються у ньому, економічну ефективність, раціональність організації процесів навчання та науково-дослідних робіт, а також безпечні умови життєдіяльності у закладі.

Важливість проблеми управління безпекою життєдіяльності у ЗВО пов'язана із тим, що в рамках навчального процесу студенти перебувають у навчальних лабораторіях, проходять навчальну практику на виробництві, навчаються управлінню різноманітними пристроями, машинами чи механізмами, працюють на деревообробних і металообробних станках, займаються в спортивних і гімнастичних залах, на спортмайданчиках, використовують різні електроприлади та електрообладнання.

Одночасно життєдіяльність студентів у ЗВО пов'язана із загрозами виникнення низки негативних чинників з боку оточуючого середовища стосовно питань безпеки ЗВО, як зовнішніх – безперешкодного доступу на територію закладу сторонніх осіб, крадіжок; так і внутрішніх – пожеж, травматизму на виробництві тощо.

Таким чином, управління безпекою життєдіяльності впливає практично на усі аспекти діяльності закладу вищої освіти, а його ефективність, відповідно, має вагомий вплив на забезпечення конкурентоспроможності ЗВО.

Тому потреба у налагодженні дієвої, орієнтованої на високий якісний результат, системи управління безпекою життєдіяльності на сьогодні не втрачає своєї гострої актуальності.

Суб'єктами управління такою системою, з одного боку, повинні бути керівники ЗВО, які організують та контролюють забезпечення дотримання правил техніки безпеки та проведення інструктажів з боку викладацького складу. З другого боку, самі викладачі, звертаючи увагу студентів на знання та дотримання вимог техніки безпеки, виробничої санітарії, гігієни праці, електро- та пожежної безпеки, навчаючи їх надавати необхідну першу медичну допомогу потерпілому при різних видах травм, слідкуючи за станом

обладнання та безпечністю умов перебування студентів у ЗВО, самі виступають суб'єктами управління безпекою життєдіяльності.

При цьому найкращих результатів щодо забезпечення безпеки життєдіяльності можна досягнути при комплексному підході до вирішення пов'язаних із цим питанням проблем та створенням цілісної системи управління безпекою життєдіяльності у закладі вищої освіти.

У науковій літературі дослідженню загальних питань безпеки життєдіяльності приділяється значна увага, зокрема вагомий внесок у дослідження даної проблематики зробили: С. Белов, Ю. Скобло, В. Цапко, Д. Мазоренко, Л. Тіщенко, О. Русак, А. Козяков, Л. Морозова, В. Сівков, С. Варосян, Д. Поспелов, Г. Грянік, С. Лехман, Д. Бутко, І. Ілічов, О. Новак, Є. Желібо та ін. Однак проблеми формування механізму управління безпекою життєдіяльності у закладах вищої освіти ще не стали предметом системних досліджень, окремі теоретичні розробки носять фрагментарний характер та не враховують в повній мірі специфіки навчальних закладів. Усе це обумовлює необхідність проведення подальших теоретичних пошуків за даною проблематикою

Створення в Україні безпечних умов для життєдіяльності людини ґрунтується, в першу чергу, на дотриманні вимог вітчизняного законодавства. Зокрема, відповідно до Конституції України, «людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканість і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю» [2]. Розв'язання окремих питань щодо безпеки життєдіяльності містяться у: Кодексі цивільного захисту «Законодавстві України про охорону здоров'я», «Законодавстві України про охорону праці та пожежну безпеку», Законах України: «Про дорожній рух», «Про охорону навколишнього природного середовища».

Створення на кожному робочому місці безпечних умов праці, умов безпечної експлуатації обладнання, зменшення або повної нейтралізації дії шкідливих та небезпечних чинників на організм людини, зниження

виробничого травматизму, професійних захворювань на сьогодні визнаються головною метою безпеки життєдіяльності у світовій практиці.

Важливість посилення впровадження європейських стандартів безпеки життєдіяльності у вітчизняну практику посилюється в умовах розвитку ринкових відносин та переходу закладів вищої освіти на Болонську систему навчання.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України «Про удосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації керівних кадрів і фахівців у сфері цивільного захисту» [3], з метою сприяння кадровому забезпеченню закладів вищої освіти та закладів післядипломної освіти викладачами, які здійснюють навчання з питань безпеки життєдіяльності, затверджено Положення про підвищення кваліфікації викладачів навчальної дисципліни «Безпека життєдіяльності» [4]. Дане Положення визначає мету, порядок організації та проведення підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників, які викладають навчальну дисципліну «Безпека життєдіяльності» та передбачає завдання щодо сприяння кадровому забезпеченню закладів вищої освіти та закладів післядипломної освіти викладачами, які здійснюють навчання з питань безпеки життєдіяльності відповідно до чинного законодавства. Згідно Положення, ректори (директори) ЗВО та закладів післядипломної освіти направляють викладачів навчальної дисципліни «Безпека життєдіяльності» до Інституту державного управління та наукових досліджень з цивільного захисту Державної служби з надзвичайних ситуацій для проходження підвищення кваліфікації, що здійснюється на платній основі та договірних засадах між Інститутом та ЗВО або фізичними особами.

Слід зауважити, що, хоча й вимоги до змісту індивідуальних завдань та тема атестаційної роботи розробляються слухачем з врахуванням особливостей напрямків підготовки його навчального закладу за консультацією викладачів Інституту державного управління та наукових досліджень з цивільного захисту

ДСНС, тобто в процесі підвищення кваліфікації працівника обов'язково будуть враховані особливості конкретного навчального закладу, однак, на наш погляд, такого разового заходу, як навчання одного викладача, компетентного з питань безпеки життєдіяльності, недостатньо для того, щоб ефективно вирішувати увесь складний комплекс проблем, пов'язаний із управлінням безпекою життєдіяльності у ЗВО.

Вважаємо, що управління безпекою життєдіяльності у закладах вищої освіти повинно здійснюватись на комплексній, системній основі, із залученням до цього процесу не лише керівництва закладу чи викладачів навчальної дисципліни «Безпека життєдіяльності», але й усього викладацького складу ЗВО. При цьому необхідно:

- по-перше, чітко визначити організаційні засади управління безпекою життєдіяльності у закладі вищої освіти, що сприяли б створенню системи попередження або мінімізації впливу шкідливих та небезпечних факторів у рамках навчального процесу та наукової діяльності;
- по-друге, проводити у закладі вищої освіти системні наукові та прикладні дослідження з питань управління безпекою життєдіяльності;
- по-третє, створити ефективну систему управління безпекою життєдіяльності, яка би працювала на профілактику та недопущення нещасних випадків.

Список використаних джерел

1. Доповідь міністра освіти на розширеній підсумковій колегії Міністерства освіти і науки України 16 квітня 2020 року «Мета реформ у вищій школі – якість і доступність освіти» // <http://www.pntu.edu.ua/modules.php?name=News&file=article&sid=308>.
2. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року (зі змінами і доповненнями) // <http://zakon.nau.ua/doc>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Порядок проведення навчання керівного складу та фахівців, діяльність яких пов'язана з організацією і здійсненням заходів з питань цивільного захисту» від 23 жовтня 2013 року № 819.

DIGITAL-РІШЕННЯ ДЛЯ HORECA

Беляк Андрій Олександрович

асистент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу

Київського національного університету культури і мистецтв

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2273-7906>

На сьогоднішній день, ринок HoReCa (від англ. hotel, restaurant, catering) стрімко розвивається в digital-умовах. Особливо в умовах пандемії COVID, вся комунікація зі споживачами переходить в online – на спеціальні платформи, сайти, мобільні додатки. Консерватизм у цьому випадку не зможе допомогти ресторатору. Закладам, які уміло використовують цифрові технології та зуміли пристосуватися до обслуговування в онлайн-режимі, відкривається безліч нових можливостей і ресурсів для розвитку й удосконалення.

За останніми підрахунками, 71% українців регулярно користується інтернетом, варто також зазначити, що 66% з них використовує для цього смартфон [3].

Інтернет для сучасної людини — вже не є просто джерелом розваг, а став невід’ємною частиною повсякденного життя, зручним і швидким засобом для вирішення переважної більшості щоденних завдань.

На сьогодні, більшість способів offline-просування втратили свою ефективність або стали занадто коштовними. Найбільш актуальним та ефективним стає онлайн-просування — сайти, соціальні мережі, робота з лідерами думок тощо. Якщо це розглядати комплексно із цікавою бізнес-ідеєю закладу – це набагато швидше приведе до закладу гостей, підвищить рівень їх лояльності [5].

Найактуальнішим digital-рішенням для HoReCa у 2021 році можна вважати просування в Instagram — адже саме ця соцмережа є однією з

найпопулярніших у світі, а український сегмент інстаграму входить в ТОП-10 найпопулярніших у світі [2]. Instagram — візуальна соцмережа, а в розкрутці закладів гостинності важлива саме «красива картинка». З цих причин вибір очевидний, адже якою б апетитною не була їжа, яку заклад пропонує споживачам, зусилля залишаються непоміченими, якщо ресторатор не залучить сучасні digital-рішення у закладі. У результаті дослідження проведеного у 2018 році виявлено, що 63% ресторанів використовують соціальні мережі для реклами; 37% користувачів соціальних мереж використовують медіа для дослідження бренду, продукту, послуги перед її купівлею та споживанням; 49% споживачів дізнаються про страви, які пропонує заклад через соціальні мережі. Таким чином, можна стверджувати, що потенційні клієнти проводять більшу частину свого часу в соціальних мережах, саме тому формування універсального digital-рішення для готельно-ресторанної сфери є актуальним і необхідним завданням на сьогоднішній день [1].

Виділимо ключові аспекти digital-рішень для HORECA [4]:

- створення профілю в соціальних мережах. Найоптимальнішим вважається створення профілів у найпопулярніших мережах: Facebook, Instagram та Twitter, крім цього варто звернути увагу на швидкозростаючу соціальну мережу TikTok. 49% споживачів шукають інформацію про заклади саме у соціальній мережі Facebook; Instagram є додатком номер один у соціальних мережах для взаємодії з ресторанными брендами; у Twitter користувачі, порівняно з іншими галузями, мають найбільшу взаємодію з ресторанами. Рекомендується заповнювати якомога більше корисної для споживачів інформації у профілях (місцезнаходження, години роботи, номери телефонів та посилання на веб-сайт). Важливо, щоб інформація корелювалася з іншими сайтами (карти Google, TripAdvisor, Booking тощо) та була актуальною.
- використання відео контенту. Дослідниками визначено, що відео генерує на 1200% більше акцій, ніж текстовий контент та зображення разом, тому важливо, щоб заклад мав значну частку відео-контенту у маркетинговій

стратегії в соціальних мережах. Використовуючи відео, можна рекламувати нові спеціальні пропозиції, представляти співробітників, надавати споживачам інформацію про те, що відбувається «за лаштунками», пропонувати кулінарні відео-уроки або запитання-відповіді кухарям, що зможе підвищити лояльність споживачів закладу. Одним із варіантів використання відеомаркетингу є перехід на Facebook Live, оскільки середня людина витрачає в три рази більше часу на перегляд відео в прямому ефірі, ніж на записане відео.

- створення конкурсів, розіграшів, вікторин в соціальних мережах. Створюючи конкурси в соціальних мережах, ресторан формує зв'язок, лояльність та взаємодію зі своїми клієнтами та послідовниками. Зокрема, це можуть бути: безкоштовна вечеря, безкоштовні подарункові картки, розіграші дисконтних карток тощо. Досліджено, що 79% споживачів користуються сторінками закладів у Facebook за їхні заохочення та знижки. Маючи це на увазі, рекомендується використовувати конкурси, що пропонують споживачам знижки в обмін на вподобайки та репости, що збільшить охоплення інформацією про заклад потенційних клієнтів.

- оптимізація фотографій. Згідно проведених досліджень, в Instagram близько 93% користувачів заявляють, що зовнішній вигляд продуктів впливає на рішення про покупку. Саме тому, розміщення привабливих та красивих фотографій у соціальних мережах є дуже важливим. Потенційних клієнтів слід спонукати та впливати на відвідування ресторану якістю фотографій, які публікуються у соціальних мережах. Крім того, вони не повинні обмежуватися лише фотографіями страв – необхідно створити унікальним впізнаваний бренд.

- зворотній зв'язок. Управління репутацією – одне із найважливіших завдань для ресторану. Один поганий відгук, який не отримав зворотного зв'язку може призвести до втрати значної кількості потенційних споживачів. 71% користувачів заявляє, що вони частіше рекомендують компанію, яка швидко реагує на відгуки у соціальних мережах. Отже, незважаючи на відгук (позитивний чи негативний) в соціальних мережах, необхідно надати якомога

швидшу відповідь. Крім цього, постійний зворотний зв'язок зі споживачами дозволить керівництву якомога швидше реагувати на негативні сторони, які могли з'явитися у закладі.

- реклама на Facebook. Оскільки 93% рекламодавців у соціальних мережах використовують рекламу на Facebook, це, безумовно, найпопулярніша форма реклами в соціальних мережах. За допомогою реклами на Facebook можна здійснювати гео націлювання, тобто рекламувати лише цільову аудиторію у необхідному районі. Це дуже важливо, оскільки багато ресторанів витрачають свій маркетинговий бюджет на споживчу базу, яка знаходиться не в їх місцевості, використовуючи різні рекламні засоби, зокрема теле- і радіорекламу.

- дописи в оптимальний час. Найважливіше в розміщенні дописів у соціальних мережах – вдалий час. Необхідно проаналізувати, коли користувачі – потенційні споживачі послуг закладу – найактивніші в соціальних мережах, щоб зацікавленість від розповсюдження допису було максимально ефективним та актуальним. Найоптимальніший час для максимального залучення споживачів в соціальній мережі Instagram відображений на рис. 1.

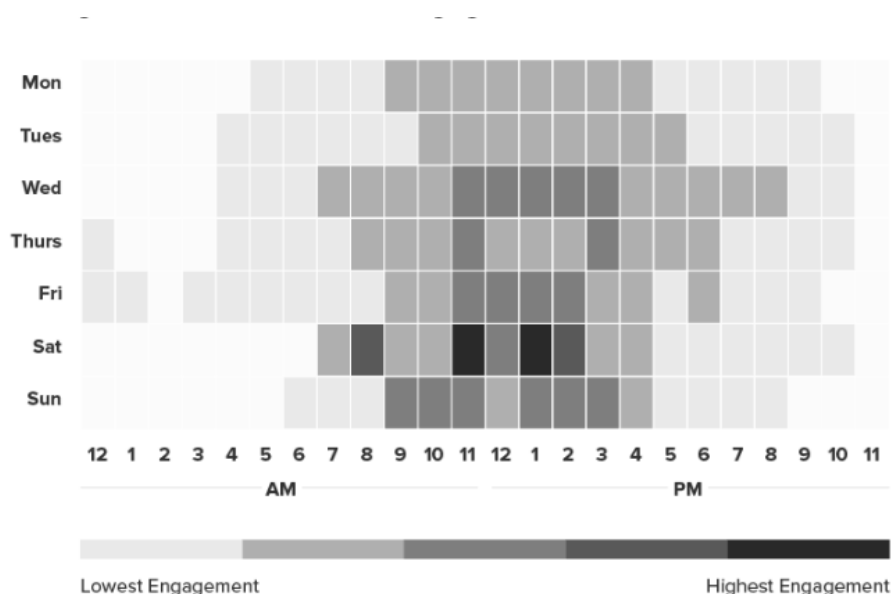


Рис. 1. Найкращий час для залучення споживачів в соціальній мережі Instagram

- інфлюенсер-маркетинг. Важливою маркетинговою стратегією є залучення і співпраця з персоною, що має значний вплив, аудиторію та авторитет у соціальних мережах. Прикладом маркетингу інфлюенсерів може бути публікація інфлюенсером фотографії їжі ресторану на своїй сторінці. Використовуючи маркетинг інфлюенсерів, можна збільшити зацікавленість потенційних споживачів, також підвищується впізнаваність бренду та конверсія, оскільки отримується більше охоплення завдяки аудиторії впливової персони.

- перехресне просування каналів у соціальних мережах. Не слід покладатися на одне джерело соціальних мереж для ресторану. Ось чому перехресне просування ідеально підходить, якщо один із ваших каналів у соціальних мережах отримує більше зацікавленості та взаємодії, ніж інший. Наприклад, якщо ваша сторінка у Facebook має масу лайків, але у вашого Instagram є кілька підписників, ви можете залучити аудиторію Facebook, створивши публікацію, яка спрямовуватиме трафік до вашого Instagram.

Таким чином, для розвитку і ефективної бізнес-діяльності підприємств у сфері HoReCa все більшої необхідності вимагає широке використання сучасних digital-рішень, зокрема просування у соціальних мережах. Застосовуючи запропоновані у дослідженні рішення, ресторани отримають більшу зацікавленість аудиторії, збільшиться пізнаваність бренду, збільшиться трафік споживачів ресторану, що в кінцевому результаті сприятиме збільшенню прибутковості бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гросул, В., Балацька, Н. (2020). Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. Підприємництво та інновації, (11-2), 7-12. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>
2. Кількість користувачів Facebook в Україні у 2019 році зросла на 7,7%, Instagram - на 4,5% - дослідження. URL : <https://ua.interfax.com.ua/news/telecom/647363.html> (дата звернення: 14.04.2021).
3. Майже 23 млн українців активно користуються інтернетом. URL : <https://thedigital.gov.ua/news/mayzhe-23-mln-ukraintsiv-aktivno-koristuyutsya-internetom> (дата звернення: 14.04.2021).
4. Олексенко А. Діджиталізація: найкращі цифрові рішення для HORECA. URL : <https://blog.metro.ua/didzhytalizatsiya-najkrashhi-tsyfrovi-rishennya-dlya-horeca/> (дата звернення: 14.04.2021).
5. Baggett B. How to: social media marketing in the restaurant industry. URL : <https://modernrestaurantmanagement.com/how-to-social-media-marketing-in-the-restaurant-industry/> (дата звернення: 14.04.2021).

МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА

Бошняк Андрій Вікторович

студент III курсу ВСП Одеського торговельно- економічного фахового коледжу
КНТЕУ

Шкуренко Світлана Валеріївна

студент III курсу ВСП Одеського торговельно- економічного фахового коледжу
КНТЕУ

Малишенко Людмила Олександрівна

к. п. н., доцент, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової
комісії фінансово-кредитних дисциплін ВСП Одеського торговельно-
економічного фахового коледжу КНТЕУ

Вступ. Інтеграція культури сучасного світу, яка сьогодні є основною ознакою розвитку суспільства, вимагає принципово нової системи управління культурно-мистецьким комплексом у цілому й закладами культури зокрема, що дозволить розробити відповідні методи забезпечення їхнього розвитку. Сучасний менеджмент перетворився в складну і багатогранну галузь знання.

Багато аспектів сучасного менеджменту нерозривно пов'язано з соціально-культурним контекстом, а сам менеджмент набуває рис технології «соціально-культурного нововведення». Зокрема, як зазначає, Г. Л. Тульчинський [1], правомірно говорити про прямий і непрямий внесок арт-сфери в економіку і економіки в арт-сферу.

Без співпраці з арт-сферою неможливі просування, вдосконалення інфраструктури ділових контактів, формування організаційної культури, тощо.

У сучасній літературі стосовно феномену «арт-менеджмент» відзначився ринково-маркетинговий підхід, де мистецтво арт-менеджера полягає в досить тонкій маніпуляції глядацькою думкою за допомогою складної системи комунікацій, спрямованої на просування того чи іншого художнього товару, а також економічний підхід. Головна проблема розвитку менеджменту у сфері культури й мистецтва, вважають дослідники, полягає у гарантованому забезпеченні єдності ринково-управлінських механізмів, які б доповнювали та підкріплювали свою узгоджуваність за наступним принципом: «те, що заплановано, необхідно фінансувати, організувати і контролювати».

Дослідниця Ю. Мельник [1] справедливо акцентує свою увагу на значущості розвинутого арт-ринку як «візитної картки конкретної країни, важливої складової її іміджу й туристичної привабливості». Сьогодні зростає актуальність здійснення інтеграції вітчизняного ринку творів мистецтва до світового з метою активізації міжкультурного обміну й залучення взаємовигідних альтернативних інвестицій у глобальному масштабі.

Мета роботи. Проаналізувати поняття «арт-менеджмент», дослідити проблеми, що стосуються ефективного використання методів і технологій арт-менеджменту на сучасному етапі розвитку сфери культури й мистецтва, з'ясувати провідні технології арт-менеджменту, які сприяють ефективності професійно-творчого становлення митців, працюючих у сфері сучасного мистецтва.

Деякі аспекти зазначеної теми досліджувалися в наукових працях наступних вчених: Е. Прилашкевич – аналізував феномен менеджерства у сучасному мистецтві, Х. Ванг – описував роль галерейної діяльності на сучасному арт-ринку, М. Хереро - розглядав питання аукціонної діяльності на арт-ринку. Ю. Мельник, Вільям Дж. Байрнс також досліджували різноманітні аспекти даної діяльності в житті сучасного суспільства[1]. Дослідження згаданих авторів дозволяють сформулювати загальну картину стану, діяльності та структури арт-ринку та місця арт-менеджменту в ньому.

Виклад основного матеріалу. Арт-менеджмент [від лат. лат. ars (artis) – мистецтво та менеджмент] – це вид багатофункціональної управлінської діяльності у сфері мистецтва[2]. Охоплює розробку стратегій організації та просування мистецтва, управління проектами й безпосередньо творчим процесом у сфері художньої культури та мистецтва. Включає культурологічний, економіко-правовий, соціологічний та психолого-педагогічний аспекти.

Основне завдання арт-менеджменту полягає в забезпеченні високоефективного професійного управління процесом організації виставок, показів, концертів та інших заходів у сфері мистецтва. Йдеться про поєднання управління художнім процесом, організаційною та економічною діяльністю задля досягнення творчих, естетичних та інших цілей. Арт-менеджмент нерозривно пов'язаний з якістю надання естетичних, культурних послуг у галузі мистецтва.

До числа найважливіших закономірностей менеджменту культури і мистецтва, за думкою М. П. Переверзева і Т. В. Косцова [5, с. 34], відносяться:

- розвиток теорії і практики менеджменту відповідно до трансформації форм і методів організації діяльності в сфері культури і мистецтва;
- визначальний вплив стану зовнішнього середовища на вибір і формування технологій арт-менеджменту і системи управління організацією культури і мистецтва;
- визначення ефективності арт-менеджменту дієвістю проектного менеджменту, заснованого на поєднанні функціонального управління і управління по бізнесу;
- визначення потенціалу арт-менеджменту ресурсом управлінських структур, перш за все кадрового;
- перевага свідомого (планомірного) управління культурними процесами і організаційними структурами;

- відповідність організаційної моделі управління реально існуючим певним видам і формам соціокультурної діяльності;
- оптимізація рівнів і завдань керівництва та управління організацією;
- оптимальне використання в процесі управління художньо-творчою діяльністю функцій контролю, обліку та аналізу.

Управління є багатогранною і складною структурою. Засоби, які використовуються менеджментом, також різноманітні й, як відомо, можуть бути розділені на організаційно-адміністративні, економічні, інформаційно-логічні і соціально-психологічні [6, с.486]. Ці засоби є інструментами менеджменту зі своїми внутрішніми зв'язками і складною ієрархією. Співвіднесення структури управління, до якої входять стратегічний менеджмент, фінансовий менеджмент, маркетинг, управління людськими ресурсами та ін., зі структурою функціонування мистецтва - специфічна проблема арт-менеджменту. З усього перерахованого стає зрозуміла складність і багатогранність арт-менеджменту як науки і практики, тому поширене уявлення про арт-менеджмент, тільки як про маркетинг мистецтва, здається істотно спрощеним.

Специфікою арт-менеджменту, як наукового напрямку, стає сам шлях формування арт-менеджменту: якщо раніше науки проходили досить довгий шлях від накопичення емпіричних фактів через їх узагальнення до зрілої теорії, а потім до її рефлексивного аналізу, то арт-менеджмент фокусує на короткому часовому проміжку ці види наукової діяльності. [5, с.256].

Менеджерська діяльність є однією із головних в системі забезпечення ефективного функціонування різних організацій незалежно від форм власності. Вона є зв'язуючою ланкою виробничих сил і виробничих відносин. Особлива роль відводиться менеджеру-керівнику. Арт-менеджер організовує те, що відбувається на арт-ринку, а саме: забезпечує реалізацію творчих задумів і проектів шляхом створення необхідних умов і забезпечення необхідної

організаційної, ресурсної та фінансової підтримки творчих і мистецьких проєктів (виставки, фестивалі, спеціальні покази і заходи, тощо). Арт-менеджер має достатньо широке коло діяльності, оскільки художньо-творчий продукт дуже різноманітний. Під цим можна розуміти й виробництво різноманітних шоу-програм, концертів, фестивалів, конкурсів, авторських вечорів, виробництво аудіо й відеопродукції та ін. [5, с.12] Окрім того, як відмічає дослідник Г. Новикова, арт-менеджер має безпосередній вплив на формування громадської думки, міркування й смаки публіки, залучаючи її до освоєння, а можливо, в подальшому й утворення культурних цінностей.

Арт-менеджер в першу чергу повинен володіти правильними уявленнями, пов'язаними з економікою, бізнесом, психологією, а також вміти оперувати своїми знаннями. Перевагою буде, якщо він включений в сферу мистецтва, але це ті знання, які можна здобути, і вони більше пов'язані з певним освітнім процесом. Але професійні менеджерські знання важливіше, ніж знання мистецтва. По-перше, тому що професійний арт-менеджер, або галерист, завжди може залучити мистецтвознавців, які стануть його помічниками. По-друге, він сам може освоїти досить великий обсяг знань, тому що самоосвіта і освіта загалом зараз доступні речі.

Першими прикладами арт-менеджменту, як організації уявлень і управління ними, були громадські збори, пов'язані з релігійними обрядами в ранніх суспільствах. Еволюція арт-менеджменту залежала не тільки від розвитку форм мистецтва, вона перепліталася з еволюцією соціальних, релігійних та економічних систем, необхідних для існування міст і держав. Ці управлінські системи будувалися на філософських концепціях, які розміщували людей в складні ієрархії. Історія дає багато прикладів систем менеджменту, створених ще стародавніми єгиптянами, римлянами і китайцями. Багато сьогоднішніх базових принципів нагляду та контролю сходять до проєктів, що виникли саме в цих суспільствах: будівництво храмів, пірамід та інших великомасштабних споруд вимагало сильного менеджменту і чималих

організаційних навичок[3]. Організація величезних армій, які повинні були рухатися вперед і завойовувати світ, потребувала також ретельного планування. У XIX столітті на створення складної ієрархічної теорії менеджменту та арт-менеджменту справили величезний вплив Промислова революція і «невидима рука ринку».

До провідних технологій арт-менеджменту належать [2]:

- просування арт-продукту;
- концертне адміністрування;
- інформаційна підтримка арт-продукту й творчої діяльності виконавця (організація та ведення рекламних кампаній, інформаційна та рекламна розсилка в усій базі учасників event-ринку);
- промо-кампанії в Інтернеті (розміщення банерів, новин та відеонovin у стрічках новин, ведення блогів у соціальних мережах, робота із спонсорами (файндрайзинг, меценатство, добродійність);
- тощо.

Висновки. З вищевикладеного матеріалу вбачаємо велику складність питання арт-менеджменту у його вивченні й повному достовірному аналізі в теорії і практиці. Проблеми ці можуть бути вирішені спільними зусиллями представників різних наук: філософії, культурології, соціології, психології, економіки, мистецтвознавства та ін., а також практиків мистецьких і соціально-культурних напрямків творчої діяльності у сфері управління. Мова йде не тільки про просте підсумовування знань та аналіз різних матеріалів, а й про їх інтеграцію та координацію, забезпечення їх активного просування в практичній діяльності.

Ймовірно, саме арт-менеджмент і є тією самою особливою науковою дисципліною, покликаною впоратися з цим завданням з урахуванням всієї складності специфіки свого предмета. Осмислення необхідності вирішення перерахованих і багатьох інших методологічних проблем досягає певного рівня зрілості. Можна сподіватися, що обмін думками з теоретичних та практичних

проблем арт-менеджменту дозволить удосконалити комплекс знань даної сфери.

Список використаних джерел

1. Антонюк О. В Менеджмент культурно-мистецької сфери. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2011. №2. URL: [https://kultart.lnu.edu.ua > uploads > 2020/06 >](https://kultart.lnu.edu.ua/uploads/2020/06/) (дата звернення: 11.04.2021).
2. Арт-менеджмент. URL: <https://vue.gov.ua> (дата звернення: 11.04.2021).
3. Арт-менеджмент. Теория и практика. Учебник. URL: <https://ruslania.com/ru/knigi/1608974-art-menedzhment-teorija-i-praktika-uchebnik/> (дата звернення: 11.04.2021)
4. Зачароване коло арт-менеджменту. URL: https://zn.ua/ukr/ART/zacharovane_kolo_art-menedzhmentu.html (дата звернення: 11.04.2021)
5. Переверзев М.П, Менеджмент в сфері культури и искусства. - URL: <http://www.libed.ru/knigi-nauka/926299-1-mp-pereverzev-koscov-menedzhment-sfere-kulturi-iskusstva-uchebnoe-posobie-rekomendovano-uchebno-metodicheskim-ob.php> (дата звернення: 14.04.2021)
6. Теорія і практика менеджменту. URL: http://ellib.org.ua/books/files/management/mt_m/1.html (дата звернення: 14.04.2021)
7. Хокінс Д. Креативна економіка. Як перетворити ідеї в гроші. URL: <https://www.yakaboo.ua/the-creative-economy-how-people-make-money-from-ideas.html> (дата звернення: 11.04.2021)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК НАПРЯМОК АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Пікуліна Олена Вікторівна

к. е. н., доцент кафедри обліку і оподаткування економіко-гуманітарного факультету Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені ак. В. Лазаряна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4803-427X>

Чаркіна Тетяна Юріївна

к. е. н., доцент кафедри економіки та менеджменту економіко-гуманітарного факультету Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені ак. В. Лазаряна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6202-0910>

Сьогодні наш Світ охоплений «ковідною лихоманкою», немає жодної людини та навіть дитини, яка б не чула про неї. По всіх телеканалах, радіостанціях та Інтернеті щодня цитують статистичні дані захворюваності, смертності та одужання, чим з одного боку – інформують, попереджають та застерігають від небезпеки, а з іншого – морально нагнітають людей. Сама думка про те, що ти не можеш повноцінно спілкуватися з рідними, близькими та друзями навіює певну безвихідь.

Із загостренням карантинних обмежень в першу чергу зачиняються заклади громадського харчування, кінотеатри, театри фітнес-центри тощо. Тобто ті сфери послуг, які є засобом відволікання від щоденних сімейних та робочих проблем. Дедалі буденнішим стає спосіб життя, що можна описати однією єдиною, всім відомою фразою: «Дім – робота, робота – дім». Та ситуація загострюється ще більше, якщо людина працює вдома або її

підприємство прийняло рішення працювати віддалено. Закономірно вона починає замислюватись над тим, як можна організувати власне дозвілля та урізноманітнити своє життя.

Саме за таких умов має активізуватися діяльність готельно-ресторанного бізнесу, оскільки це вигідно, як населенню з точки зору задоволення своїх моральних інтересів та потреб, так і підприємствам цієї сфери діяльності з точки зору існування та розвитку.

Для цього необхідно вжити певних заходів. По-перше зменшити контакти між людьми, розставивши вірні пріоритети даної необхідності. По-друге, вжити заходів, що покращать умови життя, роботи та відпочинку. По-третє, запровадити заходи, що зроблять наше життя та відпочинок якіснішим, яскравішим та залишать по собі незабутні враження.

Зараз інформаційні, комп'ютерні та цифрові технології заповнили наш простір, без них сучасний розвиток будь-якої сфери діяльності та життя унеможлиблюється, тому ресторанний та туристичний бізнес повинен чи не найпершим відстежувати та впроваджувати ці технології, наприклад такі, як онлайн маркетинг і інфлюенсер-маркетинг, контент та інше.

Цифрова революція відкрила багато нових технологічних напрямків, трансформації відбуваються в усіх сферах життя. У готельно-ресторанному бізнесі теж відбуваються радикальні зміни, для яких визначальними є фактори мобільності, комфортності, креативності, екологічності, доступності додаткових послуг, безпеки здоров'я та життя [1].

До сучасних технологій, що можна застосувати в готельно-ресторанній справі можна віднести електронний маркетинг, е-маркетинг та інтернет-маркетинг.

Ці технології відкривають перед людиною дуже багато можливостей. Головною вимогою карантинних обмежень є ізоляція. Для дотримання цієї умови більшість людей перейшли на «життя он-лайн». Залишаючись вдома вони вимушені навчатися, працювати та навіть розважатися дистанційно,

використовуючи для цього різноманітні гаджети, на кшталт телефонів, планшетів, комп'ютерів. Адаптуючись до таких реалій, рестораторам також потрібно приділяти більше уваги розробці та підтримці Інтернет сайтів, просуванню послуг через соціальні мережі. Можна проводити он-лайн презентації нових унікальних страв (нано технології); майстер-класи з відомими поварами та кондитерами; презентації та меню кейтерингу, який можливо замовити у даному закладі. За допомогою цих заходів можливо долучити велику кількість нових клієнтів та отримати додатковий дохід для ресторанного бізнесу.

Досить ефективним інструментом просування товарів або послуг є інфлюенсер-маркетинг (англ. Influencer marketing), або маркетинг впливу. Під інфлюенсером розуміється людина, бренд або група осіб, які здатні вплинути на поведінку і рішення своєї аудиторії. Головний принцип даного виду маркетингу – нативна і ненав'язлива комунікація через рекомендації [2].

Ресторани відіграють досить важливу роль в житті людини. Крім задоволення фізіологічних потреб у харчуванні, «вихід» в ресторан виконує важливу соціальну функцію. Людині потрібно не тільки наїстися, але й поспілкуватися. Ресторани – це одне з небагатьох місць, де працюють всі органи чуття, які генерують загальне почуття задоволення [3].

Проте сьогоднішні карантинні умови диктують ринковій концепції діяльності ресторанної сфери нові додаткові фактори функціонування. Зараз для успішної роботи закладу не достатньо факторів, що створювали філософію ведення ресторанного бізнесу до початку пандемії, а саме: якість страв, меню, рівень обслуговування, ціна, атмосфера, менеджмент, місцезоложення.

На даний час набувають особливого значення для роботи закладу: безпека надання послуги, інформованість про послугу або товар, використання цифрових технологій.

Зараз споживачі, які є прихильниками контенту, розміщеного в мережі Інтернет, набагато більше довіряють рекомендаціям та смакам лідерам думок,

відомим спортсменам, артистам, співакам. Якщо відома впливова людина скористалась послугами певного закладу, і цей заклад задовольнив усім її смакам та вимогам, то вона обов'язково рекомендуватиме цей заклад своїм друзям, знайомим, шанувальникам та підписникам. А якщо кумир відсвяткував у цьому закладі значиму подію та виклав фото, та відео на власній сторінці у соціальних мережах, то цей ресторан одразу опиняється у ТОПі, а його власник стає відомим. За таких обставин в особливо вигідному становищі опиняються ресторатори, які є власниками мережі.

За останній рік світовий ринок інфлюенсер-маркетингу виріс практично вдвічі. Довіра споживачів до рекомендацій лідерів думок сягала небувалої цифри: 92 % швидше повірять блогерові, ніж рекламі [4].

На даний час, ресторатори і готельєри стали створювати дедалі більше унікального контенту. Це дуже важливо, оскільки цікаві сучасні тренди кулінарії, корисні поради, а також ефіри з місця події, мають відповідати сучасним реальним очікуванням та потребам користувачів послуг.

Унікальний контент – це матеріал, що містить унікальне та корисне змістове навантаження і не зустрічається у точно такій формі в мережі Інтернет [5].

Неважливо у якій сфері діяльності Ви профі. Важливо те, що Ваш унікальний контент є запорукою розвитку та успіху. Припустимо, що Ви є власником готелю, в інфраструктурі якого є ресторан та конференц-зал. Ви організували конференцію, присвячену кулінарним традиціям народів Світу, на яку були запрошені імениті шеф-повара та повари-початківці. В продовження конференції передбачений майстер-клас. Маючи фото, відео та відгуки й коментарі з даної події, як професіонал в організації подібних заходів, Ви можете викласти даний матеріал на власному сайті, сторінці в соц. мережі з власними враженнями, рекомендаціями та коментарями. Саме поєднання досвіду у власній справі з вмінням якісно, цікаво та медіа-підкріплено донести його до користувача і є унікальністю контенту. Цей контент, який має корисне

змістове навантаження, додасть вражень користувачам даних послуг та долучить їх до вашого закладу, що допоможе отримати більше доходу ресторанному бізнесу.

Для подолання проявів системної кризи в ресторанному бізнесі в умовах цифрових трансформацій, керівництву необхідно забезпечити реалізацію прогресивного інструментарію антикризового управління, щоб забезпечити фінансову стійкість підприємств, та активізувати інноваційні трансформації. Серед пріоритетних напрямків впровадження цифрових технологій ресторанного бізнесу такі як: он-лайн маркетинг, інфлюенсер-маркетинг та унікальний контент.

Список використаних джерел

1. Електронний маркетинг. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3
2. Менеджмент туризму. Ресторанний бізнес: основи функціонування. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://library.if.ua/book/38/2538.html>
3. Інфлюенсер-маркетинг: як це працює в Україні. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/influencer-marketing-in-ukraine/>
4. Контент. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://termin.in.ua/kontent/>
5. Економічний закон зростання потреб. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: https://pidru4niki.com/1628041439911/politekonomiya/ekonomichniy_zakon_zrostantnya_potreb

ПРАВОВІ ВІДНОСИНИ В ЕКОНОМІЦІ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Стогній Олена Анатоліївна

Студентка 4 курсу міжнародно-правового факультету

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

Сучасний світовий біржовий ринок стрімко розвивається та впливає на різні сторони ведення господарської діяльності. В Україні біржова діяльність має позитивну динаміку змін, хоча все одно перебуває на стадії становлення, саме тому важливо зараз виявити чинники, які негативно впливають на розвиток біржової діяльності та визначити шляхи їх вирішення.

Багато вітчизняних та зарубіжних вчених приділяли значну увагу проблематиці біржової торгівлі. Окремі питання функціонування а організації різних видів товарних бірж в Україні досліджували науковці Дудяк Р., В.П. Заборовський, Ю.А. Іщук, А.С. Музиченко, М.О. Солодкий, О.М. Третяк, В та інші. Хоча варто зазначити, що українські дослідники приділяють більше уваги економічній діяльності товарних бірж, на відміну від фондових, що пояснюється відставанням у розвитку біржового товарного сегменту порівняно з фондовим. [2, с.158]

Стосовно законодавства, що регулює діяльність біржової діяльності, то варто звернутися до Господарського Кодексу, який визначає, що товарна біржа є особливим суб'єктом господарювання, який надає послуги в укладенні біржових угод, виявленні попиту і пропозицій на товари, товарних цін, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним з ним торговельним операціям.[1] Крім того, діяльність бірж регулюється спеціальним законодавством, а саме ЗУ «Про товарну біржу».[4]

Біржовій діяльності в Україні притаманні певні особливості, що загальмовують її розвиток у порівнянні з іншими країнами. Першою ознакою є те, що незважаючи на велику кількість зареєстрованих бірж, кількість таких, які продовжують та мають намір працювати саме як « біржі» зменшується з кожним роком. [6, с. 77] Хоча насправді біржі України є різноманітними за складом учасників, правилами біржової торгівлі, своєю структурою. Але важливим є те, що усі ці біржі створювалися, як біржові посередники, їхнім наміром не було концентрація біржового обігу для творення ринкових цін на сировину, капітали та валюту. [3, с. 49] Таким чином, зараз такі «біржі » діють як комерційні фірми, які містять у своєму найменуванні слово «біржа», хоча насправді не мають відношення до загальноприйнятих у світі принципів біржової торгівлі. [8, с. 13]

Таким чином в Україні за останні роки зберігається тенденція з переважанням позабіржового ринку, хоча Україна за критеріями обсягу виробництва володіє певним біржовим потенціалом, особливо, що стосується ринків зерна, цукру, насіння олійних культур, хоча такий товар потребує специфічних механізмів регулювання.[6, с. 77]

Заборовський визначає, що основною проблемою у біржовій діяльності, є відсутність державної регуляторної системи й політики, тому біржовий ринок фактично розвивається стихійно, у режимі цілковитої безконтрольності. [3, с. 49]

Іщук зазначає, що також існують труднощі роботи з нерезидентами. Адже іноземні компанії бажають купувати/продавати свою продукцію на біржових торгах, але біржам проблематично працювати з валютою, так як вони не можуть брати гарантійне забезпечення у валюті. Для вирішення таких проблем необхідно удосконалити вже існуючі і розвивати нові банківські та фінансові інструменти. [5, с. 141]

Таким чином, можна зробити висновок, що розвитку біржової торгівлі в Україні в першу чергу перешкоджають відсутність належного законодавство і

нерозуміння суб'єктами господарської діяльності переваг біржової торгівлі. Адже нормативні акти, що регулюють біржову діяльність мають поверхневий характер та не мають головного ряду аспектів для створення нормального біржового товарного ринку. [6, с. 77]

Адже, як зазначав Солодкий М.О., біржова система успішно працює лише у випадках, коли здійснюється поєднання зусиль держави та громадськості у досягненні спільної мети. Тобто існує чітка програма розвитку біржового ринку при цьому така стратегія повинна будуватися залежно від до традицій певного суспільства, готовності спільноти прийняти таку систему та найголовніше дотримуватися її правил. [7, с. 66]

Як висновок, можна зазначити, що Україні для успішного розвитку біржової торгівлі, відповідно до світового досвіду та національних особливостей, необхідно: удосконалити нормативну базу яка вирішить питання кількості бірж та можливості їх реєстрації; а саме, розробити Концепцію розвитку біржової діяльності до 2030 року і відповідно до неї розробити та прийняти закон України «Про товарний біржовий ринок», «Про кліринг та біржову розрахункову діяльність», після прийняття даних законів провести сертифікацію усіх бірж створити 4-5 спеціалізовані товарні біржі, де держава повинна виступати одним із засновників.

Крім того, варто внести зміни до чинного Господарського Кодексу, де передбачити механізм державного регулювання біржового товарного ринку, визначити поняття біржового ринку та принципи функціонування такого ринку, також додати положення стосовно створення спеціального державного органу, який би регулював біржову діяльність, визначити порядок його створення та сферу дії. Також у разі зміни положень Господарського Кодексу, варто було б також внести зміни і до Кримінального Кодексу, та Кодексу України про адміністративні правопорушення, де б передбачалася відповідальність за порушення законодавства про регулювання біржового ринку.

Здійснення таких нормотворчих дій положень є необхідним для впровадження ефективного державного контролю за біржовою діяльністю, що у свою чергу є необхідним для нормального функціонування біржового ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський Кодекс URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Дудяк Р. Організація функціонування та розвиток товарних бірж України в умовах економічної кризи. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Економіка АПК*. 2013. № 18 (1). с. 157 – 164.
3. Заборовський В. П, Сучасний стан та перспективи розвитку біржової торгівлі в Україні, №253(265).
4. ЗУ «Про товарну біржу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1956-12#Text>.
5. Іщук Ю.А, Товарна біржа як інституціональний елемент функціонування міжнародних товарних ринків, *Економіка і організація управління* •№ 3 (27) 2017, с. 135-142.
6. Музиченко А. С. Особливості трансформаційних процесів у міжнародній біржовій торгівлі, *Економічний вісник*, 2019, №4, с.73-81.
7. Солодкий, М. О. Проблеми та напрями розвитку біржового товарного ринку в Україні, *Ефективна економіка* № 10, 2017.
8. Третяк О. М. Інституціональне забезпечення біржового аграрного ринку України. *Агроінком: аграр. інформ. наук.-виробн. журн.* 2011. № 10–12. с. 12–16.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ КАК РЕЦИПИЕНТ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Бесчастнова Наталья Вячеславовна

кандидат экономических наук, доцент

Академия ВЭГУ, Россия, Уфа

Юлдашева Венера Салаватовна

студент, Академия ВЭГУ, Россия, Уфа

На современном этапе развития, с начала XXI века, в России наблюдается положительная динамика прямых иностранных инвестиций в страну. Так, по данным доклада конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) в 2019 г. в России, по сравнению с 2018 годом, объем иностранных инвестиций увеличился вдвое, с 9,8 млрд. долл. США до 19 млрд. долл. США. Это связано с постепенным выходом страны из кризиса, при этом показатель еще не достиг докризисных величин. Рост цифровых технологий напрямую коррелирует с показателем прироста объемов прямых иностранных инвестиций не только в Россию, но и в другие страны мира.

После дефолта 1998 г. объем прямых иностранных инвестиций в страну вырос. За период 1992–1998 гг. объем входящих ПИИ не превышал 1,4 млрд долл. в год, в 1999 г. иностранные капиталовложения увеличились. В середине 2000-х гг. Россия стала одним из главных направлений ПИИ в мире. Это объясняется поддержкой государством компаний, осуществляющих крупные

зарубежные инвестиции, расширением рынков сбыта, обеспечением доступа к ресурсам для производства и постепенным выходом страны от экономического кризиса 1998 г. Кроме того, в начале 2000-х в стране нормализовалась экономическая ситуация (в 2000 г. отмечался рост ВВП на 10%, в 2011 г. на 5,7%, в 2003-2004 гг. на 7,3–7,4%% соответственно). К сожалению, кризис 2008–2009 гг. способствовал сокращению объемов ПИИ, однако после кризиса рост постепенно возобновился, но докризисный уровень так и не был достигнут. Сальдо платежного баланса при этом стало положительным в 2010 г. и составило 6697 млн. долл. США. Тенденция продолжалась до 2013 г., сальдо в этом году вновь стало отрицательным (-1765 млн. долл. США), в 2017 г. достигло максимума – 35051 млн. долл. США [2].

Значительному росту в 2017 г. способствовала активная работа Фонда прямых инвестиций. Так, к примеру, была достигнута договоренность РФПИ с инвесторской компанией Mubadala из ОАЭ по вложению инвестиций в российскую инфраструктуру. РФПИ – это суверенный инвестиционный фонд РФ, осуществляющий прямые инвестиции в российские компании совместно с ведущими инвесторами мира.

Фонд был создан для инвестиций в лидирующие компании наиболее быстрорастущих секторов экономики. Капитал под управлением Фонда – 10 млрд. долл., в 2019 г. он был выведен из структуры Внешэкономбанка и наделен статусом суверенного фонда России. Фонд был создан в 2011 году под руководством Президента РФ Медведева Д.А. и премьер-министра Путина В.В., что объясняет тенденцию к увеличению сальдо до 2013 года. Главной задачей было привлечение иностранных инвестиций по принципу соинвестирования: на рубль собственных средств фонда должен приходиться рубль от иностранных инвесторов. В 2013 году произошел резкий спад показателя из-за влияния мировой политической ситуации и изменений взглядов стран Запада к России.

Как видно из табл.5, большая часть прямых иностранных инвестиций поступает в обрабатывающие сектора экономики. Кроме того, в России 6,7% идет в добывающую отрасль, в то время, как в США и Китае ПИИ в эту отрасль отсутствуют. В США также инвестируют в финансовую деятельность, что связано с развитостью финансового рынка, в Китае четверть иностранных инвестиций идет в операции с недвижимым имуществом. Таким образом, существует определенное сходство в распределении ПИИ по отраслям в странах, но каждой стране присуща своя специфика, которая зависит от наличия природных ресурсов, развитости рынков, исторического развития и пр.

При этом распределение ПИИ по отраслям в РФ менялось с течением времени. Так, в 2010 г. 37% ПИИ были направлены в предприятия, занимающиеся финансовой и страховой деятельностью, 16% в обрабатывающие производства, 16% в оптовую и розничную торговлю. Это объясняется богатым ресурсным потенциалом страны, объемом внутреннего рынка страны, его расширением, выходом на новые внешние рынки. Кроме того, в стране был плохо развит финансовый и страховой рынок, но, благодаря поддержке государства, иностранные инвесторы видели потенциал в данных секторах экономики.

Распределение ПИИ по отраслям представлено в табл. 1.

Таблица 1. Распределение прямых иностранных инвестиций по отраслям
в 2019 г., в %[1]

Страна	Обрабатывающие производства	Добыча полезных ископаемых	Оптовая и розничная торговля	Операции с недвижимым имуществом	Финансовая деятельность	Транспорт и связь	Другие
Россия	52,8	6,7	18,2	5,7	11,8	2,8	2
Китай	38,7	-	9,8	24,5	8,8	3,6	14,6
США	36,3	-	17,2	0,3	18,6	-	27,6

В 2019 году структура ПИИ в РФ незначительно изменилась.

Среди отраслей промышленности большая часть инвестиций приходится, как и ранее, на оптовую и розничную торговлю, обрабатывающие производства, добычу полезных ископаемых и финансы. При этом произошло сокращение инвестиций в сферу информационных технологий, здравоохранения, образования и науки. Таким образом, иностранным инвесторам стало неэффективно работать с данными отраслями экономики, что, скорее всего, может быть связано с санкциями, наложенными на Россию, а также политической ситуацией в мире.

Совокупный объем иностранных активов РФ на 01.07.2019 г. составил 1295,8 млрд. долл. США, увеличившись по итогам I полугодия 2019 г. на 65,8 млрд. долл. Изменения определялись, в первую очередь, переоценкой, связанной с ослаблением курса доллара США. Более половины прироста активов пришлось на международные резервы. Чистый прирост активов возрос в долговые инструменты, ценные бумаги. Чистое увеличение прямых иностранных инвестиций составило за период 2017–2019 гг. 33345 млн. долл.

Таким образом, анализ структуры прямых иностранных инвестиций в страну показывает, что значительная их часть не приводит к увеличению основных фондов, так, в структуре преобладает доля долговых инструментов, которые не влияют на прирост капитала. Слияния и поглощения уменьшают его прирост. Это позволяет сделать вывод, что иностранные инвесторы проявляют осторожность, они не готовы нести риски, которые связаны с созданием и управлением бизнесом в стране.

Международная инвестиционная позиция показывает общий объем и структуру финансовых активов и обязательств страны перед нерезидентами. Она является одним из элементов счета операций с капиталом и представляет собой различные виды активов (акции, облигации, недвижимость и пр.) (табл. 2).

Таблиця 2. *Международная инвестиционная позиция РФ, млн. долл [3].*

	На 01.01.2017	На 01.01.2018	На 01.01.2019
Чистая международная инвестиционная позиция	290314	313868	222111
Активы	1249213	1145789	1229938
Прямые инвестиции	384689	336276	418034
Участие в капитале и паи инвестиционных фондов	296933	247833	320873
Долговые инструменты	87756	88444	97161
Портфельные инвестиции	56629	70727	72060
Участие в капитале и паи инвестиционных фондов	4433	3257	3172
Долговые ценные бумаги	52197	67470	68888
Прочие инвестиции	404870	359241	355245
Прочее участие в капитале	4371	5349	6249
Наличная валюта и депозиты	181346	14802	135983
Ссуды и займы	166750	161750	178061
Страховые и пенсионные программы	2274	1808	2127
Торговые кредиты и авансы	32065	31491	22105
Прочая ДЗ	18064	10819	10720
Резервные активы	385460	380425	377141

Таким образом, для того, чтобы прямые иностранные инвестиции послужили механизмом для увеличения конкурентоспособности России в мире, государство должно проводить политику, направленную на повышение и привнесение новых преимуществ страны на мировой арене.

Страна обладает преимуществами для привлечения иностранных инвесторов, такими, как емкость рынка, наличие природных ресурсов, рабочей силы, научного потенциала.

При проведенні політики по привлеченню іностранных инвесторов государству важно учитывать их интересы, а также наличие препятствий для увеличения потоков прямых иностранных инвестиций.

Особенности российской экономики обусловлены историей страны.

После 1991 г. система функционирования экономики страны быстро менялась, при этом демократические институты не были сформированы, на протяжении десятилетия оставалась непрозрачной система взаимодействия общественного мнения и политических структур, закрытость власти.

С начала 21 века страна переживает «голландскую болезнь», за это время было накоплено достаточно резервов, чтобы сгладить негативные эффекты от падения цен на нефть и относительной изоляции страны не стали столь разрушительными, как на это рассчитывало мировое сообщество. Санкции повлияли на банковский сектор, ограничили доступ к международным кредитным ресурсам, что ограничило кредитную активность банков в 2017–2018 гг. (в 2013 году российский банковский сектор уменьшился на 32 кредитных организаций, в 2017 году – на 86, в 2018 году – на 93, при этом в 2018 году объем розничных кредитов на балансах банков сократился на 5,7%).

Важно помнить об узкосырьевой экономической специализации производства в стране (доля нефтегазовых доходов в 2017 г. составила 51% ВВП в 2018 – 43% ВВП, в 2019 г. – 38%, в 2017 г. – 36%) [4], которая не может стимулировать устойчивый экономический рост. Кроме того, на протяжении многих лет в стране действовали ограничения, препятствующие интенсификации процессов модернизации. Активация инвестиционной деятельности – важный инструмент для оживления экономики, она будет способствовать увеличению возможностей страны и стать одним из ключевых факторов экономического развития.

Список использованных источников

1. Литвинова, В.В. Теоретические и методологические аспекты оценки инвестиционного климата региона // Молодой ученый. - 2019. - №4. - С. 161-169.
2. Рязанов, В.Т. Мировой финансовый кризис и экономика России: точка разворота? [Текст] // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2019. – № 1. – С. 3–21.
3. Шавшуков, В.М. Глобальные финансы и новые вызовы мировой экономики [Текст] // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. – 2019. – №5. – С.63–64.
4. Шавшуков, В.М. Движение капитала в глобальной экономике [Текст] // Мировая экономика и международные экономические отношения. – 2017. – №7. – С.120–121.

Самостійне електронне текстове
наукове періодичне видання комбінованого використання

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ

Матеріали
II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
(м. Київ, 21 квітня 2021 року)

II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
«Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку
економічної науки і практики»
(м. Київ, 21 квітня 2021 р.)

Адреса оргкомітету та редакційної колегії:
м. Київ, Україна
E-mail: conference@openscilab.org
www.openscilab.org