

**СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЦЕНТР
ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ДНІПРОВСЬКА АКАДЕМІЯ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ

**НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, УПРАВЛІННЯ

**Збірник наукових праць та тез наукових доповідей
за Матеріалами VI Міжнародної науково-практичної конференції**

27-29 листопада 2019

**Прага
2019**

УДК 330.34+338.20

Е 45

Економічний розвиток: теорія, методологія, управління [матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції]. — Nemoros s.r.o., - Prague, - 2019. — 399 с.

Рецензенти:

Земан З., доктор економічних наук, професор, Голова Науково-експертної ради Східноєвропейського центру фундаментальних досліджень, професор Університету Святого Іштвана (м. Геделле, Угорщина).

Яковенко Н. Л., доктор історичних наук, професор, професор кафедри міжнародних організацій і дипломатичної служби Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Редакційна колегія:

Ігнат'єва І.А., доктор економічних наук, професор;

Кучеренко Д. Г., кандидат економічних наук, доцент;

Чаграк Н. І., кандидат педагогічних наук, доцент.

© Copyright by
Eastern European Center of the
Fundamental Researchers,
Nemoros s.r.o.,
Rubna 716/24, 110 00, Prague 1

ISBN 978-611-01-1695-4

Nemoros s.r.o.,
Rubna 716/24, 110 00, Prague 1
Czech Republic, 2019

ЗМІСТ

ВІТАЛЬНІ СЛОВА	11
<u>НАУКОВІ СТАТТІ ТА ДОПОВІДІ</u>	
<i>Баранець І.М.</i> Напрями взаємодії органів виконавчої влади зі стейкхолдерами в умовах організаційних перетворень	12
<i>Конашук В.Л.</i> Дослідження проектної форми інноваційно-інвестиційної діяльності як складова методології економічного розвитку	19
<i>Iwona Wojciechowska.</i> Social media as the important means of communication of universities with their surroundings	27
<i>Yivkovetska Y., Ivanova Y., Kainova O.</i> Intercultural communication in business	32
<i>Лециій Л.А.</i> Інноваційна діяльність підприємств в Україні: проблеми та перспективи	39
<i>Mishchenko K.</i> Formation of communication relations of state authorities in Ukraine	45
<i>Москалець М.М., Шапран Л.О.</i> Використання світового досвіду розробки системи збалансованих показників в практиці закладів загальної середньої освіти	50
<i>Буданов Б.В., Сердитых Г.А., Ужаков Г.В.</i> Оскорбление чувств верующих	57
<i>Сиченко В.В., Хитько М.М.</i> Напрями реформування освітньої галузі у контексті процесу соціальної модернізації українського суспільства ...	61
<i>Вовк М.О.</i> Технологічна реструктуризація підприємств агропродовольчої сфери в контексті реалізації принципів НАССР	66
<i>Даценко Є.А., Брода А.Ю.</i> Страхування життя в Україні	72
<i>Вохмяніна Л., Загородня Н.</i> Особливості управління персоналом в сучасній системі освіти	76
<i>Мороз С.Е., Калашиник О.В.</i> Управління розвитком асортименту підприємницьких структур роздрібної торгівлі	84
<i>Markina I., Aranchii V.</i> Cash flows in providing stable state of financial resources of an enterprise	90
<i>Помаз О., Помаз Ю., Шульженко І.</i> Фактори сталого розвитку сільського господарства України.	96
<i>Руженський М.М.</i> Трудова еміграція населення України: передумови та рушійні сили	103
<i>Федірець О.В.</i> Механізм та етапи формування стратегії підвищення результативності діяльності підприємства.	109
<i>Дячков Д.В., Потапюк І.П.</i> Сучасні тенденції використання інформаційно-комунікативних технологій.	115
<i>Осташова В.О., Сазонова Т.О.</i> Формування правової культури персоналу сучасної організації.	122

<i>Yivkovetska Y., Tonkonoh I., Levadna V.</i> Insufficient state financing of innovative activities in Ukraine as a cause of economic stagnation	129
<i>Hanna Hall.</i> Marketization of universities - advocates and oponents of arguments	132
<i>Чубарь О.Г.</i> Визначення характеристик соціальної взаємодії та соціального середовища при оцінюванні якості життя у поліетнічному регіоні.	136
<i>Шевченко Н.О., Шабаєва Л.М.</i> Особливості та тенденції розвитку державного управління позашкільною освітою: філософський аспект ..	143

ТЕЗИ НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ

<i>Лутай Л.А., Помінчук С.Г.</i> Концептуальні засади організаційно-економічного механізму професійної орієнтації учнівської молоді	150
<i>Матвійшин С.Г., Матвійшин В.С.</i> Прогнозування змін вікової структури населення для просторового планування сільських територій	153
<i>Piatnytska G.T., Lukashova L.V.</i> Integration of Ukrainian small entrepreneurship into the european and world space	156
<i>Гринчуцький В.І., Куц Л.Л.</i> Витрати краудфандингу для компаній	159
<i>Шпортко Г.Ю., Аніщенко Л.О., Луговий М.Д.</i> Використання проектного методу в стратегічному управлінні щодо розвитку підприємства	162
<i>Бондар Н.М.</i> Розвиток підприємницьких компетентностей студентів університетів технічних спеціальностей	165
<i>Варксіна О.В.</i> Конкурентний потенціал аграрних підприємств національної економіки	168
<i>Вороніна В.Л., Воїнова О.С., Стрельнік С.В.</i> Як зупинити екологічну катастрофу в Україні: світовий досвід переробки відходів	171
<i>Добрянська О.М.</i> До питання державного управління у сфері освіти в Україні	174
<i>Дорофєєв О.В.</i> Урахування особливостей розвитку аграрного виробництва в межах системного підходу	178
<i>Дунайчук С.М., Батюта А.Р., Ільницький Д.Ю.</i> Напрями підвищення кадрового потенціалу підприємства в умовах кризи	180
<i>Зось-Кіор М.В., Куркіна В.М.</i> Управління земельними ресурсами в контексті сталого розвитку сільських територій	183
<i>Іськович А.А., Вараксіна О.В.</i> Якість аграрної продукції, як основа конкурентоспроможності підприємства	185
<i>Шимановська-Діанич Л.М., Іщейкін Т.С.</i> Управління креативним розвитком персоналу як складова загальної системи менеджменту персоналу на підприємстві	188
<i>Квасова Л.С., Березан Є.В., Зінченко К.О.</i> Вплив сучасної кадрової політики на формування організаційної структури управління підприємством	191

org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf.

4. Website of Public Synergy. Project «Integration of Ukrainian SMEs into EU Value Added Circuits within the Association Agreement». Available at:

<https://www.civic-synergy.org.ua/grant-projects/integratsiya-ukrayinskogo-msb-u-lantsyugy-dodanoyi-vartosti-yes-v-mezhah-ugody-pro-asotsiatsiyu/>.

5. Website of OECD. SME Policy Index. Available at: https://www.oecd-ilibrary.org/development/sme-policy-index_24136883/

ВИТРАТИ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ КОМПАНІЙ

Гринчуцький В.І., д.е.н., професор,

Куц Л.Л., к.е.н., доцент,

Тернопільський національний економічний університет

Краудфандинг є інновацією у фінансуванні проектів й розширює коло сучасних джерел залучення капіталу для їх реалізації. Він дозволяє шляхом використання можливостей Інтернет отримувати на реалізацію проектів/ідей невеликі суми грошей від багатьох інвесторів. Розвиток ІТ-технологій у світі й в Україні відіграє вагомую роль у можливостях застосування краудфандингу, відкриваючи нові перспективи для залучення необхідних фінансових ресурсів для реалізації як стартапів, так і проектів малих та середніх компаній. Підприємцям чи малим та середнім підприємствам краудфандинг дозволяє використовувати власні соціальні мережі для фінансування бізнесу або ідей. Також потенційні інвестори зацікавлені в краудфандингових платформах, бо це полегшує їм пошук хороших та перспективних ідей з великим потенціалом.

Засвідчує зростання активності використання краудфандингу бізнес-структурами для фінансування своїх проектів той факт, що з 2014 р. на лідируючі позиції в світі (перше місце) з поміж різних категорій краудфандингу вийшли саме „бізнес і підприємництво”, зайнявши 41,3 % (\$6,7 млрд.), потіснивши соціальні проекти (18,9 %), фільми й акторське мистецтво (12,2%).

Для прийняття виважених рішень щодо залучення краудфандингового капіталу розробникам проектів потрібно ретельно врахувати всі можливі витрати краудфандингу, які значною мірою детермінуються тією чи іншою моделлю краудфандингу щодо способів виплати винагороди, які нами детально описано в [1]. Так, широко розповсюдженими моделями краудфандингу є:

- кредитування – вкладникам повертають кредитні кошти з відсотками (ця модель займає найбільшу частку ринку краудфандингу, понад 50%);
- благодійність – фінансування відбувається на основі безоплатних пожертв, інвестори нічого не очікують навзаєм окрім морального задоволення;
- нефінансова винагорода – фінансова допомога в обмін на продукцію

компанії (найчастіше це модель попереднього замовлення інноваційної продукції);

- краудінвестинг – отримання інвесторами частки в компанії;

- роялті – окрім нефінансової винагороди між засновниками проекту та інвесторами передбачено майбутній розподіл доходів чи прибутку від реалізації проекту;

- змішані (гібридні) моделі краудфандингу.

Проведений аналіз різних джерел показав, що краудфандингові платформи, зазвичай, спеціалізуються на певній моделі краудфандингу, рідше – поєднують кілька моделей, що представлено нами в табл. 1.

Таблиця 1

Застосовувані платформи моделі краудфандингу

Модель краудфандингу	Популярні у світі платформи	Українські платформи
кредитування	LendingClub (США); Prosper (США); Zora (Великобританія); Lendinvest (Великобританія); Yooli (Китай); Smava (Німеччина) Crowdfunder (США); Kiva;	КУБ
благодійність	Justgiving (Великобританія); GoFundMe (США); Indiegogo (США); Fundly (США); Betterplace (Німеччина)	Українська біржа благодійності; GoFundEd
нефінансова винагорода	GoFundMe (США); Kickstarter (США); Indiegogo (США); Ulule (Франція); Fundrazr (Канада); Boomerang (Данія)	Спільнокошт; Na-start
краудінвестинг	EquityNet (США); Fundable (США); Angelist (США); Crowdfunder (США); CrowdCube (Великобританія)	
роялті	SonicAngel; LookArtMy; Slated	
гібридні	Crowdfunder (США)	

Розроблено з використанням [4, 5]

Вкладники, внісши в проект загальну суму краудфандингового капіталу, очікують отримати винагороду (окрім моделі благодійності), яка у відсотковому вираженні до суми вкладу називається дохідністю капіталу. Дохідність капіталу для тих, хто його дає в користування, з іншого боку – це рівень витрат для компанії, яка його залучає у свій проект. Зауважимо, що ця ставка відсотка формує базовий рівень витрат, оскільки окрім цих витрат виникатимуть ще специфічні, притаманні власне краудфандингу.

Аналіз витрат на залучення краудфандингового капіталу, які у своїх дослідженнях наводять різні автори, зокрема [2, 3], дав змогу виділити такі їх види:

- комісія краудплатформі. Комісію краудфандингова платформа бере на розвиток веб-ресурсу й популяризацію платформи;

- збір платіжної системи.

Зауважимо, що відсоток від зібраної суми на комісію й збір платіжної системи дає уяву про „монетизацію платформи”. Рівень плати за розміщення проекту на краудфандинговій платформі України складає 8-10%, за кордоном – 3-5%;

- єдиний внесок за перевірку проекту краудплатформою (адміністративний збір). Деякі платформи можуть брати ще плату за відповідність нормативним вимогам (витрати на оцінку компанії платформою або зовнішніми консультантами);

- вартість винагороди вкладникам у матеріальній формі (інноваційний товар, пам’ятний сувенір, подарунок тощо) чи нематеріальній (репутаційна вигода, офіційна подяка на веб-сайті тощо). Часто це набирає форми попереднього замовлення інноваційного товару, який потім отримують ті, хто в нього „вклався”. Винагорода може залежати від рівня вкладеного капіталу;

- вартість доставки матеріальної винагороди. Якщо модель краудфандингу передбачає доставку винагороди, то цей вид витрат рекомендовано врахувати при формуванні загальної суми краудфандингового капіталу на платформі;

- фінансова винагорода у формі відсотка за кредит. Крауд-кредитування практично не відрізняється від банківського кредитування. Автор проекту сплачує позичальникам обіцяний відсоток;

- дивіденди учасникам (за акціями/ паями); збільшення вартості акцій.

Автор проекту співвласникам виплачує обумовлену винагороду відповідно до отриманої ними частки в компанії;

- роялті. Роялті передбачає майбутній розподіл доходів чи прибутку від реалізації проекту між інвесторами і його засновниками;

- податки. Платформа виступає податковим агентом;

- витрати на підготовку та запуск краудфандингової кампанії. Вони можуть охоплювати витрати на оплату додаткових послуг посередників у організації і реалізації краудфандингової угоди, включаючи рекламу проекту (за необхідності).

Отож, краудфандинговий капітал акумулюється за посередництвом краудфандингової платформи. Залежно від специфіки платформи зібрані на проєкт кошти перераховуються автору проєкту або ж повертаються вкладникам.

Зауважимо, що краудфандингового капіталу на проєкт потрібно зібрати на платформі стільки, щоб після сплати комісії платформі, збору платіжної системи та інших можливих вищерозглянутих витрат коштів вистарчило на реалізацію проєкту та сплату й доставку обіцяної вкладникам винагороди.

Література:

1. Куц Л. Л. Краудфандинг як інноваційний спосіб акумулювання інвестиційних

ресурсів. Сталый розвиток економіки. 2016. № 2 [31]. С. 181-188. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/10573>

2. Некрасова Т. П., Шумейко Е. В. Экономическая оценка краудфандинга как метода привлечения инвестиций Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т.10, № 5. С. 114-124.

3. Отливанская Г. А. Теоретические аспекты применения краудфандинга на предприятии. Економіка та держава. 2017. No11. С. 39–43.

4. 2015CF – Crowdfunding Industry Report. URL: <http://www.smv.gov.pe/Biblioteca/temp/catalogacion/C8789.pdf> (дата звернення 21.11.2019).

5. Шевченко О. М., Казак О. О. Розвиток краудфандингу в умовах цифрової трансформації економіки України. Ефективна економіка. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6957> (дата звернення 21.11.2019).

ВИКОРИСТАННЯ ПРОЕКТНОГО МЕТОДУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЩОДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Шпуртько Г.Ю.,

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,*

Аніщенко Л.О.,

старший викладач кафедри менеджменту,

Луговий М.Д.,

магістрант МН03-14м, ФЕМ,

Національної металургійної академії України (Дніпро)

Все більше організацій розуміють роль та важливість методів Проектного управління в різних проектах, — в тому числі і при розробці-реалізації стратегій. Однак, повнота та глибина цього використання є вкрай недостатньою, а в ряді випадків таке використання є надто формальним, майже вихолощеним.

Стратегія є найважливішим елементом самовизначення підприємства чи організації. Стратегія — це довгостроковий якісно визначений напрям розвитку організації, спрямований на закріплення її позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення поставлених цілей.

В сучасних умовах складність стратегічного управління зумовлена нестабільністю та невизначеністю зовнішнього середовища. Для підвищення ефективності стратегічного управління застосовують проектний підхід, який передбачає обережне та адаптоване перенесення чужого досвіду та корпоративних стандартів інших країн, врахування всіх внутрішніх обмежень та очікувань від замовника, створення ефективної команди від самого початку,