



СЕРТИФІКАТ

Certificate

ЦЕЙ СЕРТИФІКАТ ВРУЧАЄТЬСЯ

THIS CERTIFICATE IS PROUDLY PRESENTED TO

Дюк Анні Андріївні

за участь у Міжнародній науково-практичній конференції

**ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА КРАЇНИ:
ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ**

Всього: 15 годин – 0,5 кредита ECTS

В.Г. Горник

директор Навчально-наукового інституту управління,
економіки та природокористування
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського,
доктор наук з державного управління, доцент

22 жовтня 2022 р.



ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
АКАДЕМІЯ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МОЛДОВИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МОЛДОВИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО- ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА КРАЇНИ:
ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ**

22 жовтня 2022 р.



Львів-Торунь
Liha-Pres
2022

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Горник Володимир Гнатович – директор Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, доктор наук з державного управління, професор.

Stratan Alexandr – Habilitated Doctor, University Professor, Rector, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Дульський Іон Філіпович – доцент Державного університету Молдови.

Євмєшкіна Олена Леонідівна – завідувач кафедри публічного управління та економіки Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, доктор наук з державного управління, професор.

Безус Павло Іванович – завідувач кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент.

Путінцев Анатолій Васильович – завідувач кафедри фінансів та обліку Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент.

Петровська Ірина Олегівна – завідувач кафедри індустрії гостинності та сталого розвитку Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник.

Cociug Victoria – PhD, Associate Professor, Vice-rector, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Staver Liliana – Scientific Researcher, Head of Scientific Department, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Економічна система країни: зовнішні та внутрішні фактори впливу : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 22 жовтня 2022 р.). – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2022. – 112 с.

ISBN 978-966-397-253-4

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на міжнародну науково-практичну конференцію «Економічна система країни: зовнішні та внутрішні фактори впливу», яка відбулася на базі Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського 22 жовтня 2022 р.

УДК 330.342(063)

ISBN 978-966-397-253-4

© Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, 2022

© Академія економічних досліджень Молдови, 2022

© Державний університет Молдови, 2022

Ковальчук З. В. ОСНОВНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ СУСПІЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ ТА РЕЛІГІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УКРАЇНІ	48
Furculița Tatiana Tudor MEASURING PUBLIC ADMINISTRATION PERFORMANCE ACCORDING TO THE OUTLINED DIMENSIONS	51
НАПРЯМ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
Габрилевич О. В., Нікитенко Д. В. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	57
Griza Anatoly THE INFLUENCE OF EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS ON THE ECONOMY AND BUSINESS MANAGEMENT IN UKRAINE	60
Дюк А. А. ПРІОРИТЕТНІСТЬ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	63
Іванчук І. В. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	69
Малишкін О. І. ПРИЙОМИ СВОТ – АНАЛІЗУ: ПРИКЛАД ФОРМАЛІЗАЦІЇ	73
Маслов Д. С. ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЦИФРОВИХ БЛАГ ТА ПУБЛІЧНИХ БЛАГ	78
НАПРЯМ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Качановський О. І. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ РЕКУЛЬТИВАЦІЇ ПОРУШЕНИХ ЗЕМЕЛЬ.....	82
НАПРЯМ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Стефанів І. Ф. НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ РІВНЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	86

Дюк Анна Андріївна

*доктор економічних наук, доцент кафедри економіки підприємницької діяльності,
Вінницький національний аграрний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-253-4-14>

ПРІОРИТЕТНІСТЬ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Сучасні умови функціонування економіки, соціуму, територій в новітній історії України натеper розглядаємо через призму проблем, які виникли у зв'язку із воєнною агресією Росії проти нашої держави. Реалії розвитку сільських територій і механізми підтримки життєдіяльності людей, які там проживають, кардинально змінилися. У зв'язку із впливом воєнного чинника зовсім іншої ваги, ніж до війни, набули ефекти й господарські статуси сільськогосподарських підприємств, а також ролі підприємництва. Значна частина підприємців опинилися в ситуації форсмажору й необхідності впровадження стратегій збереження бізнесу, а у розвитку сільських територій вже проявляються ознаки соціально- економічної стагнації. Незважаючи на складнощі й невизначеності, сільські громади небезпідставно покладаються на підтримку підприємств, особливо сільськогосподарських, які: виконують селоутворюючу роль; були, є і залишатимуться одним із визначальних чинників сприяння сталому розвитку території; створюють умови для зайнятості та формування матеріального добробуту населення. Наука і практика перебувають у постійному пошуку перспективних, інноваційних форм організації бізнесу, які б забезпечували економічне зростання, задоволення потреб населення, що в стратегічній перспективі має забезпечити досягнення критеріїв соціальної ефективності, сталого розвитку. На даному етапі в сучасних умовах розвитку сільських територій, держава, територіальні громади через війну обмежені у фінансово- економічних ресурсах, не володіють достатніми можливостями для вирішення багатьох проблем людей, особливо осіб переміщених з тимчасово окупованих територій та зони бойових дій. На порядку денному постає необхідність більш активного спонукання підприємницьких структур до соціальної діяльності у якій отримання прибутку є другорядним завданням. Більше того – ситуація потребує втілення ідеології соціалізації підприємництва з визначенням її пріоритетів на найближчу перспективу

виходячи з сучасних умов розвитку сільських територій.

Організаційний механізм, способи, можливості, мотивації і формування ресурсу для активізації підприємництва на селі пов'язують з: роллю територіальних громад [1]; трансформаціями сільського господарства [2]; забезпеченням конкурентоспроможності агросектору [3]; розвитком кооперації як соціальноспрямованої форми організації господарювання [4–7]; інтеграцією та формуванням сприятливого інституційного середовища для економічного й соціального обміну [15–18]. Соціалізація ж підприємництва полягає у організації виконання класичними підприємствами соціальної місії, здійсненні соціально відповідального господарювання і створенні соціальних підприємств [8; 11], що означає зміну характеристик підприємницької діяльності [10; 13; 18] зокрема для досягнення сталого розвитку сільських територій [9; 12; 14]. Засади соціалізації підприємництва базуються на переконанні індивіда забезпечити кращі умови власного існування, що є практичним сприйняттям цінностей, принципів підприємницької діяльності, поширенням організаційних форм підприємств економічного і соціального призначення. В основі процесу соціалізації – поширення соціальних і економічних структур підприємницького типу, які своїми діями сприяють розвитку сільських територій і села. Соціалізацію сільськогосподарських підприємств слід пов'язувати з результатами реалізаційними своєї функції на благо соціуму, а саме: виробництво продовольства; створення робочих місць; формування матеріального добробуту; підтримку розвитку сільських територій.

Аналізуючи ситуацію, що склалася в сучасних умовах варто наголосити на тому, що через трансформації, реструктуризацію і навіть зникнення селоутворюючих підприємств відбулися кардинальні зміни у ставленні підприємців до сільської території – з одного боку загальне бачення моделі сільськогосподарського підприємництва полягає у розумінні необхідності досягнення сталого розвитку, а з іншого – переважають капіталізація, економічна концентрація, засновані на засадах максимізації прибутку.

Соціалізація може вважатися результатом економічної поведінки власників підприємства в частині реалізації соціальної відповідальності, виконання функції соціального підприємництва. Наприклад, екологічна свідомість – фактор соціальної відповідальності, соціалізації підприємництва через механізм свідомого дотримання чи недотримання правил взаємодії з природою, які мінімізують негативний вплив технологій і способів виробництва. Відповідно соціалізація бізнесу, яка відбувається протягом багатьох століть, забезпечила перетворення капіталістичного підприєм-

ництва на соціально спрямоване, а паралельно виникли структури виключно соціального характеру – тим самим відбувається формування соціальної економіки. Суб'єкти господарювання беруть безпосередню участь у соціалізації економічної системи, надаючи суспільству додаткові можливості рухатися до втілення моделі сталого розвитку.

Соціально-економічні засади розвитку підприємництва на селі потрібно розглядати у фокусі особливостей сільського розвитку, який наприклад в аграрному виробництві тісно пов'язаний з чинником природного начала. Наприклад, сільськогосподарські підприємства, а якщо дивитися ширше сільськогосподарські товаровиробники – залучені як до безпосередньо господарської діяльності в аграрному виробництві, так і до процесів соціально- економічного забезпечення розвитку сільських територій. Тобто виконують дуже важливу соціально-економічну роль як сектор зайнятості, створення додаткового продукту, здійснюючи функції охорони і збереження сільського навколишнього середовища тощо. Цим самим вони вбудовані в соціально-економічну модель життя і господарювання на селі як продуктивна сила, соціальні агенти, носії соціальної функції. Вважаємо, що державна політика має бути перебудована на підтримку малого і середнього підприємництва, бо агрохолдинги не потрібно підтримувати – вони володіють величезними капіталізованими активами, а ефект масштабу гарантує їм високу конкурентоспроможність на внутрішньому і на зовнішньому ринку.

Пропонуємо фактор соціального підприємництва як інноваційну форму реалізації концепції сталого господарювання. Сільськогосподарське підприємство для України є одним із визначальних чинників сприяння сталому розвитку економіки. Головна його роль полягає у формуванні економічного добробуту, соціальної ефективності результатів господарювання. Забезпечення соціалізації сільськогосподарського підприємництва як складової сталого розвитку економіки носить характер різносторонніх дій із стимулювання ефективності, енергоощадності, формування відновлюваних систем господарювання, забезпечення соціально-економічного добробуту людини. Особливо в сільському господарстві і на селі, адже тут поєднуються природний та підприємницький фактор забезпечення життєдіяльності людини й вони взаємозалежні. Тому, на наше переконання, пріоритетними основами практики соціалізації підприємництва на селі мають стати забезпечення соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств та створення соціальних підприємств.

Підприємництво здійснюється підприємливими людьми, які готові діяти, досягати цілей в умовах конкуренції, ризику, що за певних умов здатен усунути їх з ринку, позбавивши статків та благ. Пересічний підприємець

намагається максимально реалізувати свій потенціал, професійні здібності і технологічні можливості для здобуття кращих, конкурентних можливостей підприємництва реалізується функція підприємливості, якою володіє не кожен індивід, а лише певна частина, бо це природна здатність бути підприємцем. На базі цих ознак пропонується розкриття сутності і порівняльна оцінка визначень підприємництва як соціально-економічного явища, механізму налагодження конкурентної взаємодії стейкхолдерів у системі організації господарювання в умовах ринку.

В економічній літературі представлено багато визначень підприємництва. Переважно усі вони зводяться до факту будь-якої не забороненої законом господарської діяльності, яка здійснюється на засадах ризику і провадиться з метою одержання прибутку. Загальними функціями підприємництва є економічна і соціальна, що характерно для виконання ним економічної і соціальної ролі. Це основні функції, в рамках яких реалізується економічна і соціальна місія підприємництва як продуктивної сили суспільства. «Підприємництво створює загальну соціально-економічну основу ринкової економіки. Це невід’ємний атрибут ринкової системи господарювання, необхідна і достатня умова для її виникнення й розвитку».

Економічна наука у визначенні суті підприємництва робить ставку на економічні, соціальні, господарські характеристики. Окремі автори відповідають на питання суті підприємництва як соціально-економічного явища по-різному. На наше переконання це пов’язано з тим, що формування суспільного добробуту націй, спільнот, індивідів у сучасному глобалізованому світі залежить від багатьох чинників. Вирішальний серед них – підприємництво як економічна модель поєднання ресурсів і капіталу для досягнення цілей продуктивності, створення додаткового продукту тощо. Загалом сенс задоволення економічних і соціальних потреб у формуванні суспільного добробуту надзвичайно великий, тому наукою активно вивчаються та впроваджуються у практику як класична, так і креативні форми підприємництва – наприклад, соціальне. Хоча на перших етапах підприємницької практики переважала думка про виключно економічне значення цього явища – нині ж учені, суспільні, підприємницькі діячі визнають появу суб’єктів соціального підприємництва.

Відомий сучасник Б. Гаврилишин розглядаючи економічні та соціальні чинники розвитку сучасного суспільства наголошував на необхідності і безальтернативності системи вільного підприємництва над будь-якими іншими, адже в основу мотивацій його функціонування покладено ефекти прибутковості. Проте, підприємництво за суттю поняття відрізняється від бізнесу – передбачає процес виробництва товару або надання послуги, бізнес

– будь-яка не заборонена законом діяльність, здійснена для отримання прибутку. Також підприємництво – це: організаційне, управлінське, господарське новаторство, націлене на досягнення мети в отриманні прибутку. Змістовна співзвучність або ж сутнісна подібність цих дефініцій – це процес, націлений на максимізацію прибутку шляхом прийняття управлінських рішень, які дозволяють перевершити конкурентів за якістю або ціною, або надати інші переваги продавцю на ринку.

Діяльність підприємства у класичному розумінні функціональних статусів підприємництва спрямована на досягнення економічного результату (дохід, прибуток, обсяг виробництва і продажів тощо), проте зі змінами парадигми соціально-економічних відносин в суспільстві змінилося сприйняття їхньої результативності. Еволюція концепцій підприємницьких засад господарювання ознаменувала поступовий усвідомлений перехід суспільства до моделі соціальної ринкової держави, вплинула на засади визначення цілей, ролей підприємництва, його соціалізації. У загальному визначенні соціалізація «процес становлення й розвитку особистості, що полягає у засвоєнні індивідом упродовж усього життя соціальних норм, культурних цінностей і зразків поведінки й дає йому змогу функціонувати у суспільстві», «процес засвоєння культури, всіх її цінностей та символів». Зазначені аспекти співвідносяться із соціалізацією підприємництва через механізм засвоєння індивідом підприємницьких традицій, знань, розроблення стратегій і норм підприємницької поведінки. Категорія соціалізації за змістом відповідає характеристикам підприємництва як соціально-економічного феномена.

Підприємництво як соціально-економічне явище представлене в економічній, а також інших сферах життєдіяльності людини, бо підприємницький підхід притаманний багатьом секторам діяльності в умовах ринку. У філософському і організаційно-економічному контексті науковці ствердно відзначають значимість проблематики соціалізації як актуального механізму утвердження підприємницьких структур, сприйняття результатів їхньої діяльності, отримання вигід і оптимізації витрат. Проте вважаємо, що організаційно-економічна соціалізація полягає не лише в оцінках економічної результативності, а й у поширенні підприємств різних організаційно-правових форм господарювання. Поняття організаційно-економічної соціалізації підприємництва визначається за сукупністю складових: організаційна соціалізація – поширення, утворення, формування підприємницьких суб'єктів різних організаційно-правових форм господарювання, що практично означає наявність, розповсюдження господарських товариств, кооперативів, приватних, державних підприємств тощо; економічна соціалізація – рівень

соціально-економічної результативності господарювання підприємств, їх внесок у створення додаткового продукту.

Підприємницька діяльність виконує соціальну місію як і економічну, бо в принципі господарюючи у виробничій сфері чи сфері обслуговування підприємець через задоволення економічних потреб впливає на соціальні. Соціальне ж підприємництво навпаки – здійснюючи відповідну місію, через задоволення соціальних інтересів (потреб) впливає на економічні. Спільним для обох видів підприємництва є функціонування в умовах ризику, мотивація діяти у складних умовах, які інколи навіть заважають успіху. Для повної картини розуміння суті, відмінностей соціального і традиційного класичного підприємництва виділимо ознаки соціально-психологічних портретів підприємця.

Розвитку підприємництва відповідає багатозначність функцій і теоретико-методичних характеристик, серед яких основними є соціальні та економічні. Тобто підприємництво одночасно характеризується як економічне й соціальне явище, а його роль зводиться до економіко-соціальних функцій. Економічні та соціальні чинники підприємництва взаємопов'язані, бо на практиці це явище вже проникло без перебільшення, в усі сфери життя і діяльності людини – економічну і соціальну.

Становлення теорії підприємництва, визначення його характеристик як соціально-економічного феномена відбулося завдяки науковим інтерпретаціям ознак його значимості, адже еволюція господарювання, соціально-економічного розвитку людства, спричинила виникнення підприємництва як глобальної інновації. Завдяки підприємству як інноваційній продуктивній силі, виявлено перспективні резерви економічної поведінки суб'єктів господарювання у: досягненні суспільного добробуту; примноженні багатства; реалізації пріоритетів збалансованого і сталого розвитку соціально-економічних систем. Класичні форми підприємництва стають все більш соціалізованими, трансформуються у різновиди за функціональним призначенням тощо.