

1. Електроенергетика Україна. Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Електроенергетика_України
2. Energy Transition Outlook: The rise of renewables. URL: <https://www.dnv.com/energy-transition-outlook/rise-of-renewables.html>
3. Як війна в Україні пришвидшує перехід ЄС на відновлювані джерела енергії. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/12/686934/>
4. Кудрицький заявив, що «зелена» енергетика у перспективі допоможе знизити ціни на електроенергію. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/money/kudritskij-zajaviv-shcho-zelena-energetika-u-perspektivi-dopomozhe-zniziti-tsini-na-elektroenergiju-1654569.html>
5. Ліпич Л. Г., Хілуха О. А., Кушнір М. А. Детермінанти попиту свідомого споживача на екологічні продукти харчування. *Інтелект XXI*. 2021. № 3. С. 24-29. <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-3.5>

Воробей Д. Р.

Науковий керівник: Ліпич Л. Г., д. е. н., професор
Луцький національний технічний університет

ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна поведінка у діяльності підприємств характеризує спосіб і методи, за допомогою яких підприємства взаємодіють на ринку та приймають рішення у тій чи іншій ситуації про виробництво, збут, ціноутворення, розподіл ресурсів, доходу, інвестування тощо.

Дж. Катон був першим, хто ввів у вжиток термін «поведінкова економіка», вважаючи, що різноманітні реакції та обставини є раціональними лише до певної міри, а тому необхідно приділяти увагу психологічним змінним (мотиви, установки, очікування), без врахування яких, розуміння економічної поведінки приречене залишатися неповним і неповноцінним [1].

У загальному вигляді, економічна поведінка підприємства - це діяльність, спрямована на оптимізацію взаємовідносин, що реалізується на основі взаємодії підприємства з контрагентами і забезпечує досягнення основних цілей всіх учасників господарської діяльності в економічному, соціальному та інституціональному середовищі [2].

Процес формування економічної поведінки підприємства має відтворювати такий взаємозв'язок: стратегія підприємства → стратегія поведінки підприємства → економічна поведінка підприємства → стратегія підприємства → стратегія поведінки підприємства → економічна поведінка підприємства [3].

Важливим моментом є те, що економічна поведінка підприємств аналізується на відповідних рівнях управління. До таких рівнів відносяться:

- стратегічний (вибір ключової стратегії, освоєння нових ринків збуту);
- тактичний (впровадження нових програм розвитку, освоєння нових видів продукції, підвищення рівня конкурентоспроможності);
- ситуаційний (закупівля техніки, оснащення та матеріалів для ремонтних робіт) [4].

В залежності від своїх цілей, стратегій розвитку та умов ринку, підприємства можуть використовувати різні моделі економічної поведінки. Модель економічної поведінки підприємства - це узагальнений опис економічної поведінки підприємства за допомогою системи відповідних логічних (та/або математичних) залежностей, що відображає характер та сутність економічної діяльності, як наслідок взаємовпливу відповідних детермінантів.

Автори [3], концентруючи увагу на особливостях функціонування вітчизняних

промислових підприємств тобто обраному напрямку діяльності: виробничий, змішаний (поєднання виробничої, фінансової, інвестиційної діяльності), рендоорієнтований, які повині забезпечити соціально-продуктивну діяльність, виокремлюють три моделі: 1) модель поведінки орієнтованої на виробництво; 2) модель змішаної поведінки; 3) модель рендоорієнтованої поведінки. Відносно відповідності моделей поведінки підприємства основним видам адаптації Н. Білошкурська виділила активну, консервативну та змішану моделі поведінки.

За положеннями теорії поведінкової економіки є три основні напрями, врахування яких дозволяють підприємству утримати конкурентні переваги, а саме:

- евристичні - прийняття рішень відбувається виходячи з певного практичного правила, яке не обов'язково є логічним. Суб'єктам підприємницької діяльності слід враховувати той факт, що наявність песимістичного чи оптимістичного досвіду не завжди дозволяє прийняти оптимальне рішення;

- фреймінгові - наявність змістової рамки, що використовується індивідом для розуміння і дій в межах цього розуміння. Саме фреймінгові напрями дозволяють впливати на суспільну думку через чутливість суспільства до нюансів формулювань;

- ринкова неефективність - нераціональне прийняття рішень, що здійснюється суб'єктами ринкових відносин (встановлення неправильної ціни). Врахування цих факторів, шляхом комбінування неокласичної та поведінкової економіки дозволять підприємству не лише досягнути, а й утримати конкурентні переваги [4].

За 2020 рік в Україну, як і більшість країн світу, поглинула пандемія COVID-19. Це призвело до зниження економічної активності, зростання безробіття та скорочення попиту. Відповідно, підприємства були змушені приймати заходи для зниження витрат та підтримки власної стійкості.

У 2022 році до застарілих проблем, з якими стикаються українські підприємства, війна спричинила нові потрясіння. Майбутнє підприємств в Україні значною мірою залежить від того, наскільки вони зможуть подолати ці виклики та адаптуватися до нових умов і яку модель поведінки будуть використовувати у своїй діяльності. Знищення та пошкодження основних засобів, порушення ланцюгів постачань і каналів збуту призводять до високого попиту на людські ресурси та проектне фінансування, яке наразі обмежується переважно державними програмами. Доступ до кредитних ресурсів та їх наявність стали головними проблемами для підприємств з початку війни. У короткостроковій перспективі підприємства не зможуть подолати ці виклики самостійно, тому важливо, щоб усі ключові зацікавлені сторони об'єднали свої зусилля для сприяння економічному відродженню шляхом трансформації бізнесу, розвитку нових ланцюгів постачань, встановлення ділових партнерств та співпраці, оптимізації витрат і фінансової підтримки. У центрі уваги мають бути галузі, які можуть сприяти зростанню економіки країни (сільське господарство, харчова промисловість, ІТ, будівництво та інфраструктура).

Незважаючи на активну державну підтримку (за кредитною програмою 5-7-9%), у тому числі цільові програми для деяких галузей (наприклад, сільського господарства та роздрібною торгівлі), підприємства продовжують стикатися з серйозною нестачею ліквідності. У квітні 2022 року було видано лише 3,1 тисяч кредитів на загальну суму 13,2 млрд грн (450,8 млн доларів США), а банки відхилили 40 відсотків усіх кредитних заявок, які надійшли в рамках програми 5-7-9% [6]. Отже, економічна поведінка підприємств є важливою складовою успіху будь-якої економіки. Для успішної економічної поведінки підприємств важливо мати стратегію, яка враховує різні фактори, що впливають на їхню діяльність. Зазначена тема має власну актуальність в Україні з огляду на специфіку функціонування вітчизняних підприємств в транзитивній економіці.

1. Thaler R. Misbehaving: The Making of Behavioral Economics. NY, London: W. W. Norton & Company, 2015.

2. Проценко В. М. Формування економічної поведінки підприємств під впливом внутрішнього та зовнішнього ризикового середовища. *Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Економічний вісник*. 2019. № 3. С 181–186. <https://doi.org/10.33271/ev/68.131>.

3. Мороз О. В., Карачина Н. П., Острий І. Ф. Сучасність та перспективи дослідження економічної поведінки підприємств. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18151/>

4. Полторацька О. В. Формування економічної поведінки як частини стратегічного управління промисловими підприємствами. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5442>.

5. Гребешкова О. М., Горбатько А. О. Конкурентна позиція підприємства: ідентифікація за чотирьох проєкційним підходом. *Економіка та підприємництво*. 2018. № 39. С. 125–144.

6. Експрес-оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні підприємства в Україні. Аналітичний звіт. Київ. Програма розвитку ООН в Україні. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/ekspres-otsinka-vplyvu-viyny-na-mikro-mali-ta-seredni-pidpryyemstva-v-ukrayini>

Вусик Я. Є.

Науковий керівник: Мігай Н.Б., к.е.н., доцент

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

СТРАТЕГІЇ ЗБЕРЕЖЕННЯ РІВНЯ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Прибуток підприємства виступає не лише як основа функціонування окремого підприємства, але і як база економічного розвитку держави в цілому. Прибуток є не тільки рушійною силою для діяльності підприємств, а й основним джерелом їх розвитку. Ось чому так важливо мати ефективну стратегію для подолання різноманітних викликів і досягнення сталого прибутку та рентабельності в сучасних умовах.

В процесі управління необхідно звертати увагу на значну кількість факторів, які впливають на величину прибутку. Ці фактори можна поділити на дві великі групи: зовнішні – підприємство на них не впливає, і внутрішні, на які вплив підприємства розповсюджується.

Зовнішні фактори можуть мати значний вплив на величину прибутку, але не залежать від діяльності підприємства. До них відносять геополітичну ситуацію, природні умови, державне регулювання цін і тарифів, податкових ставок і пільг, процентних ставок тощо. До цих же факторів відносять і воєнний стан. Оскільки підприємство не має можливості вплинути на поточну ситуацію – головною метою стає мінімізувати її вплив.

Внутрішні фактори складаються з виробничих і невиробничих. Наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів являють собою виробничі фактори, які, у свою чергу, поділяють на екстенсивні та інтенсивні. Через такі «кількісні зміни», як обсяг засобів і предметів праці, фінансові ресурси, час роботи обладнання, чисельність персоналу та фонд робочого часу, на процес отримання прибутку впливають екстенсивні фактори.

Інтенсивними вважаються ті фактори, які здатні вплинути на процес отримання прибутку через підвищення продуктивності обладнання і його якості, використання прогресивних видів матеріалів і вдосконалення технологій їх обробки, підвищення кваліфікації та продуктивності праці персоналу, зниження трудомісткості і матеріаломісткості продукції, вдосконалення організації праці і більш ефективне