

ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ACADEMY OF ECONOMIC STUDIES OF MOLDOVA,
REPUBLIC OF MOLDOVA
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МОЛДОВИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

8 квітня 2023 р.



Львів-Торунь
Liha-Pres
2023

УДК 330.5"313"(063)
Т 65

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.

Євмешкіна 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.

**Трансформаційні процеси національної економіки в умовах
Т 65 сьогодення** : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 8 квітня 2023 р.). – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2023. – 140 с.

ISBN 978-966-397-296-1

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на міжнародну науково-практичну конференцію «Трансформаційні процеси національної економіки в умовах сьогодення», яка відбулася на базі Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського 8 квітня 2023 р.

УДК 330.5"313"(063)

ISBN ISBN 978-966-397-296-1

© Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, 2023

© Академія економічних досліджень Молдови, 2023

© Державний університет Молдови, 2023

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Галушка З. І.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ
ТА ЇХ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ НАУЦІ 6

НАПРЯМ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Богородицька Г. Є., Шкиптань А. А.

АНАЛІЗ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА
МІЖ КРАЇНАМИ ЄВРОПИ ТА ПІВНІЧНОЇ АМЕРИКИ..... 11

Нестерович В. А., Чайка-Петегирич Л. Б.

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ:
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ..... 14

НАПРЯМ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Заходим М. В.

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ
РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА..... 18

Ільченко С. В., Грищенко В. Ф., Грищенко І. В.

РИНОК КОНТЕЙНЕРНИХ ПРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ..... 23

Lytvynenko Inna

GLOBAL DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION
OF BLOCKCHAIN IN NATIONAL ECONOMIES 28

НАПРЯМ 4. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Furculița Tatiana

PERFORMANCE MEASUREMENT
IN PUBLIC ADMINISTRATION..... 32

Вергун М. А.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ
СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ 36

Тарнавський А. М., Чечетова Н. Ф.

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ
ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ 41

НАПРЯМ 5. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Багорка М., О., Салтиков Д. Г. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	46
Бездітко О. Є., Меденко О. П. УПРАВЛІННЯ ОПЛАТОЮ ПРАЦІ ТОВ «ПОЛТАВА-САД».....	51
Бібік Д. В., Продіус Ю.І. ОСОБЛИВОСТІ УКЛАДАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА	56
Дружиніна В. В., Маланчук З. С., Прояєв Я. І. ІНОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	62
Лесів І. Г. ВПЛИВ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩ НА ПРОЦЕС ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	67
Радченко А. М., Джусов О. А. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ	71
Сало Я. В. «ЗЕЛЕНА» РЕКЛАМА ТА ІНШІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ.....	76
НАПРЯМ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Бірюков Т. Р. ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ВІДХОДІВ.....	80
Веклич О. О. ПЛАТЕЖІ ЗА ЕКОСИСТЕМНІ ПОСЛУГИ З СЕКВЕСТРАЦІЇ ТА ПОГЛИНАННЯ ВУГЛЕЦЮ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ КЛІМАТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ У КРАЇНАХ СВІТУ	86
Левицька О. Г. СПАЛЮВАННЯ МАЛО- ТА ВИСОКОСІРЧИСТИХ МАЗУТІВ: ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ЗА ВИКИДАМИ В АТМОСФЕРНЕ ПОВІТРЯ	91
Машак Н. М. ВЗАЄМОДІЯ СПОЖИВАЧІВ ТА БІЗНЕСУ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ	94

**НАПРЯМ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

Сорока О. В.

ІНСТРУМЕНТИ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ HR-МЕНЕДЖЕРА 99

НАПРЯМ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Бодаковський В. Ю., Андрущак Є. М.

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ ФІНАНСОВОЇ
ІНСТИТУЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ 105

Витвицька У. Я.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ
В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ..... 109

Герасименко А. В.

АНАЛІЗ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ТА ДЖЕРЕЛ
ЇХ ФІНАНСУВАННЯ У ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ 113

Горват Т. Ю.

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ 118

Дзюбановська Н. В., Маслій В. В.

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ
ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФІНАНСИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ:
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ..... 122

Кучер Р. О.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНСТРУМЕНТІВ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ
ПОЛІТИКИ НБУ В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ
НЕСТАБІЛЬНОСТІ..... 126

**НАПРЯМ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК,
АНАЛІЗ ТА АУДИТ**

Макарович В. К.

ІННОВАЦІЙНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА:
ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ..... 129

**НАПРЯМ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

Скопень М. М., Будя О. П., Стародуб О. П.

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ТА ЗАХИСТУ
БЕЗДРОТОВИХ МЕРЕЖ З ВИКОРИСТАННЯМ
ПРИСТРОЇВ МЕРАКІ..... 133

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Галушка Зоя Іванівна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної теорії,
менеджменту і адміністрування,*

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-1>

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ЇХ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ НАУЦІ

Кожному етапу розвитку економічної науки характерна певна парадигма як сукупність визнаних на даний час її теоретичних досягнень. Парадигма формує фундамент наукового знання. Під парадигмою розуміють «наукову модель (конструкт), яку прийнято як зразок для вирішення дослідних завдань у даній науці... Фактично під парадигмою розуміється комплекс основоположних правил (по суті, узагальнених метафізичних підходів), навколо яких у науці склався певний консенсус, що вимагає їх дотримання науковцями» [2, с. 25]. У розвитку економічної науки парадигми змінювалися відповідно до рівня розвитку економічних систем. Як писав Л. Мізес, «доля сучасної цивілізації нерозривними узами пов'язана з долею економічної науки» [3, с. 13]. Отже, наукові парадигми відображають суттєві зміни економічного розвитку. У табл. 1 узагальнено підходи до зміни парадигм економічної науки у XIX–XXI ст.

Парадигма в економічній науці являє собою актуальну, визнану науковцями головну ідею, що пояснює особливості сучасної економіки, її головний зміст, визначає спрямованість наукових досліджень, підходи до пояснення економічних явищ і процесів, методи та інструменти їх дослідження. Парадигма складається як

результат дослідження головних трендів економічного розвитку, часто лежить в основі економічної політики уряду. Ми схильні думати, що в рамках існуючої парадигми існують тренди розвитку економічної науки, що пояснюють головні процеси, напрями розвитку економічних відносин (тренди розвитку економіки), формують уявлення про перспективи майбутнього економічного розвитку.

Таблиця 1

Характеристика парадигмальних змін економічного розвитку у XIX–XXI ст.

Часовий період	Парадигмальна зміна	Причина
1	2	3
XIX ст. – початок XX ст.	класична парадигма, основою якої було вчення про «загальне і приватне багатство», пріоритет сфери ринку і ринкового господарства;	Еволюція ринкової економічної системи
30–80-ті рр. XX ст.	неокейнсіанська макроекономічна концепція; кейнсіанська теорія державного регулювання економіки; марксистська модель ціннісно-ідеологічної парадигми економічної науки;	Велика депресія; співіснування двох систем – ринкової та командно-адміністративної;
90-ті рр. XX ст.	неокласична парадигма функціонування ринкового саморегулювання ринку та його механізмів; моделі раціоналізації та рівноважного аналізу економічної динаміки; визнання універсальних законів ринкового середовища; використання методів математичного моделювання; концепція сталого розвитку; соціо-еколого-економічна парадигма;	лібералізація господарського життя, неомонетаристська (антикейнсіанська), «неоконсервативна контрреволюція»;

Продовження Таблиці 1

1	2	3
2008-2019 рр.	синтез глобальних і національних регуляторів соціально-економічного розвитку; концепція сервісної економіки; інтелектуально-центрична парадигма; нова парадигма економічного зростання (соціалізація; екологізація; технологізація; цифровізація; кібер економіка; ігрова економіка; віртуальна економіка; інклюзивна економіка);	глобальна фінансово-економічна криза 2008–2009 рр.; лібералізація фінансових ринків; планератність змін; індустрія 4.0; кіберфізичні системи, інформаційно-комунікаційні технології, промисловий інтернет речей, розумне виробництво, технологічні уклади;
2020-ті рр. по д.ч.	Застосування системно-синергетичних принципів; відмова від лінійного тлумачення розвитку науки; визнання альтернативності та багатоваріантності парадигмальних змін; удосконалення ринкових механізмів; цілісне розуміння єдиної системи економічних відносин на всіх рівнях; інтеграція наукових підходів до розуміння сутності мега-, макро-, мезо- і мікроекономічних процесів і явищ; прогнозування системних фінансово-економічних криз; безпекова економіка; поведінкова економіка; парадигма становлення і самоорганізації, у центрі – невизначеність, нелінійність, багатоваріантність і плюралізм.	COVID-19; російсько-українська війна Гіг-економіка; онлайн зайнятість економіка знань; інформатизація; економіка даних; економіка спільного споживання, спільної участі чи використання; космічна економіка; мережева економіка; цифрова економіка; штучний інтелект; VUCA- та BANI-світ.

Джерело: складено автором

Тренд означає динамічну характеристику поведінки економічної системи. Він визначає суттєві характеристики, алгоритм, програми, певні періоди, що повторюються в системі. До таких трендів на сьогодні належать: діджиталізація, екологізація; інноватизація; інклюзивність; інтелектуалізація; інституціоналізація; інформатизація, транснаціоналізація; регіоналізація; соціалізація; технологізація; та ін. Саме вони визначають специфіку та умови сучасного економічного розвитку.

Важливою характеристикою тренду виступає його спрямованість та рушійні сили розвитку. Під впливом трендів накопичуються нові характеристики економічної системи, що будуть забезпечувати її майбутній розвиток. Учені досліджують тренди розвитку глобальних процесів у різних сферах життя суспільства (політичній, економічній, технологічній, інформаційній, демографічній та ін.). Тренди розвитку економіки виступають і причиною, і наслідком усіх цих процесів на світовому рівні.

Реалії 2022–2023 років свідчать про такі нові тенденції глобального економічного розвитку: сповільнення темпів зростання світової економіки; поява нових штамів COVID та пошук ефективних засобів боротьби з хворобою; суттєве зростання ролі держави в економіці; значне зростання воєнних витрат; зростання відсоткових ставок на міжнародних ринках; руйнування світових ланцюгів постачання товарів; кадровий голод в окремих секторах економіки; висока вартість традиційних енергоносіїв; глобального переходу на «зелену» енергетику; встановлення мінімального податку для міжнародних корпорацій; перехід до трансфертного ціноутворення, обов'язковості обміну податковою інформацією; старіння населення (до 2040 року очікується, що частка людей у віці 65+ досягне 25% від усього населення розвинених країн світу, а середній вік людини у світі зросте з 31 до 35 років); сповільнення економічної динаміки Китаю; зростання економічної взаємозалежності країн; підвищення темпів міграції населення та ін.

Український інститут майбутнього констатує існування таких світових трендів до 2030 року: зростання чисельності населення у світі (у 2030 р. до 8,5 млрд. осіб); зміна структури попиту на первинні енергоресурси; посилення міграційних процесів (зі Сходу

на Захід, з біднішого Півдня на багатшу Північ); регіоналізація на зміну гегемонії США; ризики глобальної війни; геополітична напруга через демографічні чинники; більше контролю з боку держави; зростання доданої вартості створюватиметься в цифрових секторах економіки та витрат на інформаційну безпеку; Інтернет речей; розвиватиметься віртуальна та доповнена реальність; переважання продажу онлайн; економіка спільного споживання; штучний інтелект замість людей; широке використання дронів; розширяться фізичні та інтелектуальні можливості людини; стреси та психічні розлади будуть одним із головних ризиків майбутнього; медіа перетворяться на інструмент «transmitting information»; зміни матимуть нелінійний характер [1].

Розуміння тренду є основою цілеспрямованого управління економічною системою. Наведені реальні та прогнозовані економічні процеси і явища – це відображення більш глибоких глобальних трендів розвитку економіки у ХХІ ст.

Сучасна економічна наука характеризується розгалуженістю, багатоманітністю і фрагментарністю поглядів, концепцій, теорій, шкіл, течій і напрямів, методів дослідження. Це виправдовує необхідність широти дослідження, охоплення великого кола взаємопов'язаних проблем, а з іншого погляду – веде до ускладнення методів аналізу та розробки проблем економічної політики, породжує співіснування конкуруючих парадигм.

Список використаної літератури:

1. Аналіз світових трендів до 2030Е. URL: <https://strategy.uifuture.org/index.html>.
2. Мазаракі А. А., Лагутін В. Д. Парадигма економічної науки і потенціал її змін у ХХІ ст. URL: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/060c65826adcd e07a9b07e46d4260074.pdf>.
3. Mises L. Human Action: A Treatise on Economic Theory. Chelyabinsk, Sotsium, 2008. URL: https://cdn.mises.org/Human%20Action_3.pdf.

НАПРЯМ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Богородицька Ганна Євгенівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
та регіональних студій;*

Шкиптань Антон Андрійович

*студент,
Університет митної справи та фінансів*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-2>

АНАЛІЗ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ КРАЇНАМИ ЄВРОПИ ТА ПІВНІЧНОЇ АМЕРИКИ

Аналіз науково-технічного співробітництва між країнами Європи та Північної Америки Конкуренція у сфері науки та технологій уже довгий час є важливою темою для країн світу. Міжнародне науково-технологічне співробітництво являє собою одну з форм МЄВ, у якій країни торгують інформацією та технологічними досягненнями [1].

Саме інформація є одним з важливих економічних ресурсів XXI ст. Не менш важливими є і технології, які є важливою складовою гарного виробництва товарів. Загалом існує декілька методів трансферу технологій: патентний або ліцензійний договір, договір про технічну підтримку, спільне підприємство, франчайзинг, стратегічне партнерство, проект «під ключ», купівля обладнання або сервісу, найм іноземного експерта, купівля іноземної фірми, прямі іноземні інвестиції, договір про зворотні закупки [2].

Науково-технологічне співробітництво між ЄС та США було підписано угодою. Ця угода набула чинності 14 жовтня 1998 року. Це був початковий період у 5 років, який можна було продовжити з

можливими поправками на додаткові періоди у 5 років. Усього з того часу договір було продовжено 4 рази. Останній раз договір було підписано у 2018 році. Кожного разу договір підписувався на додатковий період у 5 років. До другого розширення було включено поправку – до переліку секторів для спільної діяльності додали дослідження безпеки та космосу.

У цьому договорі було визначено наступне:

– «Спільна діяльність» означає будь-яку діяльність, яку Сторони здійснюють або підтримують згідно з цією Угодою та включає спільні дослідження;

– «Інформація» означає наукові або технічні дані, результати або методи досліджень і розробок, отримані в результаті спільного дослідження, а також будь-які інші дані, що стосуються спільної діяльності;

– «Інтелектуальна власність» має значення, визначене в статті 2 Конвенції про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності, укладеної в Стокгольмі 14 липня 1967 року;

– «Спільне дослідження» означає дослідження, яке здійснюється за фінансової підтримки однієї або обох Сторін і передбачає співпрацю учасників із Співтовариства та Сполучених Штатів Америки, і позначається як спільне дослідження в письмовій формі Сторонами або їх науково-технічними організаціями та установами, або у випадку фінансування лише однієї Сторони, цією Стороною та учасниками цього проекту;

– «Учасники» означає будь-яку фізичну або юридичну особу, включаючи, серед іншого, науково-технічні організації та агенції Сторін, приватних осіб, підприємства, дослідницькі центри, університети, дочірні компанії європейських і американських організацій або будь-яку іншу форму юридичної особи; суб'єкт, який бере участь у кооперативній діяльності.

Принципи: взаємна вигода на основі загального балансу переваг; взаємні можливості брати участь у спільній діяльності; справедливе та справедливе ставлення; своєчасний обмін інформацією, яка може вплинути на спільну діяльність.

Також було визначено наступні сектори кооперативної діяльності як: навколишнє середовище (включаючи дослідження

клімату), біомедицина та здоров'я (включаючи дослідження СНІДу, інфекційних захворювань та зловживання наркотиками), сільське господарство, рибальство, інженерні дослідження, неядерна енергетика, природні ресурси, матеріалознавство та метрологія, інформаційно-комунікаційні технології, телематика, біотехнології, морські науки і технології, дослідження соціальних наук, транспортування, науково-технічна політика, управління, а також навчання та мобільність науковців [3].

До країн лідерів експорту у сфері знань та технологій відносяться США і серед країн Європи – Німеччина. Проте країни експортери доволі часто стають головними імпортерами у цій сфері [4].

Ні для кого не секрет що США є лідером у багатьох сферах, у тому числі і у науково-технічній сфері. Успішність США зумовлена проведенням моделі потрійної спіралі. У закінченому вигляді ця модель не існує, проте найбільш розвинулася вона саме в Сполучених Штатах.

Модель потрійної спіралі являє собою динамічну модель забезпечення ефективної взаємодії. Виникає вона в ході еволюції економіки і суспільства і також описує взаємодію трьох інститутів (наука – держава – бізнес) на кожному етапі створення інноваційного продукту [5].

Список використаної літератури:

1. Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність. Збірка праць X (XXII) Міжнародної науково-практичної конференції URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/09/MNTS-2014.pdf>.
2. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/scientific-and-technological-cooperation-between-the-eu-and-the-united-states.html>.
3. Кочетков В. Роль і місце України на світовому ринку технологій. *Проблеми науки*. 2014. № 11–12. С. 92–95. URL: https://www.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/15021.1.008.pdf.
4. Решетняк Олена Іванівна Дослідження стану науково-технічного розвитку країн світу. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
5. Інтеграційні процеси як феномен сучасних міжнародних відносин. URL: <https://elibrary.ivinas.gov.ua/4497/1>.

Нестерович Вікторія Анатоліївна

студентка;

Чайка-Петегирич Лілія Богданівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри

зовнішньоекономічної діяльності,

Херсонський національний технічний університет

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-3>

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Важливим фактором інноваційного економічного зростання є венчурне інвестування. Венчурні інвестиції – це вкладення з високою часткою ризику, які інвестор робить у зростаючі або нові проєкти та компанії (потенційно перспективні фірми, які мають недостатньо коштів для самостійного втілення «незвичайних проєктів»). Йдеться про інвестиції розміром від декількох десятків до декількох сотень тисяч доларів та перспективою розвитку діяльності (ноу-хау, стартапи, нові технології) [1].

Серед основних позитивних ефектів венчурного інвестування виділяють наступні:

- забезпечує структурне оновлення економічної системи, підтримує галузі, що найбільш динамічно розвиваються;
- стимулює розвиток малого та середнього бізнесу;
- активізує просування на шляху до інноваційної економіки;
- пришвидшує комерціалізацію наукових розробок та впровадження, поширення інновацій в економіці;
- сприяє підвищенню кваліфікації кадрів, створенню нових робочих місць, розвитку соціальної сфери, поліпшення якості життя тощо [2].

Інвестори не обмежуються лише наданням капіталу, а «водночас інвестують свій досвід в бізнесі та ділові зв'язки, що сприяють розширенню діяльності компанії, появі нових контактів, партнерів та ринків збуту» [3, с. 212].

Війна в Україні порушила діяльність усіх галузей економіки, зокрема вплинула і на розвиток інноваційного підприємництва, на діяльність венчурних фондів, на позицію міжнародних та вітчизняних інвесторів.

Метою будь-якого венчурного інвестора є підняття капіталізації бізнесу і, відповідно, своєї частки вкладеного капіталу [1]. В процесі прийняття рішення про венчурне інвестування нових проєктів не менш вирішальними аніж фактори очікуваного прибутку є фактори ризику. Інвестиційними ризиками в умовах війни є високий ступінь невизначеності, відсутність безпекових гарантій, ймовірність мобілізації персоналу тощо. Відповідно багато інвесторів зробили паузу і є досить обережними у співпраці з українськими розробниками.

Однак український венчурний ринок адаптується до нових реалій та продовжує працювати. Серед доволі активних інвесторів з українськими керівними партнерами варто згадати SMRK VC Fund, TA Ventures, відновлює діяльність Digital Future, GEEK Ventures, SID Venture Partners Fund, Flyer One Ventures, Нура, створені нові фонди Angel One, hi5 Ventures та інші [4].

Говорячи про трансформаційні процеси венчурного бізнесу, розглянемо як в умовах війни працює провідний український венчурний фонд TA Ventures, який інвестує в технологічні стартапи Європи та Північної Америки, що формують індустрії майбутнього. Фонд і в складні часи продовжує інвестувати в західні компанії та українські стартапи. Економічна невизначеність негативно вплинула на розмір закриття другого великого фонду. Через війну вдалося зібрати лише 35 млн. дол. замість очікуваних 50 млн. дол. [5]. Зараз TA Ventures змінив стратегію, виходячи з того, що «сучасні нові фонди, якщо орієнтуються на ранні стадії, мають бути маленькими та мобільними. Тому у жовтні 2022 року почали залучення до наступного фонду, ціль – 20 млн дол» [6]. Головним критерієм відбору ініціатив є їхній вплив на відновлення країни. В пріоритеті «мілітарі-тех, кібер-тех, диджитал сектори, яким сьогодні потрібно приділяти увагу в розвитку майбутнього України. Це і логістика, і доставка, і дрони, і безпілотники, і автономне вирощування протеїнів, вертикальні ферми» [6].

У 2018 р. під патронатом фонду TA Ventures засновано мережу клубів приватних інвесторів (ICLUB Global), які мають змогу інвестувати в стартапи разом із TA Ventures. В структурі клубу найчисельнішим був український осередок, однак в умовах війни третина вітчизняних бізнес-ангелів призупинила діяльність. Тому команда TA Ventures намагається залучати закордонних інвесторів. З цією метою ICLUB Global запустили онлайн-платформу, трансформували процедуру реєстрації та знизивши мінімальну суму інвестицій в один стартап до 10 тис. дол. TA Ventures інформують інвесторів ICLUB Global про всі перспективні компанії та стартапи. Такі рішення сприяють просуванню на шляху до розвитку інноваційної економіки.

Безумовно після початку повномасштабної війни інвестиційна привабливість України знизилась. Однак діяльність TA Ventures та інших інвестиційних фондів є прикладом ефективної трансформації бізнесу відповідно до умов сьогодення.

Список використаної літератури:

1. Матіяш П. Як залучати інвестиції в Україні навіть під час війни: основні способи. 07 листопада 2022. URL: <https://delo.ua/business/yak-zalucati-investiciyi-v-ukrayini-navit-pid-cas-viini-osnovni-sposobi-406472> (дата звернення: 31.03.2023).

2. Чередник А. Функції венчурного капіталу та його вплив на розвиток інноваційної економіки. Матеріали V наук.-практ. конф. «Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки»: тези доповідей, (Житомир, 2–3 листопада 2017 р.). Житомир, 2017. С. 323–327. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/323.pdf> (дата звернення: 29.03.2023).

3. Шипуліна Ю. Сучасні особливості розвитку венчурного інвестування на промислових підприємствах. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 5. С. 210–214 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2015_5_36 (дата звернення: 29.03.2023).

5. Шкіль Л. Фінансування українських стартапів під час війни: де шукати інвестиції. 16 листопада 2022. URL: <https://ain.ua/2022/11/16/finansuvannya-ukrayinskyh-startapiv-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 31.03.2023).

6. Дудко В. Український венчурний бум скінчився, навколо війна. Як планує виживати найбільший фонд – TA Ventures Вікторії Тігіпко. *Forbes Ukraine*. 9 червня 2022 р. URL: <https://forbes.ua/inside/zberigati-groshi-v-startapakh-ta-ventures-postrazhdav-vid-oberezhnosti-investoriv-ale-viktoriya-tigipko-planue-ekspansiyu-chomu-08062022-6479> (дата звернення: 25.03.2023).

7. Дудко В. «Дежавю із 2014-го». Засновниця TA Ventures Вікторія Тігіпко про те, чому українські стартапи не отримують інвестицій під час війни. Інтерв'ю. Forbes Ukraine. 25 жовтня 2022 р. URL: <https://forbes.ua/innovations/dezhavyu-iz-2014-go-zasnovnitsya-ta-ventures-viktoriya-tigipko-pro-te-chomu-ukrainski-startapi-ne-otrimuyut-investitsiy-pid-chas-viyeni-intervyu-25102022-9275> (дата звернення: 25.03.2023).

НАПРЯМ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Заходим Марина Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки,
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,*

Навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів

Закладу вищої освіти «Подільський державний університет»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-4>

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Теоретичні та методологічні аспекти стійкого розвитку продовольчого комплексу, в тому числі галузі тваринництва, в сучасних умовах мають потребу в глибокому комплексному пропрацюванні. Крім того, особлива соціальна і стратегічна значимість галузі тваринництва, її кризовий стан і недостатність обґрунтування механізму розвитку актуалізують необхідність здійснення комплексного і системного дослідження.

В сучасних умовах наука не повинна обмежуватися розглядом економічних явищ без розкриття їхньої сутності, оскільки форми прояву останньої досить часто спотворюють її суттєвий зміст. Сутність економічного розвитку може проявлятися по різному залежно від суб'єкта економіки, від рівня розвитку економіки, від параметрів економічної системи. Стійкість економічної системи науковці визначають як її здатність відтворювати певний стабільний стан незалежно від зовнішніх впливів і внутрішніх змін у рамках міри її існування [1]. На нашу думку, розвиток суб'єкта економіки – це здатність підтримувати рівень техніко-технологічних, організаційних, соціально-економічних, екологічних показників у межах норми стійкості під впливом сил зовнішнього і внутрішнього середовища.

Використовуючи методологічні принципи дослідження, можна більш глибоко та цілеспрямовано провести аналіз механізму розвитку ринку продукції тваринництва як суб'єкта економіки, а також шляхів його практичної організації.

Своєчасність та ефективність вирішення поставлених завдань визначається насамперед обґрунтованістю методології вирішення проблем. При дослідженні проблеми розвитку суб'єктів економіки застосовують безліч підходів, однак дослідники часто обмежуються лише деякими з них, що характеризують окремі аспекти проблеми. На нашу думку, найважливішим напрямком дослідження повинно стати комплексне використання методів і підходів, що виявляють джерела і фактори формування і розвитку ринку продукції тваринництва як суб'єкта економіки в умовах інституціональних перетворень економіки України [2]. До основних методологічних підходів, які використовуються в процесі дослідження, відносяться наступні: *комплексний, системний підхід, нормативний функціональний, динамічний, відтворювальний, кількісний, інституційний, синергетичний.*

Розглянувши дані підходи до дослідження механізму розвитку економічних систем більш детально вважаємо, що вони можуть відобразити окремі аспекти механізму розвитку ринку продукції тваринництва і лише їх інтеграція у єдину методику дозволить дослідити основні та побічні аспекти механізму розвитку ринку продовольства, зокрема ринку тваринницької продукції.

Інтеграційний підхід до дослідження механізму розвитку ринку продовольства зумовлює необхідність застосування нетрадиційної методології аналізу, сутність якої полягає у застосуванні різних видів аналізу для комплексної діагностики розвитку ринку продукції тваринництва. Звідси, механізм дослідницького процесу матиме наступний вигляд (рис. 1).

При дослідженні механізму розвитку ринку продукції тваринництва слід враховувати рівень функціонування та сферу пріоритетів дослідження – загальнодержавний, регіональний, секторальний, суб'єктивний. Адже в кінцевому підсумку дослідження механізму розвитку ринку продукції тваринництва передбачає побудову стратегії вдосконалення об'єкта аналізу, тобто формування шляхів узгодження та досягнення пріоритетів різних рівнів.

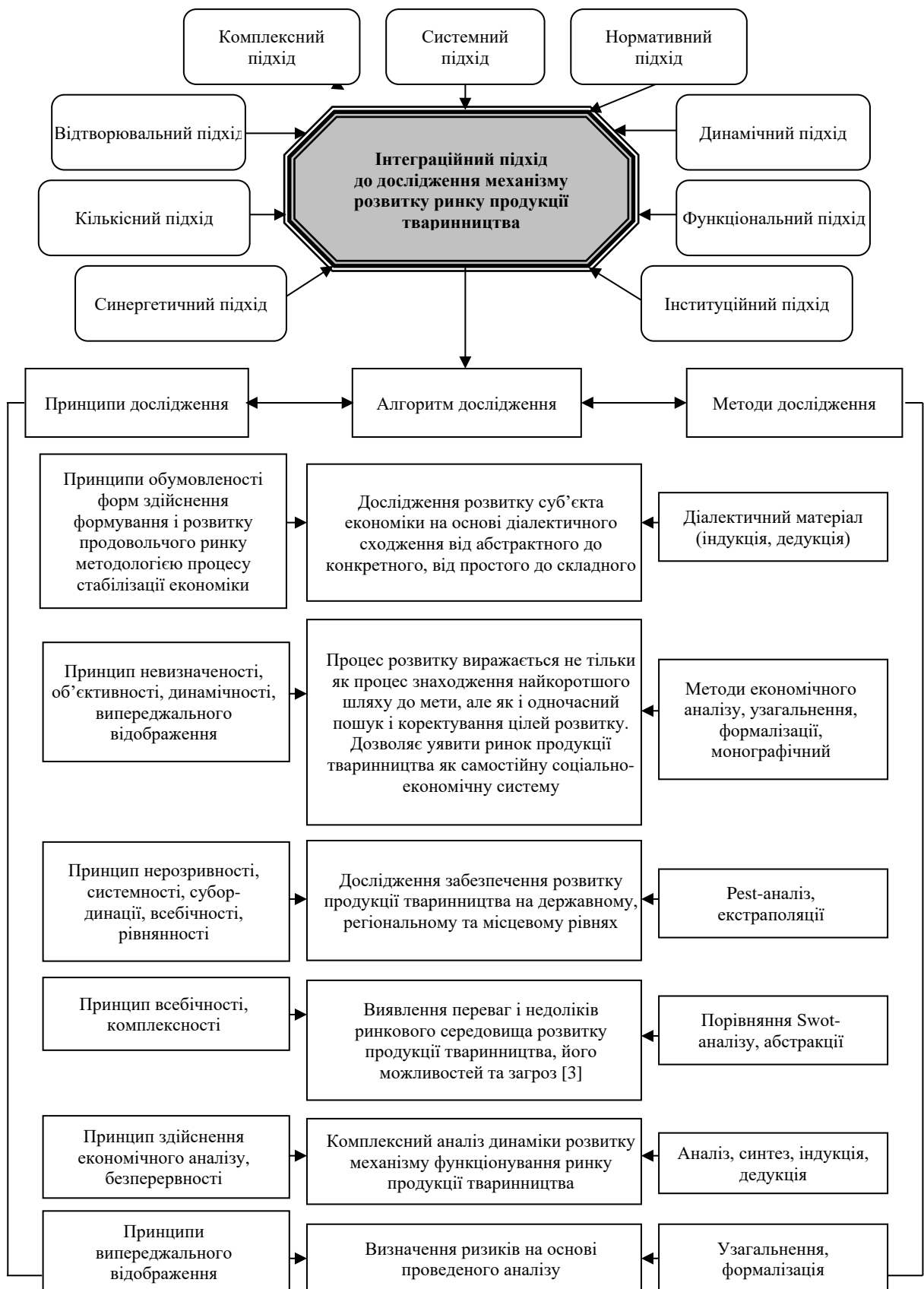


Рис. 1. Методика дослідження механізму розвитку ринку продукції тваринництва

Джерело: побудовано автором

Ми пропонуємо, враховуючи складний характер зовнішнього середовища, для дослідження механізму розвитку ринку продукції тваринництва застосовувати багаторівневу систему діагностики: на макрорівні – дослідження на рівні держави; на мезорівні – на рівнях регіону та сектора; на макрорівні – на рівні суб'єктів господарювання.

На нашу думку, лише така тріада рівневого дослідження формуватиме дотримання принципу всеохопленості, всебічності аналізу складових механізму розвитку ринку продовольства, зокрема ринку продукції тваринництва.

Дослідження рівня розвитку складових (інституцій) у єдиному механізмі впливу на соціально-економічні відносини на трьох рівнях приводить до розуміння їх національної та секторіальної специфіки, наявності в них певного співвідношення загального та особливого, що є основою ідентифікації регіону та сектора, розуміння особливостей конкретних складових, їх недоліків та переваг.

Крім того, складність структури механізму розвитку ринку продукції тваринництва та можливостей його диференціації за конкретних умов зумовлює необхідність його діагностики у просторі та часі, тобто дослідження повинно стосуватися різних часових періодів і конкретних регіонів. Такий підхід до аналізу дозволить виявити наслідковий характер змін. Об'єктивний аналіз забезпечується детальним відбором методів аналізу, які б якнайбільше і якнайточніше відображали стан механізму розвитку ринку продовольства на державному, регіональному та секторіальному рівнях.

На відмінну від традиційних, запропонована методика передбачає почати аналіз механізму розвитку ринку продукції тваринництва з дослідження процесу формування ринкового (інституційного) середовища, з аналізу взаємодії, сумісності, колізійності в цьому середовищі.

Досліджуючи механізм розвитку ринку продовольства, необхідно враховувати комплексний характер впливу макрофакторів на розвиток економіки галузі тваринництва та господарюючих суб'єк-

тів, а саме фактори державного регулювання, рівень інвестиційної привабливості галузі, міжнародні інтеграційні зв'язки та ін.

В процесі дослідження механізму, визначення його розвитку та мети формується система уявлення про рівень його розвитку. На нашу думку, з огляду на це, доцільно вести мову про систему проблем, синтез яких дасть змогу сформувати напрями удосконалення механізму розвитку ринку продовольства.

Дана методологія, на відмінну від інших традиційних підходів, базується на інтеграційному підході поєднання існуючих і охоплює аналіз усіх складових функціонування механізму розвитку ринку продукції тваринництва: становлення, сучасний стан, суперечності та взаємозв'язки, ґрунтується на аналізі суб'єктивних та об'єктивних показників, якісних і кількісних характеристик функціонування механізму. Крім того, такі особливості дають можливість оцінити рівень розвитку механізму функціонування ринку в часі та просторі, а також за трьома рівнями функціонування: макро-, мезо-, мікро-.

Комплексна діагностика механізму розвитку ринку продукції тваринництва дозволяє дослідити умови функціонування даного ринку та його суб'єктів, визначити найбільш перспективні напрями розвитку і подолати розвиток ризиків.

Список використаної літератури:

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу. КНЕУ, Київ. 2013.
2. Місюк М.В., Заходим М.В. Методологія дослідження формування та розвитку ринку продукції тваринництва. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2018. Вип. 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_2_13.
3. Павловська Л. Д., Заходим М. В. Забезпечення конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств. Монографія. м. Житомир. Вид-во «Полісся», 2011. 228 с.

Ільченко Світлана Віталіївна
доктор економічних наук, професор,
завідувачка відділу ринку транспортних послуг;

Грищенко Вадим Федорович
кандидат економічних наук, доцент,
старший науковий співробітник
відділу ринку транспортних послуг;

Грищенко Ірина Володимирівна
кандидат економічних наук, старший науковий співробітник
відділу ринку транспортних послуг,
Державна установа
«Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень
Національної академії наук України»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-5>

РИНОК КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Збройна агресія Російської Федерації проти України вплинула також на такий сегмент судноплавства, як контейнерні перевезення хоча Україна і не є глибоко інтегрованою в глобальну мережу ланцюжків контейнерних перевезень. Судноплавні компанії, які займаються перевезенням контейнерів призупинили роботу в українських морських портах. У той же час, спостерігалось незначне збільшення обсягів контейнерних перевезень у портах країн, які межують з Україною та Російською Федерацією (рис. 1).

Судноплавні компанії та власники вантажів зіткнулися з проблемами, які пов'язані з затримками доставки контейнерів, збільшенням часу перебування контейнерів у портах, вартості їх зберігання та зборів у портах. Це підвищує завантаженість припортових складів та загострює нестачу безпосередньо контейнерів та площ для їх зберігання, сприяє зростанню тарифів. Тарифи на контейнерні перевезення зросли після пандемії COVID-19, а

необхідність змінювати маршрути руху суден і контейнерів під час війни посилює тенденцію щодо їх зростання.

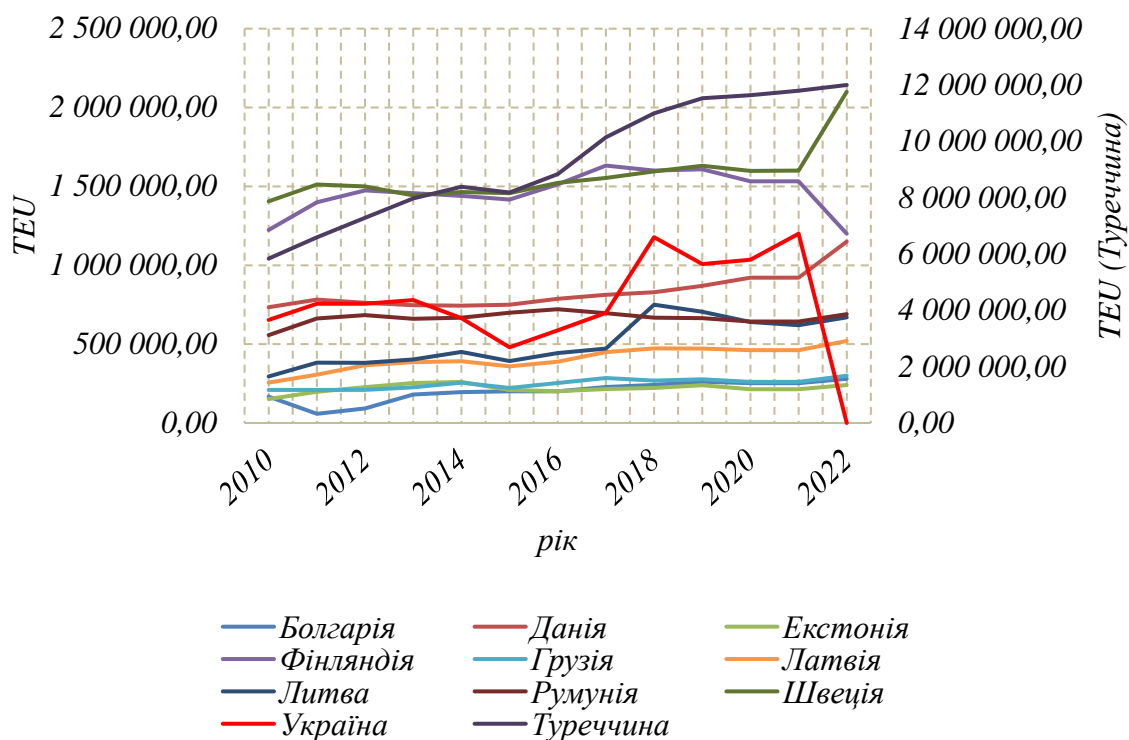


Рис. 1. Обсяги контейнерних перевезень у портах країн, які межують з Україною та Російською Федерацією

Джерело: побудовано авторами на основі даних UNCTADStat [1]

До кінця 2020 року тарифи на морські контейнерні перевезення були більш ніж у п'ять разів вищими за рівень цін до початку пандемії COVID-19. У 2021 році спостерігалась тенденція до незначного їх зниження хоча вони все одно залишалися підвищеними. Перевантаженість портів та ненадійність розкладу руху викликали різке зростання платежів та зборів, включаючи плату за прострочене повернення контейнерів та демередж. Така ситуація спостерігається з другого півріччя 2020 року. Хоча попит на контейнерні вантажі виявився вищим, ніж очікувалося, збройна агресія Російської Федерації проти України та викликана нею блокада українських морських портів з руйнуванням та пошкодженням об'єктів інфраструктури призвела у 2022 році до обмеження провізної спроможності логістичними перешкодами та

вузькими місцями, а також нестачею обладнання для контейнерних перевезень.

Коли українські порти опинились у блокаді, а судноплавні компанії припинили надання послуг з перевезення контейнерів виникла необхідність відкоригувати маршрути їх доставки. Вантажі, що визначаються для споживачів з України зараз накопичуються в європейських портах, включаючи Гамбург (Німеччина), Роттердам (Нідерланди), Констанца (Румунія) та Стамбул (Туреччина). У цей період, тиск на ланцюги поставок, порти, судноплавні компанії та міжнародну торгівлю посилюється за рахунок асиметричного відновлення морської торгівлі, особливо на контейнерних торгових шляхах Схід-Захід. Вартість контейнерних перевезень світовими трансокеанськими торговими шляхами після початку війни зросла приблизно в сім разів, а вартість доставки вантажів балкерами зросла ще більше. Середній час очікування контейнеровозів у портах зріс майже на 20% з періоду початку пандемії до середини 2022 року.

За даними Clarksons Research [2], затори контейнеровозів і автоперевізників у портах б'ють усі рекорди. Наслідки війни в Україні, створюють умови для зниження ефективності усієї морської транспортної системи. До того ж за підрахунками Міжнародної палати судноплавства (ICS) [3] та Балтійської і міжнародної морської ради (BIMCO) [4], якщо негайно не буде вжито дієвих заходів для набору персоналу та підвищення рівня навчання у галузі судноплавства протягом наступних п'яти років може спостерігатись гостра нестача моряків офіцерського складу. Зазначається, що вже у 2021 році в умовах пандемії COVID-19 у галузі судноплавства відчувалася нестача 26240 сертифікованих моряків офіцерського складу. Передбачається, що до 2026 року, з урахуванням наслідків повномасштабного вторгнення російських військ в Україну, додатковий дефіцит моряків офіцерського складу може скласти 89510 осіб. Після пандемії COVID-19 це ще один з найбільш руйнівних ударів для судноплавної галузі як України, так і Світу загалом, що спричиняє руйнацію глобальних ланцюгів поставок.

Експерти UNCTAD [5] прогнозують, що високі витрати на контейнерні перевезення морськими шляхами, які спостерігалися у 2020–2022 роках, будуть мати місце і у майбутньому та призведуть до додаткового зростання світових споживчих цін на 1,6%. Це також свідчить про те, що постійне підвищення ставок фрахту на морські контейнерні перевезення призведе до зростання світових цін на імпорту продукцію у середньому на 11,9%. Таке стрімке зростання витрат нині є проблемою всіх трейдерів і менеджерів логістичних систем, але особливо дрібних вантажоодержувачів і вантажовідправників. У порівнянні з великими операторами їм набагато важче покрити додаткові витрати, і вони опиняються у не вигідному становищі при погодженні ставок та бронюванні місця на суднах.

Таким чином, у дрібних вантажоодержувачів і відправників вантажів, а також відправників і одержувачів вантажів з низькою вартістю можуть виникати труднощі при укладанні договорів перевезення і відповідно падатиме частка їх прибутку. Очікується, що у повоєнний час ставки тарифів залишаться на високому рівні. Попит буде високим, при цьому зросте невизначеність щодо пропозиції, а також стурбованість щодо ефективності морських транспортних систем та портових операцій. У разі такого тиску чинника витрат і тривалих перебоїв над ринком дедалі важливіше стає відстежувати поведінку ринку й забезпечувати прозорість під час встановлення розмірів ставок тарифів, зборів і платежів. Уряду України необхідно жорсткіше здійснювати контроль та боротися з несумлінною ринковою практикою у галузі перевезення вантажів морськими шляхами.

Подальше підвищення ставок тарифів на контейнерні перевезення може призвести до значного зростання споживчих цін, а також цін на товари, що експортуються та імпортуються. Високі ставки тарифів, що зберігаються на контейнерні перевезення і перебої в роботі морського транспорту в короткостроковій і середньостроковій перспективі, загрожують підірвати повоєнне відновлення економіки України.

Список використаних джерел:

1. World seaborne trade by types of cargo and by group of economies, annual. / UNCTADStat, 2022. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=32363>.
2. Disruption to global logistics and supply chains remains widespread: Clarksons. International Union of Marine Insurance, 2022. URL: <https://iumi.com/news/news/disruption-to-global-logistics-and-supply-chains-remains-widespread-clarksons>.
3. Supply chain issues will be compounded by lack of Ukrainian and Russian seafarers, says global body representing international shipping. / International Chamber of Shipping, 2022. URL: <https://www.ics-shipping.org/press-release/supply-chain-issues-will-be-compounded-by-lack-of-ukrainian-and-russian-seafarers-says-global-body-representing-international-shipping>.
4. Seafarer Workforce Report. / Baltic and International Maritime Council, 2022. URL: <https://www.bimco.org/News/Priority-news/20210728---BIMCO-ICS-Seafarer-Workforce-Report>.
5. Sustainable and resilient transport and trade facilitation in times of pandemic and beyond: Key challenges and opportunities. Geneva: UNCTAD, 2022. URL: <https://unctad.org/meeting/multi-year-expert-meeting-transport-trade-logistics-and-trade-facilitation-ninthsession>.

Lytvynenko Inna
PhD Student,
International University of Finance

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-6>

GLOBAL DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF BLOCKCHAIN IN NATIONAL ECONOMIES

The world saw the technology and the first project based on blockchain called Bitcoin in the fall of 2008 (first public release in January 2009). Satoshi Nakamoto, the pseudonym of the author of this technology, sent a letter to a certain group of people, describing the algorithm of his idea. This was the first significant breakthrough in history that would later greatly change the IT project market and leave a mark as one of the most divisive technologies in the public eye. As many believe, the motivation of the creator was to eliminate a third party as an intermediary in the financial matters of two trading parties. In other words, the feature of Bitcoin, a cryptocurrency written on the blockchain, was the ability to transfer digital currency without an additional controlling entity such as a bank or other financial institution.

Blockchain is a foundational technology: It has the potential to create new foundations for our economic and social systems. But while the impact will be enormous, it will take decades for blockchain to seep into our economic and social infrastructure. The process of adoption will be gradual and steady, not sudden, as waves of technological and institutional change gain momentum [2].

Blockchain technology is a chain of blocks containing data, which increases in size as miners add new blocks with records of the latest transactions. The primary innovation of this technology lies in its architecture, which enables decentralized transactions distributed across all participants in the process.

An estimated 3.9% of the global population uses cryptocurrency. This means that there are more than 300 million people who use cryptocurrency – and, by extension, blockchain – around the world.

Table 1

The breakdown of the number of cryptocurrency users by continent

Continent	Number of Cryptocurrency Users
Asia	160 million
Europe	38 million
Africa	32 million
North America	28 million
South America	24 million
Oceania	1 million

About 400,000 Bitcoin transactions take place each day. This is the rate as of January 2021, and just one month before, in December 2020, there were about 330,000 daily Bitcoin transactions taking place [4].

The blockchain industry is worth \$11.54 billion. This is the valuation of the global blockchain technology industry as of 2022 and is expected to grow to \$162.84 billion by 2027. The value of the global blockchain market in 2022 will reach 100 times his value of \$1.57 billion in 2018, so from 2022 to 2027 it will increase 100 times in 5 years grow up. A key factor influencing the market capitalization of the blockchain industry is the total global spending on blockchain solutions. It was just \$750 million in 2017 and is expected to reach \$11.7 billion by 2022, a compound annual growth rate of 73.2%.

The blockchain industry is developing by a CAGR of 85.9%. This is often the evaluated compound yearly development rate from 2022 to 2030. In 2022, the worldwide blockchain innovation showcase is evaluated to be worth \$11.54 billion, and in 2018 it was fair \$1.57 billion. By 2027, the advertise is anticipated to reach a valuation of \$162.84 billion. The financial services industry is the most player within the blockchain advertise, bookkeeping for more than 38% of the worldwide market's income in 2021, the biggest share of any industry. This isn't shocking since 90% of the major U.S., Canadian, and European banks are either arranging to consolidate or have joined blockchain innovation into their operations.

The showcase pioneer in blockchain innovation is the Joined together States. From 2017 to 2022, the nation was assessed to account for 36%

of the worldwide blockchain market’s income, the foremost of any nation.

Table 2

Country	Implementation	Year
Switzerland	the province of Zug	November 15th, 2017
Chile	the Energy Department	April 19th
Estonia	blockchain-based E-resident programme	December 18th, 2017
UK	welfare payment and student loans	August 3rd, 2016
Georgia	land titles on blockchain	December 3rd, 2017
Australia	tourism in Queensland	Recently
Singapore	Finance Department	October 13th, 2017
Venezuela	Petro Coin Venezuela’s Primary Currency	At the dawn of 2018
USA	for democracy and decision making	May 2018
Sweden	land registry	
Brazil	write laws and petition processing on ETH	
Dubai	all government departments	
Canada	government grants on Ethereum	
Indonesia	data management	May 6th, 2018
India	digital economy	February 1st
European Union	information exchange	April 11th, 2018
Ukraine	voting	August 2018

The U.S. moreover has the most noteworthy share of blockchain-related work openings, with almost 50% of the world’s open positions. As distant as businesses go, the back industry leads the charge in blockchain innovation, bookkeeping for 38% of the market’s worldwide revenue in 2021. This can be fueled, in portion, by a critical number of banks effectively moving toward executing blockchain innovation – 90% of the major banks within the U.S., Canada, and Europe are either looking into it or have as of now actualized it.

References:

1. Deloitte Insights. "Deloitte's 2021 Global Blockchain Survey. A new age of digital assets", 2022.
2. Iansiti, Marco, and Karim R. Lakhani. (2017) The truth about blockchain. *Harvard business review*. № 95.1. P 118–127.
3. Irish Tech News. "Global Blockchain Adoption: Which Countries are Leading the Charge?" URL: <https://irishtechnews.ie/global-blockchain-adoption-which-countries-are-leading-the-charge>.
4. Zippia. "20+ Essential Blockchain Statistics 2023: Market Size + Trends" URL: <https://www.zippia.com/advice/blockchain-statistics>.

НАПРЯМ 4. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Furculița Tatiana
PhD Student,
State University of Moldova

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-7>

PERFORMANCE MEASUREMENT IN PUBLIC ADMINISTRATION

In the public administration, performance measurement started to be done from the moment when the ideas managers penetrated the system. However, the idea gained a new breath under the influence of the new public management and the government reinvention movement. Osborne and Gaebler's idea, „what se it is measured and done” [2, p. 146] was extremely influential for promoting the idea of performance measurement.

The performance study can be done at three different levels [1, p. 81]:

- 1) individual performances;
- 2) the performance measurement system as a whole;
- 3) the relationship between the performance measurement system and the environment in which it operates.

Performance indicators can be built on the following aspects:

- Financial considerations;
- Customer satisfaction;
- Internal operations;
- Employee satisfaction;
- Community satisfaction.

The way performance measures are constructed differs from case to case, both in terms of method of data collection as well as sources. For financial performance, indicators are most often used taken directly from the accounting. Customer, employee or community satisfaction can

be measured better through opinion polls and/or focus groups, but various can also be used documentary sources (number of complaints, media analysis, etc.).

For internal operations we can use any of the known research methods, depending on the nature of these operations, the data on which we already have, the goal we are pursuing. It is very important that in the construction of performance measures and in the actual measurement to we consider three important aspects [3, p. 72]:

- The measure must be good, i.e. measure exactly what we set out to do, not something else;
- The measurement must be correct, which requires that the instrument by which we measure have as high fidelity as possible;
- The measurement must be carried out in good time, so that it exists at the management's disposal constantly updated; it must not be forgotten that these measures will be used together, which assumes that we have data for several indicators that are collected in as many periods as possible close to time.

The performance itself represents only a step, related to the fulfillment or not of the objectives performance. It is also important to judge it in a comparative manner, a procedure known as the name of benchmarking. We can compare performance to previous years or to our competitors. In the case of public institutions, where we have no competition, we can refer to similar institutions but from other localities or in other areas.

Performance measures are most effectively used through systems of performance measurement, which observes, reports and uses these measures to evaluate overall performance and to improve system operation. A performance measurement system generally includes four components [6, p. 16]:

1. *Management system.* The management component aims to communicate the strategic framework in which the organization's activity is carried out: mission, strategy, goals, objectives and targets which must be reached. Management is responsible for how they are designed and implemented the programs, services and operations, but also the standards and for the use of the measurement system of performance.

2. *Informational data.* The collection and processing of data is of great importance. Data may be collected based on accountants, but also through different methods of social research. It is important that the data be collected periodically, with a rhythmicity dictated by the needs of the organization. The raw data must be converted in the form of performance indicators (most often in the form of averages, percentages, reports or rates of change).

3. *The analysis.* The analysis aims to give an additional meaning to the performance indicators (otherwise, the figures in itself may mean nothing). The most common form of analysis is comparison chosen compared to previous results. Comparisons with the proposed targets, between different ones, can also be useful units of the organization, or towards other organizations.

4. *Actions.* A performance measurement system has no value if the information it provides they are not used to improve the functioning of the entire organization. According to these data (but not only) different decisions must be made regarding the activities carried out. It is also possible decides to modify the performance measurement system (and by adding, abandoning or changing some indicators) and performing complex evaluations of some programs.

In designing a performance measurement system we have two axioms [4, p. 799]:

- everything related to the organization's goals must be measured;
- the measures must be simple and cheap.

The two axioms seem to contradict each other. The first tells us that to have a system effective performance measurement we must take into account all elements of performance relevant, while the second emphasizes the importance of quick and low-cost measurement, which which is not possible in all cases. The performance measurement system must not become a too burdensome task, both financially and time-wise. If it something like that happens, its efficiency will be greatly reduced.

The problem arises when measuring some performances is not possible because of money or time. In this case, a distortion of the organization's activity may occur. By measuring of only some indicators, the organization (its members) focuses only on their fulfillment, neglecting other aspects. For example, if he emphasizes the

speed with which the officials of some institutions public solves the demands of the population, we might reach a higher speed, but to the detriment quality. That's why we need to measure this aspect as well.

The fulfillment of the two axioms can be linked to the quality of the organization's members. If we have an organization where McGregor's theory X can be applied (according to which employees they don't like to work), we must first of all respect the first axiom, because any system partial measurement of performance will lead to distortions [5, p. 588]. Where it would fit better theory Y (employees like to work), we can also work quite well with measurement systems partial. The performance measurement system must be linked to the organization, but also to the environment external.

Conclusions. Performance measurement is an extremely complicated process, requiring time, money and knowledge. In the design of a performance measurement system, knowledge from the fields must be applied extremely varied from the social sciences, from public administration to sociology, from the sciences economics to psychology, but also mathematics or information technology. For every organization there is a different set of performance measures, a set that must be changed over time depending on intra- and extra-organizational changes.

Moreover, the performance measurement system must be a natural part from the organization. Imposing such a system against the organizational climate will yield results contrary to what was expected.

References:

1. Andy Neely, Mike Gregory, Ken Platts, *Performance measurement system design*, *International Journal of Operations&Production Management*, vol. 15, № 4, 1995, p. 81.
2. David Osborne, Ted Gaebler, *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit Is Transforming the Public Sector*, Addison Wesley, 1992, p. 146.
3. Kaplan R. S., D. P. Norton, The balanced scorecard – measures that drive performance, *Harvard Business Review*, vol. 70, January – February 1992, p. 72.
4. Paul Rouse, Martin Putterill, An integral framework for performance measurement, *Management Decision*, № 41/8, p. 799.
5. Robert D. Behn, Why measure performance? Different purposes require different measures, *Public Administration Review*, 2003, № 5, vol. 63, p. 588.
6. Theodore H. Poister, *Measuring Performance in Public and Nonprofit Organizations*, Jossey Bass, 2003, p. 16.

Вергун Микола Анатолійович
аспірант,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-8>

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

24 лютого 2022 року російська федерація почала широкомасштабне вторгнення на територію суверенної та незалежної держави – Україна. Відкрита збройна агресія остаточно засвідчила відмову вищого російського військово-політичного керівництва від тактики «гібридної» війни проти України, яка тривала від 20 лютого 2014 року до 23 лютого 2022 року.

Указом Президента України № 64/2022 у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України, на підставі пропозиції Ради національної безпеки і оборони України, відповідно до пункту 20 частини першої статті 106 Конституції України, Закону України «Про правовий режим воєнного стану» було введено в Україні воєнний стан із 05 години 30 хвилин 24 лютого 2022 року [1].

Формування соціальної політики та забезпечення соціальної безпеки, адекватної потребам України, є важливим елементом публічного управління та адміністрування в умовах сьогоденнішніх трансформацій. Кардинальні зміни, що виникають в нашій країні останнім часом, вимагають нових підходів до визначення принципів основ політичної діяльності у сфері безпеки. Особливого значення при цьому набуває соціальний аспект проблеми. Як показує минулий і новітній історичний досвід, ігнорування соціальних параметрів політики призводить до серйозних прорахунків у багатьох сферах суспільного життя, що особливо згубно позначається на стані національної безпеки в умовах воєнного часу.

Мета і задачі дослідження: визначити роль, місце соціальної безпеки в умовах воєнного часу в загальній системі національної

безпеки та виявити функції, роль, завдання і обов'язки, стратегічні цілі, суб'єкт та об'єкт соціальної політики, як ключового інструменту забезпечення соціальної безпеки в суспільстві.

Аналізуючи сучасний рівень наукового осмислення теорії безпеки, можливо охарактеризувати її різноманітним підходом не тільки до визначення поняття, але й до суті цього явища, а також недостатністю опрацювання методологічних проблем і відсутністю єдиної поняттєвої системи.

Дослідження проблем соціальної захищеності потребує детального вивчення поняття «безпека» та змісту концепції соціальної безпеки. Залежно від рівня розвитку суспільства в поняття «безпека» вкладається різний зміст, ставляться певні завдання і створюються спеціальні інститути, покликані забезпечувати безпеку особи, суспільства, держави.

Безпека – це певний об'єктивний стан, що ґрунтується на відсутності загрози, який суб'єктивно відчують окремі люди чи їх групи. Під безпекою розуміють також стан без загрози, стан спокою, впевненості або «психічний чи правовий стан, при якому особа має відчуття впевненості, опори в іншій особі чи юридично врегульованій системі; протилежність загрози» [2].

Закон України «Про національну безпеку України» трактує воєнну безпеку як «захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності і демократичного конституційного ладу та інших життєво важливих національних інтересів від воєнних загроз», а національну безпеку України як «захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та інших національних інтересів України від реальних та потенційних загроз» [3].

Основа вивчення як системи національної безпеки в цілому, так і окремих її аспектів, складають поняття життєво важливого (національного) інтересу, загроз інтересам і ступеню захищеності від загроз.

Національні інтереси представляють собою інтегрований вираз життєво важливих інтересів особи, суспільства, держави, що забезпечує їх збалансовану реалізацію, стійкий і поступальний розвиток країни [4].

Досліджуючи проблему безпеки, вчені приділяють багато уваги національній, економічній, екологічній безпеці, проте рідко можна зустріти праці, присвячені розгляду питань соціальної безпеки.

Загалом, у широкому розумінні термін «соціальна безпека» можемо охарактеризувати як стан гарантованої правової та інституційної захищеності життєво важливих соціальних інтересів людини, суспільства і держави від зовнішніх та внутрішніх загроз. При цьому значення критеріїв соціальної захищеності перебувають не нижче межових значень, що становлять загрозу для національної безпеки країни. Дефіцит соціальної безпеки загрожує втратою соціальних норм, зростанням нетерпимості, екстремізму і насильства в суспільстві. Він не тільки несе серйозні негативні наслідки для здоров'я, добробуту та соціального самопочуття людей, але й знижує ефективність функціонування економічної системи, а загострення соціальних протиріч дозволяє розглядати соціальну безпеку в якості невід'ємної складової компонента національної безпеки України, який перебуває в єдності з економічною, політичною, інформаційною та екологічною безпекою.

Безумовно необхідно визначити, що соціальна безпека являє собою стан захищеності індивіда, сім'ї, соціальної групи або об'єднань соціальних груп, спільності від загроз порушення їх життєво важливих інтересів, прав, свобод, а її постійним об'єктом є особистість, її життєво важливі права і свободи в соціальній сфері життєдіяльності суспільства: право на життя, на працю, її оплату; право на безкоштовне лікування та освіту; доступний відпочинок; гарантований соціальний захист з боку держави.

Особливість сучасної української ситуації полягає в тому, що пріоритетними об'єктами соціальної безпеки в умовах воєнного часу стали соціально незахищені групи та спільності: жінки, діти, військовослужбовці, інваліди і пенсіонери.

Стан соціальної безпеки в суспільстві знаходиться в прямій залежності від рівня життя населення. Соціальна безпека не може бути забезпечена тільки діями офіційних і неофіційних владних інститутів. Вона, зокрема, вимагає сприятливих соціально-економічних умов. Серед них головне – подолання соціально-

економічної кризи, що стала в державі затяжним і болючим явищем, а внаслідок війни ситуація економічної безпеки тільки погіршується.

Соціальна безпека в суспільстві залежить від соціальної політики держави, що в свою чергу спонукає до висновків, що соціальна політика й соціальна безпека – два взаємопов'язаних явища.

Найбільш істотними для розуміння змісту соціальної політики, її цілей і загальної спрямованості є такі категорії: рівень життя, спосіб життя, якість життя. Під рівнем життя розуміється забезпеченість населення необхідними благами і ступінь задоволення індивідуальних потреб людини в них.

Зазначені категорії мають особливе значення для розуміння того, що мірилом соціальної безпеки є індивід і можливість його достойного існування, вільного розвитку і забезпечення його ієрархічних потреб, як умови такого розвитку.

Загрози соціальної безпеки – це явища і процеси, внаслідок виникнення і розвитку яких відбуваються різкі, можливо, навіть якісні зміни в способі життя, ущемляються життєво важливі соціальні права та інтереси особи.

Джерела загроз соціальній безпеці класифікуються за чотирма групами. Перша група – соціальні загрози, пов'язані з насильством, злочинністю в суспільстві, його криміналізацією. До другої групи загроз соціальної безпеки відноситься поширення таких негативних соціальних явищ як наркоманія, алкоголізм, зростання смертності і скорочення тривалості життя. До третьої групи соціальних загроз відноситься погіршення медичного обслуговування та охорони здоров'я. Четверту групу соціальних загроз складають фактори, пов'язані з низькою соціальною захищеністю населення.

Тобто, як вбачаємо із класифікації загроз соціальної безпеки, ми зіштовхнулися із першою групою, а саме соціальні загрози, пов'язані з насильством внаслідок військових дій та як результат погіршенням забезпечення соціальної безпеки суспільства та населення, що в свою чергу потребує актуальних та своєчасних заходів реагування від акторів (суб'єктів) здійснення публічного управління та адміністрування.

Складовою частиною національної безпеки є соціальна безпека, що являє собою стан захищеності особи, соціальної групи, спільності від загроз порушення їх життєво важливих інтересів, прав, свобод. Інструментом забезпечення соціальної безпеки суспільства є соціальна політика держави. Об'єктом соціальної політики є соціальна сфера та соціальні відносини, що розвиваються на основі взаємодії особистісного і групового соціального статусу, міжособистісних і групових зв'язків, обумовлених змістом і диференційованим характером трудової діяльності, майнового стану, матеріального добробуту, спрямованістю політичних орієнтації та іншими факторами. Суб'єктами соціальної політики є держава, муніципальні органи влади, суспільно політичні організації, трудові колективи тощо. У центрі соціальної політики перебувають соціальні потреби та інтереси людини та їх груп, задоволення і підтримання яких у державі є обов'язковим фактором сталого розвитку суспільства.

Список використаної літератури:

1. Указ Президента України від 24.02.2022 № 64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022>.
2. Гриненко А. М. Соціальна політика : [навч.-метод. посіб.]. Київ : КНЕУ, 2003. 309 с.
3. Закон України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 № 2469-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>.
4. Ахиезер А., Гольц Г. Критические пороги социальных систем. *Общественные науки и современность*. 2002. № 1. С. 38–43.

Тарнавський Артур Миколайович
аспірант кафедри публічного управління та економіки;

Чечетова Наталя Федорівна
доктор економічних наук,
професор кафедри публічного управління та економіки,
Таврійський національний університет
імені В. І. Вернадського

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-9>

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

Актуальність наукової проблеми, що розглядається, обумовлена необхідністю оцінки впливу показників цифрової трансформації на розвиток економіки регіонів України. Регіональний потенціал є складною сукупністю різних елементів природного та соціально-економічного середовища території регіону. Кожен з цих елементів має певні ознаки, що характеризують загальну специфіку даного потенціалу. Зокрема, такі компоненти регіонального потенціалу, як природно-ресурсний, фінансовий, людський, інфраструктурний та зовнішньоекономічний, слід вважати необхідними виробничими, технологічними, фінансовими та соціально-економічними умовами та засобами для розробки та реалізації різних проектів з питань формування та подальшого розвитку цифрової економіки регіонів. Водночас час існує теоретико-методологічна проблема вироблення парадигми оцінки ступеня впливу цифрових трансформацій на результативність регіональних економік, параметрів цифрового розвитку територій. Адже підвищується значимість дослідження цифрової трансформації територій як рушійної сили розвитку регіональної економіки та актуальність виміру масштабів динамічного процесу змін у регіональних соціально-економічних системах від цифрової трансформації.

У сучасній науковій літературі є багато досліджень, присвячених впливу цифрової трансформації на економічний розвиток країн та регіонів. Зокрема, Л. Мічич на прикладі окремих європейських

країн розглядає вплив інвестицій в інформаційно-комунікаційні технології на величину валового регіонального продукту на душу населення [1]. Це ж питання щодо взаємозв'язку валового внутрішнього продукту від капітальних витрат на інформаційно-комунікаційні технології у країнах Європейського союзу розглядає науковець Я. Ганчлова з колективом авторів [2]. На основі своїх досліджень М. Фархаді та Р. Ісмаїл довели позитивний взаємозв'язок між темпами зростання реального ВВП на душу населення та індексом використання інформаційно-комунікаційні технологій [3]. Численні дослідження зарубіжних авторів підтверджують позитивний взаємозв'язок між поширеною інфраструктурою користувачів Інтернету та економічним зростанням регіонів.

Дослідженням впливу інформаційно-комунікаційних технологій на економічний розвиток займалися не лише окремі вчені та наукові колективи, а й міжнародні організації різного галузевого профілю. Так, фахівці дослідницької компанії The Economist Intelligence Unit (аналітичний підрозділ британського журналу Economist) досліджували вплив інформаційно-комунікаційних технологій на економічне зростання по 60 країнах і ними було доведена залежність середньорічного зростання реального ВВП на душу населення від запровадження інформаційно-комунікаційних технологій [4]. За даними Загальноєвропейського звіту цифрової конкурентоспроможності зростання продуктивності праці у Європейському союзі наполовину зобов'язане розвитку та запровадження інформаційно-комунікаційних технологій, а інвестиції в інформаційно-комунікаційні технології забезпечили більше 32% економічного зростання частині Європейських країн, а також близько 30% зростання США [5]. Натомість фахівці Economist Intelligence Unit, ґрунтуючись на проведеному ними дослідженні впливу інформаційно-комунікаційних технологій на економічне зростання, дійшли висновку, що дані технології сприяють економічному зростанню в країнах, але тільки після досягнення ними певного рівня їх поширеності. В іншому випадку, якщо масштаби розповсюдження цифрових технологій не досягли необхідного рівня, не відбувається їх впливу на економічне зростання [4].

З метою визначення масштабів розповсюдження цифрових технологій в регіоні видається коректним вимірювати такі масштаби цифрової економіки через її поширення на суб'єкти господарювання, визначаючи при цьому наступні напрямки: збільшення частки галузі інформаційно-комунікаційних технологій в економіці; розширення застосування інформаційно-комунікаційних технологій та відповідних активів на підприємствах та в організаціях; зростання числа фахівців з інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах та в організаціях. Запропоновані показники дозволяють оцінити величину цифрової економіки регіону, побачити її динаміку, аналізувати зміни, що відбуваються, і проводити порівняння з іншими регіонами країни. Крім того, дані показники можуть бути індикаторами оцінки управлінських рішень виконавчих органів державної влади регіонів, які вони приймають для розвитку цифрової економіки. Водночас, для більш ретельного аналізу стану інформаційного простору регіону було б слушним також аналізувати індикатори застосування цифрових технологій у таких важливих для життєдіяльності регіону сферах, як транспорт, фінанси, торгівля, охорона здоров'я, освіта, медіа та місцеве управління.

Для визначення впливу тенденцій цифрової трансформації на економічне становище регіону доцільно також використовувати регресійні моделі. Застосувавши один із найбільш загальних законів об'єктивного світу – закон загального взаємозв'язку між явищами, можна виявити рівень залежності параметрів територіального розвитку від цифрової трансформації, що відбувається. Кореляційний аналіз дозволяє встановити вплив сучасного стану цифрової трансформації регіонів на їхню соціально-економічну систему, виявити такі залежності та дати їх кількісну характеристику.

Українська економіка вже досить глибоко поринула в цифрове середовище і активно розвиває ключові напрями її розвитку. Ринок ІТ стрімко зростає. За довоєнні роки чисельність зареєстрованих ІТ компаній постійно збільшувалась, зокрема, якщо в 2017 році було зареєстровано 10900 таких компаній, то вже наприкінці 2021 року їх кількість збільшилась до 18600. Причому з них

нараховувалось 1405 стартапів, а кожна третя компанія мала свій власний продукт. В більшості це компанії малого та середнього бізнесу. Так, питома вага компаній де працює до 80 фахівців з ІТ становить 86%, а від 81 до 200 фахівців – 11%. Водночас, слід звернути увагу на те, що Україна має великий потенціал спеціалістів з інформаційно-комунікаційних технологій. Зокрема на початок 2021 року їх чисельність становила 289,2 тис. осіб, натомість в Угорщині – 132,5 тис. осіб, Сербії – 93,2 тис. осіб, Словаччині – 76,6 тис. осіб, Литві – 37,0 тис. осіб. Проте в сусідній Польщі такі фахівці становлять 430,7 тис. осіб. [6].

Сектор інформаційних технологій має значний вплив на економіку країни. Проте українська ІТ-галузь здебільшого експортно-орієнтована та має стабільні темпи зростання (в середньому на 27% щорічно). Найбільшими споживачами українських ІТ послуг залишаються США (40% експорту) та Велика Британія (10%). Так, у 2020 році ІТ-галузь забезпечила у 1,5 рази більше експортної виручки, ніж машинобудування та близько чверті від експортної виручки агросектору. Розвиток ІТ-індустрії стабільно забезпечує збільшення фіскальних надходжень від цієї сфери економіки України. За останні 6 років вони зросли більш ніж втричі. У 2020 р. було сплачено податків і зборів на суму 17,2 млрд. грн, якої достатньо, наприклад, для капітального ремонту 682 км автошляхів. Українська ІТ-галузь активно залучає інвестиції для розвитку. Щороку, в середньому, укладається угод на загальну суму в 300–700 млн. доларів США. Більша частина угод – інвестиції та гранти для стартапів на ранніх етапах розвитку [6]. Україна націлена на те, щоб стати ІТ-хабом в Європі і, безумовно, ІТ сектор української економіки стане важливим елементом при повоєнному відновленні країни.

Список використаної літератури:

1. Mičić, L. Digital Transformation and its Influence on GDP. *Economics*. 2017. Vol. 5, issue 2. P. 135–147. DOI: <https://doi.org/10.1515/eoik-2017-0028>.
2. Hanclova J., Doucek P., Fischer J., Vltavska K. Does ICT Capital Affect Economic Growth in the EU-15 and EU-12 Countries? *Journal of Business Economics and Management*. 2015. Vol. 16, issue 2. P. 287–406. DOI: <https://doi.org/10.3846/16111699.2012.754375>.

3. Farhadi, M., Ismail R., Fooladi M. Information and Communication Technology Use and Economic Growth. *PLoS ONE*. 2012. Vol. 7, issue 11. P. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0048903>.

4. Europe's Digital Competitiveness Report. URL: <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/201412/Europe%27s%20Digital%20Competitiveness%20Report%202010%20-%20Commission%20Staff%20Working%20Document.pdf>.

5. Reaping the benefits of ICT Europe's productivity challenge. A report from the Economist Intelligence Unit sponsored by Microsoft. April 2004. URL: http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/MICROSOFT_FINAL.pdf.

6. Ukraine IT Report 2021. IT Ukraine Association. URL: <https://reports.itukraine.org.ua/en>.

НАПРЯМ 5. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Багорка Марія Олександрівна
*доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу;*

Салтиков Дмитро Геннадійович
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-10>

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Аграрні підприємства, які виробляють сільськогосподарську продукцію, можуть значно підвищити свій потенціал розвитку, впроваджуючи маркетинг в свою діяльність. В той же час, слід зазначити, що переважна більшість аграрних підприємств взагалі не розуміють сутності, особливостей та важливості формування системи маркетингу на підприємстві, а отже, не вважають за необхідне використовувати можливості щодо підвищення конкурентоспроможності.

З метою забезпечення ефективного ведення бізнесу аграрними формуваннями в сучасних реаліях розвитку економічних відносин, постає необхідність впровадження маркетингу в їх виробничо-збутову діяльність. Маркетинг в сільськогосподарських підприємствах є одним з головних складових їх комерційно-збутової діяльності, і від правильної його організації суттєво залежить успіх функціонування підприємства і економічні результати його діяльності.

Процес формування ефективної системи маркетингового менеджменту в аграрних підприємствах направлений на

підвищення ефективності їх виробництва покращення основних економічних показників [1, с. 136]. Особливості аграрного виробництва, організаційна структура, вид діяльності свідчать про необхідність вибору певної моделі маркетингу в кожному конкретному випадку. Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств та підвищення ефективності їх господарювання сільськогосподарських підприємств, необхідна конкурентоспроможна, альтернативна організаційна структура.

В системі управління підприємством важливе місце займає маркетинговий менеджмент як окрема філософія функціонування вітчизняних підприємств. Формування та використання сучасних механізмів маркетингу на засадах інтеграції з менеджментом має важливе теоретичне та практичне значення для вирішення низки проблем ефективного господарювання. Зокрема, необхідним є аналіз ринкових можливостей, відбір перспективних цільових ринків, розробка ефективного комплексу маркетингу [2, с. 120].

Незважаючи на це, переважна більшість аграрних товаровиробників не приділяє належної уваги щодо практичного використання інструментів сучасної концепції маркетингу. Вивчення причин даного явища дозволило нам визначити основні фактори, які стримують цей процес. Серед яких можна виділити наступні:

- інерційність мислення керівників;
- нестача фінансових ресурсів;
- відсутність фахівців відповідного профілю;
- відсутність у керівників достатніх знань і досвіду у сфері маркетингу;
- невпевненість у тому, що діяльність маркетингового підрозділу є ефективним і дозволить у нинішніх умовах позитивно вирішити питання, пов'язані з ефективним виробництвом і просуванням продукції на ринок.

Система маркетингового менеджменту являє собою комплекс взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів маркетингу в системі управління, а саме маркетинг-міксу, структури управління

маркетингом, та функцій які здійснюються в зовнішньому та внутрішньому середовищі.

До складу елементів системи маркетингового менеджменту підприємства включають організаційно-управлінський, дослідницький та програмно-контрольований елементи. Дані елементи можуть бути представлені окремими відділами, кожен з яких виконує свою роботу. За умови ефективного управління системою маркетингу на сільськогосподарському підприємстві з використанням системного підходу можна здійснити реалізацію наступних завдань:

- своєчасне визначення існуючих потреб ринку;
- вибір найпривабливіших сегментів ринку, розробка стратегії для них;
- розробка необхідних маркетингових програм, що включатимуть комплекс всього маркетингового інструментарію;
- підтримка співвідношення між попитом та пропозицією.

Систему маркетингового управління аграрним підприємством можна представити як складну систему елементів (структурний аспект) і дій (функціональний аспект), за допомогою яких забезпечується збалансованість системи управління маркетинговою діяльністю [3, с. 43].

Також, слід зазначити, що ефективність системи маркетингу залежить від уміння менеджерів розробляти прибуткові стратегії на основі філософії, організації та інформаційних ресурсів. Зрештою, ефективність маркетингу залежить від здатності успішно впроваджувати маркетингові плани на різних рівнях організації.

Схематично це можна представити наступним чином (рис. 1).

Однією з переваг представленої моделі є те, що вона універсальна – модель може бути використана у будь-якій галузі та на будь-якому підприємстві. Важливою умовою використання даної моделі є існування маркетингового підрозділу на підприємстві. Сьогодні вже всі керівники підприємств, що наявність такого відділу є обов'язковою умовою конкурентоспроможного існування підприємства

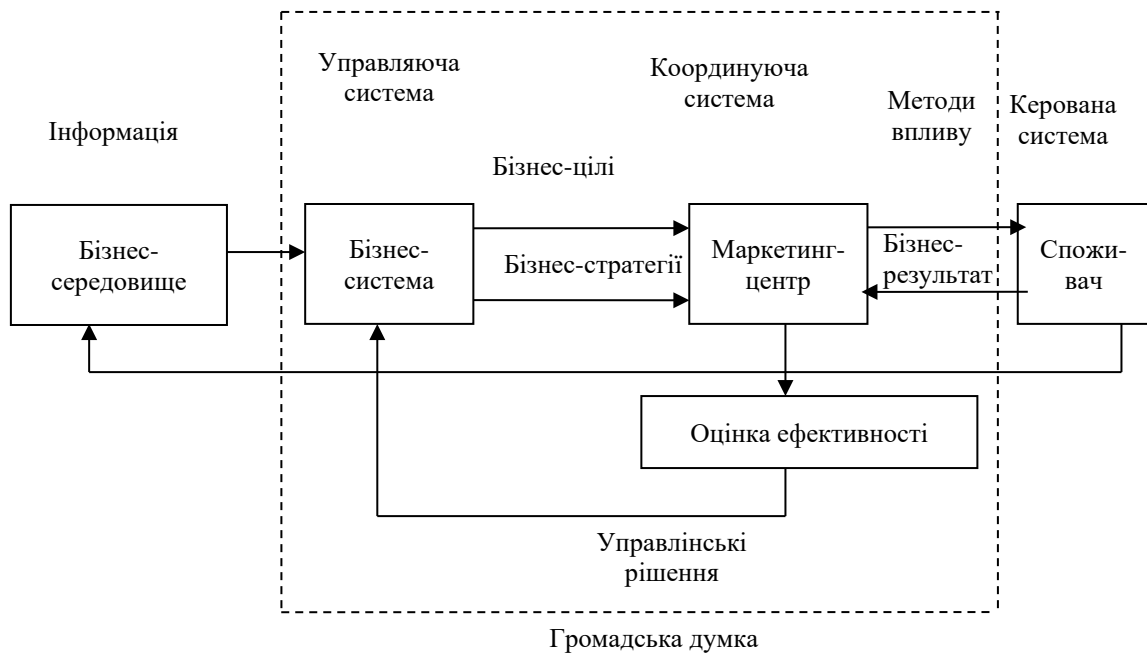


Рис. 1. Модель управління системою маркетингу в аграрному підприємстві

Джерело: сформовано авторами

Для удосконалення процесу управління системою маркетингу для аграрних підприємств нами запропоновано використання системного підходу – це, перш за все, розуміння того, що весь об’єкт, який розглядається, являє собою систему, складену з частин, кожна з яких має свої власні інтереси. Тому досягнення загальної мети можливе лише тоді, коли розглядати систему маркетингу на підприємстві як єдину систему, але яка, в свою чергу складається окремих елементів, які взаємодіють один з одним.

Згідно із системним підходом, основними частинами системи маркетингу є вхід, процес або операція й вихід. На вході в систему поступає інформація зовні, тобто із бізнес-середовища, з якою пов’язане підприємство. У другій частині системи – операції, процеси – бізнес-система, тобто підприємство, яке являє собою управляючу підсистему, аналізує інформацію, що надійшла зовні, формує на основі неї складає бізнес-плани та розробляє бізнес-стратегії, що направляються в відділ маркетингу. В даному випадку відділ маркетингу виступає як координуюча підсистема, в якій

отримані бізнес-цілі та бізнес-стратегії аналізуються та формуються в методи впливу.

Таким чином, згідно з системним підходом, який базується на тому, що на виході повинен бути результат діяльності підприємства, ми маємо на виході в якості результату діяльності методи впливу, направлені на споживачів – керовану підсистему. Після впливу на споживача ми маємо отримувати від керованої підсистеми бізнес-результат, який аналізується, робиться оцінка ефективності цього впливу та формуються управлінські рішення.

За умови ефективного управління системою маркетингу на підприємстві з використанням системного підходу можна досягти наступних цілей: своєчасне визначення існуючих потреб ринку; вибір найпривабливіших сегментів ринку; розробка необхідних маркетингових програм, що включатимуть весь арсенал маркетингового інструментарію; підтримка балансу між попитом та пропозицією. Усі перераховані цілі є дуже важливими для підприємства і можуть забезпечити йому ефективну діяльність, фінансову стабільність та максимальні прибутки.

Список використаної літератури:

1. Карпенко А. В. Оцінка системи управління маркетингом на підприємстві. *Держава та регіони*. 2007. № 1. С. 135–138.
2. Багорка М. О., Пилипенко А. С. Маркетинговий менеджмент у системі управління аграрним підприємством та шляхи його удосконалення. *Науковий вісник ХДУ*. 2017. Випуск 26. Частина 1. Серія: «Економічні науки». С. 119–123.
3. Багорка М. О., Кадирус І. Г. Упровадження маркетингової концепції управління в практичну діяльність аграрних підприємств. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія «Економіка та підприємництво»*. 2021. № 1 (118). С. 42–47.

Бездітко Олена Євгенівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу;*

Меденко Оксана Петрівна
*студентка,
Поліський національний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-11>

УПРАВЛІННЯ ОПЛАТОЮ ПРАЦІ ТОВ «ПОЛТАВА-САД»

Сучасні умови функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання відзначаються високим рівнем складності, що висуває на перший план питання, пов'язані із забезпеченням ефективного функціонування та розвитку підприємств та організацій. Персонал підприємства, у свою чергу, є одним з ключових чинників, що обумовлює його можливості до виживання та розвитку у сучасних умовах. Водночас із залученням та використанням трудових здібностей працівників тісно пов'язане питання оплати їх праці, що виступає ключовим мотиватором продуктивної діяльності. Організація оплати праці відіграє важливу роль у діяльності підприємства також з позиції витратної складової, адже витрати на оплату праці формують вагому статтю сукупних витрат підприємства. Отже, з одного боку оплата праці є інструментом забезпечення продуктивної діяльності працівників, з іншого – елементом формування витрат, що визначає актуальність досліджень у визначеній сфері.

Питанням оплати праці присвячено багато вітчизняних та зарубіжних праць, серед яких варто відзначити Л. Бражнікову, Л. Васюренко, С. Гарну, Д. Домаш, О. Дробішева, К. Гулько, Ю. Марченко, С. Олійник, О. Попович, К. Чухно, А. Шнурко, В. Божко, А. Колот, В. Прокопенко, О. Ярошенко та ін.

На думку Л. Бражнікової, С. Гарної, А. Шнурко оплата праці є важливою характеристикою ринку праці, вона визначається умовами цього ринку і водночас її розмір визначає попит на робочу силу та її пропозицію. Оплата праці поєднує інтереси та потреби

працівників, роботодавців і держави, що визначає ефективність соціально-трудових відносин [2, с. 168]. Зважаючи на багатоаспектність представленої дефініції «оплата праці», на думку авторів, О. Бондаренко, А. Тітаренко – це економічна категорія, яка розглядається з декількох аспектів: як елемент праці, як економічна категорія, з боку працівника, з боку роботодавця [1, с. 81].

Для нашої країни характерна ситуація, за якої найефективнішим мотивуючим фактором для більшості працюючих є матеріальний фактор. Основною складовою матеріальної мотивації праці в умовах ТОВ «Полтава-Сад» є насамперед оплата праці. Проаналізуємо обсяг і структуру фонду оплати праці ТОВ «Полтава-Сад» за 2019–2021 роки (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяг та структура фонду оплати праці

№ з/п	Складові фонду оплати праці	2019 р.		2020 р.		2021 р.		Відхилення 2021 р. до 2019 р., %
		тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	
1.	Всього фонд оплати праці	8453,3	100,0	10863,3	100,0	12799,1	100,0	51,4
2.	Основна заробітна плата	6327,2	75,0	7723,1	71,0	9523,1	74,0	50,5
3.	Додаткова заробітна плата	2126,1	25,0	3140,2	29,0	3276,0	26,0	54,0

Джерело: розраховано за даними статистичної звітності підприємства

Проаналізувавши обсяг і структуру фонду оплати праці за аналізований період, зазначимо що, фонд оплати праці збільшився на 51,4%, тобто більш як на половину, це спричинено підвищенням мінімальної заробітної плати та збільшенням обсягів реалізації

продукції. В 2021 році в структурі заробітної плати найбільшу питому вагу займає основна заробітна плата, її частка становить – 74,0%, а додаткова заробітна плата складає 26,0%, інші заохочувальні та компенсаційні виплати за аналізований період відсутні. Дослідження ефективності формування заробітної плати з точки зору співвідношення між темпами зростання продуктивності праці та заробітної плати показало, що за аналізований період темпи росту продуктивності праці менші за темпи росту середньорічної заробітної плати, що не відповідає важливому принципу організації оплати праці. Коефіцієнт співвідношення темпів росту продуктивності праці та заробітної плати залишається меншим за одиницю, що є негативним явищем, оскільки вказує на те, що заробітна плата збільшується більшими темпами, ніж продуктивність праці.

Таким чином, дослідження особливостей управління оплатою праці працівників ТОВ «Полтава-сад» надало можливість виявити недостатній рівень реалізації мотивуючої функції заробітної плати. Відтак, одним з ключових напрямів удосконалення у даній сфері виступає покращення системи мотивації персоналу підприємства. На нашу думку, до напрямків, заходів та дій щодо покращення управління оплатою праці та економічного зростання ТОВ «Полтава-сад» можна віднести:

1. Запровадження гнучкої системи оплати праці: збільшити тарифну ставку та встановити преміювання в залежності від отриманого прибутку. Наприклад, якщо план перевиконано на 5% – 15% від ставки, якщо план перевиконано більше ніж на 20% – відповідно на 30%. Таку систему мотивації можна впровадити для робітників. Вони будуть зацікавлені в збільшенні розмірів готової продукції. Крім того, це передбачає можливість персоналу приймати участь у прибутку підприємства, що є важливим стимулом для працівників.

2. За виконання особливо важливої роботи на термін її виконання встановлювати додаткову оплату у розмірі 15% тарифної ставки. Умови та розмір додаткової оплати праці внести до колективного договору та в положення преміювання працівників.

3. Здійснювати виплату винагороди за вислугу років, це сприятиме зменшенню плинності кадрів та закріпленню висококваліфікованих та досвідчених працівників на підприємстві.

4. Для висококваліфікованих працівників та керівників можна застосовувати систему «оплати за кваліфікацію». Суть її полягає у тому, що рівень оплати праці залежить не тільки від складності роботи, що виконується, а й набору професій (спеціальностей), які працівник опанував і здатний використовувати відповідні знання, навички в своїй діяльності. У першу чергу має заохочуватись оволодіння і суміщення професій по горизонталі, тобто суміжні роботи. Потім найбільш кваліфіковані робітники починають опановувати і професії (спеціальності) по вертикалі (налагодження і ремонт обладнання, участь у виконанні управлінських функцій).

5. Необхідно підвищувати індивідуалізацію заробітної плати, яка базується на оцінці заслуг. Запровадження грейдової системи оплати праці, яка реалізується на наступних етапах її розробки:

- оцінка посад;
- визначення цінності посад;
- установа міжкваліфікаційних співвідношень для кожного грейду;
- встановлення мінімального посадового окладу для кожного грейду.

При цьому кожній посадовій позиції присвоюється свій грейд, відповідно до якого розраховують рівень заробітної плати.

6. Звернути увагу на нематеріальне стимулювання: навчання персоналу, соціальну політику, кадровий резерв та кар'єрне зростання, заходи щодо організації праці, моральне стимулювання, мотиваційні заходи.

Таким чином, впровадження на підприємстві запропонованих напрямків має сприяти ефективнішому використанню робочої сили, вдосконаленню методів, форм і систем оплати праці, що в кінцевому результаті дозволить підвищити добробут населення України взагалі.

Список використаної літератури:

1. Бондаренко О. М. Тітаренко А. Д. Економічна сутність поняття «оплата праці» як об'єкта обліку, аналізу та аудиту. *Фінансовий простір*. 2020. № 4 (40). С. 78–85.
2. Бражнікова Л. М., Гарна С. О. Шнурко А. М. Сучасний стан організації розрахунків з оплати праці в умовах розвитку інформаційних технологій. *Інноваційна економіка*. 2020. № 1–2. С. 164–169.

Бібік Дмитро Володимирович

студент магістратури;

Продіус Юлія Іванівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри міжнародного менеджменту та інновацій,

Інститут економіки та менеджменту

Національного університету «Одеська політехніка»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-12>

ОСОБЛИВОСТІ УКЛАДАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних реаліях, коли в Україні встановлено військовий стан, великої важливості набирає вдосконалення управління міжнародними партнерськими відносинами підприємства допоміжної діяльності у сфері транспорту, особливо для тих, які здійснювали свою діяльність переважно у портах Чорного та Азовського морів. Великої значимості здобув аналіз перспектив розвитку міжнародних партнерських відносин підприємств допоміжної діяльності у сфері транспорту в Україні в умовах військового стану, які можуть у майбутньому стати приводом для розширення асортименту послуг для компаній, які потребують постійного контролю, моніторингу та планування з боку керівництва, які повинні розробити досконалу систему управління.

Коли підприємство виходять на нові міжнародні ринки, їм необхідно одразу почати шукати та встановлювати стосунки з партнерами та компаніями, які здійснюють свою діяльність за кордоном, а також розвинути глибше розуміння культури та ділової практики на міжнародних ринках. Це важливо, оскільки вони зможуть надати підприємствам доступ до всіх видів ресурсів, які можуть підвищити їхню конкурентоспроможність або надати знання, які будуть необхідні для виходу на міжнародні ринки. Якість обслуговування та комфортний спосіб зв'язку між партнерськими підприємствами можуть стати додатковою

перевагою для підписання партнерської угоди. Уміння об'єктивно розглядати факти в атмосфері конфлікту з партнерами є обов'язковим, тому ці умови ведення перемовин потрібно постійно вдосконалювати. Ведення взаємовідносин з іншими міжнародними компаніями дозволяє розширювати діяльність та покращувати існуючі пропозиції.

Партнерство – це взаємовигідна угода між двома компаніями, які безпосередньо не конкурують одна з одною. Ефективне управління є основою успішного партнерства, тому крайне важливо, щоб старші керівники партнерських організацій продовжували брати участь у нагляді за партнерством. По крайній мірі, кожен партнер повинен назначити старшого лінійного керівника компанії в якості спонсора угод – людину, яка може зосередити увагу операційних керівників і менеджерів альянсів на пріоритетах, і в цілому створювати середу, в якій кожен може діяти з більшою впевненістю та координацією [1].

Культурне різноманіття світу є результатом безпосереднього контакту людей різних культур. Глобалізація економічної діяльності, яка є невід'ємною частиною процесу діяльності компаній, ще більше підкреслює важливість соціокультурних впливів, зумовлених історичною спадщиною окремих країн. Важливим стало не тільки розуміти особливості культур різних народів, а й співпрацювати, використовуючи сильні сторони окремих культур і водночас поважаючи індивідуальність та автономію, поважаючи традиції та звичаї. Усе це робить знання про специфіку менеджменту в міжкультурному середовищі на тлі глобалізаційних процесів все більш необхідними. Ознайомлення з цими питаннями можна вважати однією з основних умов функціонування міжнародної організації.

Відносини починаються з кількох переговорів або зустрічей, під час яких партнери досліджують потенційні проблеми спільної роботи, вивчають відмінності, розробляють спільні протоколи для управління цими відмінностями та встановлюють процедурні механізми для своєї повсякденної роботи. Отримані домовленості та ясність прокладають шлях до швидшого прийняття рішень, зменшення розчарування та вдосконалення механізму контролю та

моніторингу. Коли організації вкладають час і ресурси для спільного ведення партнерських відносин, партнерство створює набагато більшу додану вартість, ніж коли вони зосереджуються лише на бізнес-цілях, юридичних і офіційних контрактах тощо.

Міжнародний процес управління партнерськими відносинами вимагає інтеграції багатьох бізнес-процесів, технологічних і розподільчих процесів для досягнення бажаного успіху на ринку. Розмір компанії не є перешкодою для здійснення закордонної експансії. Дослідження показують, що малі підприємства дуже швидко глобалізується з самого початку своєї діяльності. Останніми роками все більше малих та середніх підприємств зазнали швидкої інтернаціоналізації, що призводить до швидких результатів у плані розвитку підприємства [2].

Звичайно, не зникають і вічні проблеми, пов'язані з управлінням з міжнародними партнерами, особливо в міру того, як компанії все частіше налагоджують відносини з партнерами у різних секторах та регіонах. Як зазначає журнал McKinsey&Company, основними з передбачуваних ризиків для стратегічних партнерств є розбіжність партнерів щодо центральних цілей відносин, погана комунікаційна система між партнерами, погані процеси управління, а також нездатність партнерів визначити та швидко внести зміни, необхідні для успіху стосунків [3].

Комунікація між іноземними партнерськими відділами є складним процесом, і можна допустити багато помилок як від відправника, так і від одержувача повідомлень. У зв'язку з цим ще важливіше забезпечити правильний зв'язок між підприємствами-партнерами. Для функціонування партнерства вкрай важливо забезпечити наявність чітких інформаційних потоків між партнерами, між менеджером партнерства та їхнім персоналом, а також між самими партнерами (і будь-якими структурами, в яких вони беруть участь, наприклад, правління директорів). Це допоможе міжнародним партнерам зрозуміти, як насправді функціонує їхнє партнерство, обмеження, за яких воно діє, а також відповідні ролі інших залучених партнерів, організацій та людей [4]. Правильно організована система комунікації полегшить взаємодію між партнерами.

Міжнародні партнерські відносини можуть бути складними залежно від обсягу бізнес-операцій та кількості залучених партнерів. Щоб зменшити ймовірність виникнення складнощів або конфліктів між партнерами в рамках такого типу бізнес-структур, необхідно створити партнерську угоду. Партнерська угода – це юридичний документ, який визначає спосіб ведення бізнесу та деталізує відносини між кожним партнером.

Хоча кожна партнерська угода відрізняється залежно від бізнес-цілей, у документі повинні бути докладно описані певні умови, включаючи відсоток володіння, поділ прибутку та збитків, тривалість міжнародного партнерства, умови прийняття сумісних рішень та методи вирішення суперечок, повноваження партнерів. У рамках партнерської угоди окремі особи зобов'язуються зробити свій внесок у розвиток бізнесу. Партнери можуть погодитися внести капітал у компанію як грошовий внесок, щоб допомогти покрити витрати на запуск або обладнання, а послуги або майно можуть бути закладені в рамках партнерської угоди [1].

Щоб звести до мінімуму конфліктні ситуації, було виявлено, що керівники обох сторін повинні прагнути спільно визначити та домовитися про те, як координувати та адаптувати дії, які є особливо важливими для відносин. Це вимагає від обох сторін тісної участі у своїй діяльності [5]. Таким чином, міжнародні партнери повинні мати повну згоду щодо цілей партнерства та процесу, за допомогою якого його цілі можуть бути досягнуті.

Правове регулювання партнерських відносин, що виникають під час здійснення спільної діяльності її учасниками, в основному передбачено Цивільним кодексом України (ст. 1130–1143) [6]. Згідно статтею 1131 цього кодексу, договір повинен укладатись у письмовій формі та участь у написанні цього договору повинні приймати та визначатись за домовленістю обох партнерів, якщо інше не встановлено законом про окремі види спільної діяльності. Розподіл прибутку, згідно статті 1139 ЦК України, визначається пропорційно вартості вкладів учасників у спільне майно, якщо інше не встановлено договором простого товариства або іншою домовленістю учасників.

Таким чином, можна зробити висновки та сказати, що партнерство між підприємствами – це домовленість між двома або більше компаніями щодо здійснення взаємовигідного проекту, при цьому кожна з них зберігає свою незалежність. Компанії можуть вступати в партнерські відносини, щоб вийти на новий ринок, покращити свою продуктову лінійку або отримати перевагу над конкурентом. Партнерська угода дозволяє двом підприємствам працювати над досягненням спільної мети, яка принесе користь обом.

Основною проблемою управління міжнародними партнерськими відносинами підприємства є мультикультуралізм. Різна культура країн світу, глибоко вкорінена в свідомості людей, впливає на їхню поведінку також у ділових відносинах. Культурне середовище визначає підхід до мотивації працівників, керівництва, ступінь децентралізації влади, спосіб організації діяльності, координацію іноземних суб'єктів, вирішення конфліктів, управління відділами, прийняття рішень, ведення ділових переговорів тощо.

Щоб звести до мінімуму конфліктні ситуації, було виявлено, що керівники обох сторін повинні прагнути спільно визначити та домовитися про те, як координувати та адаптувати дії, які є особливо важливими для відносин. Це вимагає від обох сторін тісної участі у своїй діяльності. Таким чином, міжнародні партнери повинні мати повну згоду щодо цілей партнерства та процесу, за допомогою якого його цілі можуть бути досягнуті.

Можна прийти до висновку, що критерії успіху проекту необхідно ретельно відстежувати та контролювати, щоб гарантувати усунення або принаймні мінімізацію відхилень, це входить до сфери операційної функції управління міжнародними партнерськими відносинами. Тому багато підприємств, які мають партнерів у різних країнах застосовують різні інструментів і методів контролю та моніторингу.

Список використаної літератури:

1. Гандзюра А. В. Стратегічне партнерство як інструмент реалізації міжнародних двосторонніх відносин. *Юридичний вісник*. 2020. № 1. С. 376–383.

2. Терещенко О. Л. Партнерські відносини в контексті розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. Київ. 2018. 254 с.
3. Paul Teague. What is Enterprise Partnership? *Organization*. 2019. № 1. С. 567–589
4. Гутарева Ю. В., Аннаєв Б. С. Особливості комерціалізації інноваційних розробок на умовах аутсорсингу. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. № 12(2). С. 88–90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2015_12%282%29__22.
5. Carrie G., Donald Thomas, S. Lyons Rebecca, C. Tribbey. A partnership for strategic planning and management in a public organization. *Public Performance & Management*. 2017. P. 176–193.
6. Цивільний кодекс України: Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

Дружиніна Вікторія Валеріївна
*доктор економічних наук, професор кафедри
бізнес адміністрування, маркетингу і туризму;*

Маланчук Злата Станіславівна
здобувачка вищої освіти рівня «Бакалавр»;

Прояєв Ян Ігорович
*здобувач вищої освіти рівня «Бакалавр»,
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-13>

ІНОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Одним із ключових факторів, що визначають конкурентоспроможність територій, є іновації. Однак у туризмі вони проявляються рідше, ніж в інших секторах економіки. В основному це пов'язано зі специфікою туризму, зокрема фрагментованістю туристичної пропозиції, сезонністю та домінуванням малого та середнього бізнесу. Особливо трудно говорити про іновації і їх вплив на розвиток туризму в безпечних неокупованих областях країни в період воєнних дій. Актуальність даного дослідження обумовлюється важливістю проблематики вивчення туристичного ринку і його конкурентоспроможності в умовах іноваційного розвитку туристичних підприємств.

Питання управління та створення іновацій у сфері туризму під час воєнного стану досліджені у роботах багатьох вітчизняних науковців. Зокрема, Барвінок Н. В. дослідила вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні та розглянула перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. Такі науковці, як Сидорак Л. А., Кириченко С., Малярчук Н. М., Зарубіна А. К., Сіра Е. Д. також дослідили дану тему у своїх працях.

Можемо помітити, що в'їзний туризм змінився після початку бойових дій в країні. Галузь туризму, як складова частина

економіки України, зазнала великих втрат під час воєнного стану. На даний момент діяльність турсператорів відновилася приблизно на 25–50%. Найбільш привабливими для туристів стали Львівська та Івано-Франківська області. Друге місце посідають Одеська та Полтавська області та м. Київ. Менш популярними являються всі інші області, включаючи окуповані території. З початком воєнного стану в Україні іноваційним підходом у сфері туризму стала віддалена робота. Люди були змушені покинути свої домівки та переїхати до інших міст або навіть країн, але багато з них продовжили працювати на своїх роботах.

Наприклад, компанія «TEZ Tour Україна» продовжує роботу під час війни – співробітники займаються переоформленням бронювань, розрахунками і поточними завданнями, тобто все, щоб підтримати економіку держави [1].

Для працівників туристичних підприємств можна виділити такі переваги в дистанційній роботі: економія часу на дорогу, можливість самостійно розподіляти робочий час, можливість працювати в будь-якому місці та можливість працювати на декількох роботах одночасно [2]. Із недоліків дистанційної роботи наявні відволікання від роботи через побутові фактори та нестача живого спілкування.

Також до іноваційних напрямків можна віднести можливість біженців відкривати або підтримувати свій бізнес в інших містах. Наприклад, нещодавно переселенці з Харкова відкрили в м. Кременчук своє анти-кафе «Що за Game». Українські переселенці мають змогу отримати грант на суму \$1050 на початок власного бізнесу. Таку програму допомоги громадянам, які постраждали від війни, запустила Данська рада у справах біженців [3]. Щоб отримати гроші, українці мають подати документи, які доводять їхню відповідність критеріям програми, а саме: розуміння процесу реалізації бізнес-ідеї та її реалістичність; наявність відповідного досвіду; збалансованість бюджету. Метою даної програми допомоги переселенцям є підвищення конкурентоспроможності на ринку праці та можливість забезпечити регулярний дохід.

Також важливою іновацією є впровадження взаємодії з людьми з обмеженими можливостями. Це може бути доступна для них

екскурсія, щоб допомогти їм соціалізуватися у суспільстві у складний воєнний час. Така екскурсія є міським проектом «Місто без сходинок», який зроби великий внесок в міський інклюзивний туризм під час воєнного стану, тому що він має можливість висвітлити проблеми людей з особливими потребами, зміцнить взаємодію таких людей та допоможе їм влитися у громадське життя міста за допомогою екскурсійної діяльності та різноманітних заходів дозвілля [4; 5]. Узагальнення інноваційних підходів сучасності наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Систематизація інноваційних підходів під час воєнного стану

№ з/п	Інновація	Адаптація під сучасні умови	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
1	Віддалена робота туристичних підприємств	Забезпечення людей роботою, підтримка сфери туризму та економіки країни	Економія часу на дорогу, можливість самостійно розподіляти робочий час, можливість працювати в будь-якому місці та можливість працювати на декількох роботах одночасно	Наявні відволікання від роботи через побутові фактори та нестача живого спілкування
2	Ведення бізнесу під час війни	Підвищення конкурентоспроможності на ринку праці та можливість забезпечити регулярний дохід	Полегшений старт, завдяки підтримці держави та іншого бізнесу; попит, який відновився до довоєнних показників; знижена конкуренція; допомога економіці країни; помірні початкові інвестиції та можливість масштабування	Нестабільна економічна і політична ситуація; неможливість довгострокового планування через війну; ускладнений імпорт товарів [6]

Продовження Таблиці 1

1	2	3	4	5
3	Взаємодія з людьми з обмеженими можливостями	інтегрувати людей з особливостями до громадського життя міста за допомогою екскурсійної діяльності (впровадити проєкт “Місто без сходинок”)	Права та благополуччя людей з особливостями стають актуальним глобальним пріоритетом. Згідно Конвенції ООН їм забезпечується рівний доступ до інформації, державних послуг та фізичного середовища	Мала кількість пристосованих маршрутів для людей з обмеженими можливостями; проблеми з технічним забезпеченням

Таким чином, результати дослідження допомогли зробити висновок, що такі тенденції, як віддалена робота туристичних підприємств та ведення бізнесу під час війни допомогли людям пристосуватися до складних умов, зберегти робочі місця та підтримати економіку держави. Також було описано можливість взаємодії з людьми з обмеженими можливостями за допомогою проєкту «Місто без сходин».

Список використаної літератури:

1. Евакуація та заморожені рахунки. Що відбувається з турфірмами в Україні після початку війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/evakuatsiya-zamorozhennye-scheta-proishodit-1650917336.html> (дата звернення: 15.02.2023).
2. 58% робітників не проти продовжувати працювати віддалено: результати опитування. URL: <https://blog.olx.ua/25181/58-pracivnikiv-ne-proti-prodov-zhuvati-pracyuvati-viddaleno-rezultati-opituvannya/> (дата звернення: 10.03.2023).
3. Переселенці можуть отримати \$1050 на започаткування власної справи: як подати заявку. URL: <https://thepage.ua/news/kak-otkryt-biznes-vo-vremya-vojny-pereselency-mogut-poluchit-dollar1050> (дата звернення: 18.03.2023).
4. Прояєв Я., Дружиніна В. Принципи проведення екскурсій для змішаних груп з вадами слуху. *Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи* : матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. м. Кременчук, 13–14 жовтня 2021 р. Кременчук, 2021. С. 114–115.
5. Маланчук З., Дружиніна В. Інклюзивний туризм: проблеми і перспективи розвитку. *Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи*

в умовах глобалізації : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. м. Кременчук, 8–10 листопада 2021 року. Кременчук, 2021. С. 110–113.

6. Бізнес під час війни. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/biznes-vo-vremya-voynu/> (дата звернення: 20.03.2023).

Лесів Інна Геннадіївна
*аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Запорізький національний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-14>

ВПЛИВ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩ НА ПРОЦЕС ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Питання, пов'язані з плануванням, займають особливе місце в економічній науці. Планування, як вид управлінської діяльності направлено на вибір оптимальної альтернативи розвитку виробничо-господарської діяльності промислового підприємства, розрахованої на певний період часу. Його результатом є план заходів (завдань) – багатоцільова і збалансована програма розвитку промислового підприємства в цілому, спрямована на досягнення ефективного використання всіх видів ресурсів в певний період часу [4].

В сучасних економічних умовах, при зростанні швидкості технічного прогресу в інформаційних технологіях, в біоінженерії, в провадженні електротранспорту і появи ChatGPT у повсякденному житті та загальна нестабільність світової економіки, воєнні дії на території України і масовий виїзд високо кваліфікованих спеціалістів за кордон, можна констатувати наявність високої динаміки впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на підприємства. Це сприяє суттєвому підвищенню якості управлінських рішень на промислових підприємствах, що забезпечують збереження та/або підвищення стійкості функціонування підприємства на ринку.

Кіпа Д. В зазначає, що діяльність сучасних підприємств пов'язана з необхідністю відповідності світовим стандартам, залучення інвестицій в розвиток, обліку динаміки внутрішніх і зовнішніх факторів, котрі впливають на підприємство. Тому важливо вивчати середовище підприємства. Середовище – це сукупність об'єктивних

умов, в яких здійснюється діяльність організації. Розрізняють внутрішнє і зовнішнє середовище виробничо-господарської діяльності промислового підприємства. Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовищ виробничо-господарської діяльності є обов'язковим для промислового підприємства на протязі всієї своєї діяльності на ринку. Усвідомлене розуміння умов, в яких знаходиться промислове підприємство, спонукає до виробленню найбільш ефективної стратегії його розвитку. Глибокий і ретельний аналіз як внутрішньої, так і зовнішнього середовища – необхідна передумова прийняття управлінських рішень за результатами проведеного дослідження. Економічна інформація, яка надходить в процесі такого аналізу – це конкретний вияв, що відбуваються всередині підприємства процесів [1, с. 323].

Г. Г. Савіна і Т. І. Скібіна наголошують, що промислове підприємство, має безліч взаємозв'язків із середовищем, в якій вона функціонує. З зовнішнього оточення в організацію надходять як ресурси, необхідні для її діяльності, так і інформація, яка спрямовує і підтримує її. Внутрішнє середовище використовує надходять ресурси в сукупності з усіма іншими елементами і факторами, перетворюючи їх в готовий продукт, який, в свою чергу, задовольняє потреби зовнішнього середовища. Це основа існування будь-якого підприємства [2].

При плануванні та економічному аналізі необхідно враховувати вплив чинників внутрішнього і зовнішнього середовища на виробничо-господарської діяльності промислового підприємства. Формування чинників внутрішнього і зовнішнього середовища залежить від конкретних умов, видів, часу, місця діяльності підприємства.

Чинники внутрішнього середовища: персонал, виробництво, матеріальні ресурси, наукові дослідження та досвідчені конструкторські роботи, місце розташування підприємства і менеджмент, маркетинг, фінанси і облік.

Розглянемо чинники зовнішнього середовища, що впливають на показники виробничо-господарської діяльності промислового підприємства. Зовнішнє середовище – це сукупність чинників, які знаходяться поза підприємством, і мають прямий вплив на

виробничо-господарської діяльності промислового підприємства. Наприклад, підприємства залежать від поставок ресурсів, енергії, кадрів, споживачів.

Можна виділити такі основні характеристики зовнішнього середовища: когерентність; складність; рухливість; невизначеність.

Когерентність чинників зовнішнього середовища (взаємозумовленість різних чинників) промислового підприємства – це відношення рів сил зміни одного чинника, котрий впливає на інші компоненти середовища. Зміна будь-якого чинника оточення може обумовлювати зміну інших. Складність зовнішнього середовища – число чинників, на які промислове підприємство зобов'язано реагувати, а також рівень варіативності кожного чинника. Рухливість середовища – це швидкість, з якою відбуваються зміни в оточенні промислового підприємства. Багато дослідників та вчених вказують, що оточення сучасних промислових підприємств змінюється з наростаючою швидкістю. Невизначеність зовнішнього середовища – співвідношення між кількістю інформації про середовище, якої володіє промислове підприємство, і упевненістю у рівні достовірності інформації.

Дослідники виділяють глобальну середу – макросередовище, мезосередовище та надрівень мікросередовища. Макросередовище це стан економіки і суспільства в цілому з важливими аспектами – макроекономічне, соціально-культурне, науково-технічний прогрес (НТП), міжнародні події і правові середовища. Мезосередовище (безпосереднє оточення) – це частина зовнішнього середовища, з якою промислове підприємство має впливаючи або залежні взаємодії. Мікросередовище це зовнішнє середовище – стан галузевого ринку, включаючи суб'єктів що визначають ринкову ситуацію: структуру ринку, тип конкуренції, кон'юнктуру ринку (постачальників, посередників, покупців і конкурентів) [3, с. 192].

Комплексне уявлення процесів функціонування промислового підприємства і його взаємодія з зовнішнім середовищем представлено на рис. 1.

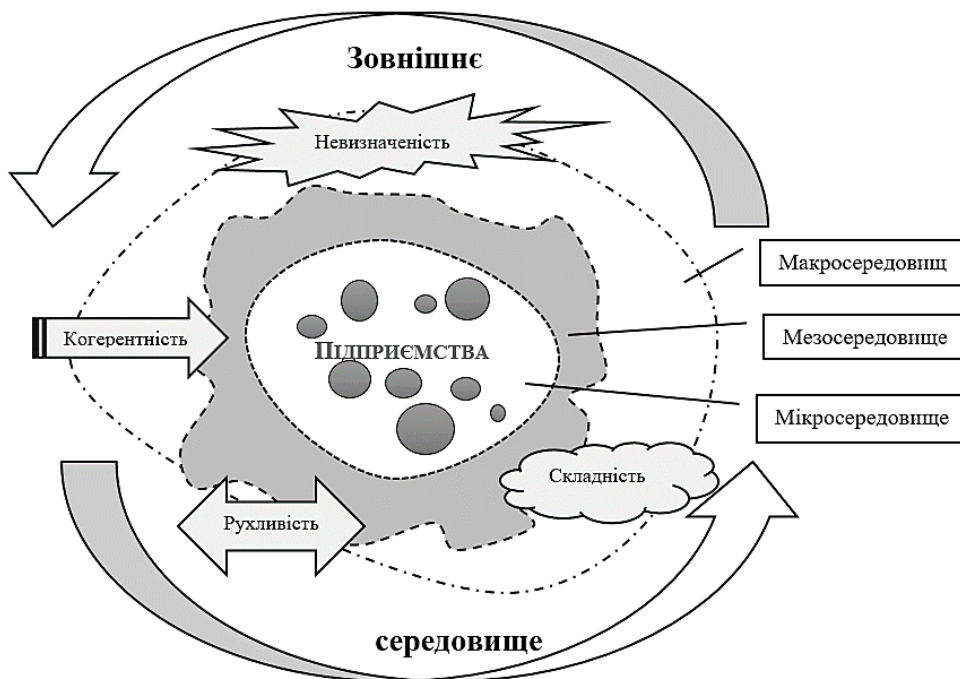


Рис. 1. Взаємодія промислового підприємства з зовнішнім середовищем

Джерело: власна розробка

Можна зробити висновки, що зазначені чинники середовищ мають великий вплив на виробничо-господарської діяльності промислового підприємства, тому висока організаційна, технологічна, сировинна залежність підприємств виробництва, узгодженість обсягів виробництва і збуту продукції, однорідність сировини і посилення конкуренції на ринку ставлять на центральне місце планування роботи підприємств.

Список використаної літератури:

1. Кіпа Д.В. Визначення впливу зовнішнього середовища на формування конкурентної стратегії підприємства. *Бізнес Інформ*. 2014. № 9. С. 322–329.
2. Савіна Г. Г., Скібіна Т. І. Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на рівень ефективності управління підприємством комплексу комунальних послуг. Видавництво: Ефективна економіка. Видавництво: ТОВ "ДКС Центр", 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5300>.
3. Фісуненко П. А., Лаже М. В. Аналіз факторів зовнішнього середовища будівельних підприємств, що впливають на економічну безпеку. *Бізнес Інформ*. 2016. № 10. С. 189–195.
2. Strategicheskoe planirovanie: Uchebnoe posobie pod red. prof. A.N. Petrova [Strategic planning. Tutorial ed. Prof. A. N. Petrova]. St. Petersburg, Znanie, GUEF Publ., 2003, 200 p.

Радченко Анастасія Михайлівна
студентка бакалаврату;

Джусов Олексій Анатолійович
*доктор економічних наук, професор,
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-15>

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ

Війна Росії проти України завдала і продовжує завдавати величезних збитків економіці нашої країни. Майже повністю зруйновано низку секторів економіки, порушено багато економічних зв'язків, логістичні маршрути, дуже великих змін зазнало маркетингове середовище. Але війна через якийсь час закінчиться і нам доведеться відновлювати нашу економіку. Тому в даний час актуальним завданням залишається вивчення довоєнної динаміки ринків низки продуктів та екстраполяції подальших змін цих ринків.

В умовах прискореного темпу життя та стресів, з яким українці стикається щоденно, вони особливо потребують якоїсь «віддушини» або засобу, які б допомагали їм зберігати внутрішню стійкість та працездатність. Кава й є одним з таких засобів, який здатен забезпечити людину енергією та ще й отримати смакове задоволення. Тому вивчення питань, пов'язаних із безперервним забезпеченням українців кавою є досить актуальною проблемою.

Мета роботи проаналізувати довоєнну галузеву структуру та визначити перспективи зростання українського ринку кави у післявоєнний період.

В останні роки ринок кави став предметом дослідження багатьох науковців. Зокрема, А. С. Карнаушенко дослідив основні чинники, що зумовили зростання роздрібного споживання кави у світі загалом та в Україні зокрема, вплив збільшення кількості закладів ресторанного господарства, регіональні аспекти розвитку кавового

бізнесу в Україні та перспективи діяльності закладів ресторанного господарства на ринку [1, с. 104–108; 2; 3].

Динаміку споживання, експорту та імпорту кави у 2018–2021 рр. та особливості цього ринку, розвиток кавового туризму у Львові, чинники та проблеми, пов'язані з ним, досліджував Г. Кушнірук [2].

Зростання споживання натуральної кави не тільки в Україні, а й в усьому світі зумовлене кількома факторами, такими як прискорення темпу життя людей, зростання популярності кави та збільшення кількості кав'ярень.

Продажі кави посідають друге місце у світі після енергоносіїв, випереджаючи продажі зброї та високотехнологічної продукції. Роздрібні продажі кави продовжують зростати. На рис. 1 показано динаміку роздрібних продажів кави в Україні у довоєнний період.

**Динаміка виробництва кави в Україні за 2018-2021 рік,
в натуральному вираженні, тис. тонн**

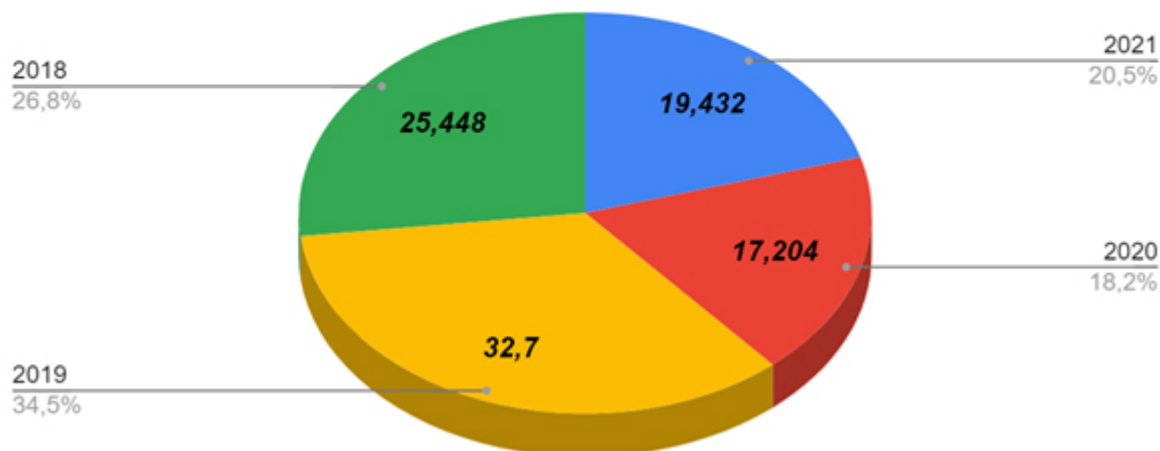


Рис. 1. Динаміка виробництва кави в Україні за 2018–2021 роки

Джерело: складено на основі [4]

Як видно із рис. 1, у 2018 році виробництво кави в Україні зросло на 26,8%. Виробництво кави в Україні базується на імпорті сировини, кавових зерен (арабіки чи робусти), які потім обсмажуються та фасуються, а українські виробники кави продають свою продукцію під власними торговими марками.

Українських виробників кави можна визначити, як компанії які обсмажують, розмелюють і фасують кавові зерна та виробляють

інші кавові продукти, або компанії, які виконують будь-яку з перерахованих вище функцій. Зростання споживання в Україні, що спостерігалось декілька років поспіль до війни, відповідно призвело до збільшення імпорту кави (рис. 2).

У 2019 році імпорт кави в Україну збільшився на 28,6%, у 2020 році – на 12,3%, а у 2021 році – на 8,4%. У 2021 році Україна імпортувала найбільше кави з Польщі (22,7%), Італії (15,3%) та Німеччини (8,1%) [5].

Просування продукції та інші PR-заходи також сприяли збільшенню попиту на каву. Зокрема, у Львові та Києві були організовані кавові фестивалі, які просували українську якісну каву, можливості подальшого розвитку кавової індустрії та обмін досвідом у виробництві та маркетингу кави.



Рис. 2. Динаміка виробництва кави в Україні за 2018–2021 роки

Джерело: складено на основі [4]

До початку війни з росією 24.02.2022 в Україні також спостерігалася висока концентрація різноманітних закладів громадського харчування, що сприяла посиленню конкуренції в секторі дистрибуції кави та збільшенню обсягів продажу кави та кавових продуктів. Пропозиція кави на українському ринку стрімко

зростала і при цьому конкуренція на ринку кави посилювалася, що позитивно впливало на якість кави.

Отже найбільш інтенсивна конкуренція спостерігалася у сегменті продажів недорогих кавових напоїв. Ринок кави також підтримувався збільшенням кількості міні-кав'ярень та кав'ярень. Останні переважно використовують високоякісні натуральні кавові зерна та сучасні альтернативні методи приготування цього напою, різні способи обсмажування кавових зерен та їх приготування.

В українському суспільстві також спостерігаються розбіжності популяризації кави залежно від регіону. Так, за результатами проведених досліджень встановлено, що на заході країни каву п'ють більше, ніж на сході, де у більшій мірі відчувається вплив східних традицій, в даному випадку чайних (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги споживачів по видах кави у регіонах України

Регіон	Не вживають кави, %	Натуральна кави, %	Кавовий напій, %	Розчинна кави, %
Західний	29,9	3,8	23,3	43,1
Західно-Центральний	41,8	3,3	7,8	47,1
Південний	33,6	4,2	17,6	44,5
Східно-Центральний	37,0	1,4	7,5	54,0
Східний	39	2,1	12,7	47,0

Джерело: побудовано автором на основі даних [6]

Ринок кави має слабкі сезонні характеристики. Протягом літніх місяців спостерігається тимчасовий спад продажів на 2–4% на рік в натуральному вираженні, який відновлюється у вересні. Як і для інших ринків гарячих напоїв, піковим періодом для ринку кави є зима. За останні роки середньорічне споживання кави в Україні зросло на 23%.

Таким чином, український ринок кави є досить перспективним і має великий потенціал. Найбільшу частину каналу збуту кави складають супермаркети, на які припадає 43% в натуральному та 45% у вартісному вираженні. Важливо відзначити, що обсяги імпорту зменшуються завдяки зростанню внутрішнього виробництва. Найпопулярнішими брендами кави в Україні є Кава «Галка», Віденська кава, ISLA, Кава зі Львова, Меделін та інші.

Український ринок кави вважається таким, що активно розвивається, зі стабільним зростанням попиту та значним потенціалом для подальшого зростання. Зокрема, прогноз продажів кави в Україні у наступні роки вказує на те, що після закінчення війни з росією, за умови збереження довоєнної динаміки зростання, ємність внутрішнього ринку кави має значно збільшитися.

Список використаної літератури:

1. Карнаушенко А. С. Кавова індустрія в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 2. С. 103–109.
2. Кушнірук Г. В. Сучасний стан і перспективи розвитку кавового туризму у Львові. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму. «Економічні науки»*. 2018. № 1. С. 56–61.
3. Глобальна економіка: актуальні проблеми та фактори розвитку: Монографія / С. Апальков, О. Бененсон, О. Булатова та ін. Дніпро : ДНУ, 2021. 426 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Дослідження ринку кави в Україні 2020. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/issledovanie-rynka-kofe-v-ukraine-2020-god>.
6. Маркетингове дослідження ринку кави – короткий огляд. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/marketingovoe-issledovanie-rynka-kofek-ratkij-obzor>.

Сало Яна Вікторівна
*кандидат економічних наук, старший викладач кафедри
маркетингу та міжнародної логістики
Одеського національного економічного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-16>

«ЗЕЛЕНА» РЕКЛАМА ТА ІНШІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ

На сучасному етапі проблеми захисту навколишнього середовища і підвищення якості життя обговорюються все гостріше. Цей тренд з'явився через привернення уваги людей до власного здоров'я і забруднення навколишнього середовища. Існує багато фактів, що підтверджують негативний вплив, що наносить людство та його діяльність на довкілля. Саме через це популярною стає тема захисту природи, що спричиняє появу попиту на екологічну продукцію і дає змогу розвиватися екологічному маркетингу.

Зелена реклама є інструментом для просування товарів та ініціатива організацій щодо захисту довкілля. Такий вид реклами викликає емоції у глядача і спонукає до дій. Така реклама має велике значення.

«Грінпіс» вирішив нагадати про тихоокеанську «сміттєву пляму», зобразивши на плакаті замість косяка риби косяк з пляшок, банок, пластикових стаканчиків. «Найбільше диво океану в тому, що він ще живий», – з розпачом стверджують представники природоохоронної організації [1].

Більшість компаній прагне отримати імідж «зелених», оскільки це не лише вигідно, а й необхідно, адже завдяки цьому простіше досягти більшої прихильності споживачів, впізнаваності бренду та підвищення продажів. Стає очевидним, що компанії, звертаючись до нових технологічних інновацій, домагаючись виробництва екологічно чистої продукції, використовуючи прогресивні технології, помітно підвищують свою конкурентоспроможність, відкривають для себе нові ринки,

розширюють свою частку на ринку та збільшують прибуток. «Зелена» економіка вже сама по собі стала не тільки брендом, а й загальним драйвером зростання. Якщо компанії вдається асоціювати себе із «зеленою» економікою, то вона може розраховувати на успіх.

Ринок «зеленої» продукції та послуг, що активно розвивається вимагає впровадження методів регулювання та контролю якості, більш ретельного аналізу та вивчення методик оцінки ступеня «озеленення» товару. З'являються нові інструменти контролю та регулювання ринку «зеленої» продукції через те, що цей напрямок стає гарантією отримання додаткового прибутку, який сильно приваблює недобросовісного виробника. Звідси виникає проблема грінвошингу (зеленого промивання). Термін «грінвошинг» відноситься до всіх галузей промисловості, що здійснюють псевдозелені ініціативи, основною метою яких є збільшення прибутку. Під грінвошингом розуміються нічим не підтвержені, часто безпідставні, рекламні заяви компаній, у яких їх продукція позиціонується як екологічно безпечна. Завдання грінвошингу – дати споживачам відчуття того, що продукти, цілі чи політика компанії є екологічно чистими. Насправді, «зелені» ініціативи компаній здебільшого спрямовані на покращення іміджу чи підвищення продажів, і найчастіше екологічна проблема не є основною метою компанії. Грінвошинг стає серйозною проблемою для галузі, оскільки це призводить до споживчого скептицизму.

На думку споживачів, екомаркування, «зелена» реклама, цифрові медіа, соціальні мережі та залучення споживачів до «зеленого» online діалогу – найбільш достовірні джерела інформації про споживчі властивості «зелених» товарів. З'явилося покоління споживачів, яких по-справжньому хвилюють проблеми збереження довкілля, це покоління забезпечує високий рівень споживання екологічних продуктів. Одяг з рослинних волокон, очищений від шкідливих домішок паливо, екомобілі, альтернативні джерела енергії, нові стандарти будівництва, здорова та повноцінна їжа мають природний попит у споживачів, розростається інтерес споживача до здорового способу життя, відмови від куріння та алкоголю, до занять спортом. Саме

споживач сьогодні стає важливою рушійною силою розвитку економіки його буквально захлеснула «зелена хвиля». Таким чином, споживачі диктують сьогодення та майбутнє епохи «зеленої» економіки, «зелених» ринків, «зелених» товарів.

Сьогодні споживачі більш вмотивовані в покупці екологічної продукції. Підприємства, як і завжди мають ціль задовольнити будь-які потреби клієнта. Екологічний ринок – новий тренд, що розвивається дуже швидко. Деякі компанії модернізують вже існуючий продукт і роблять з нього еко-продукт, інші вигадують щось зовсім нове, інноваційне.

Щоб просування екологічних товарів було ефективним, виробник повинен донести інформацію про свій товар споживачеві.

Серед інструментів просування слід назвати наступні:

– *Реклама.* Зовнішня та внутрішня реклама, Інтернет-реклама, телереклама, POS-матеріали та реклама на місцях продажу (екомаркування, екознаки, екологічне пакування), рекламні ролики екобренду. Реклама має здійснювати інформування про екологічний товар на ринку, про переваги таких продуктів, позитивні ефекти, пов'язані з виробництвом товарів і утилізацією відходів, про вплив на здоров'я і якість життя.

– *Стимулювання збуту.* Такий інструмент означає заходи щодо стимулювання попиту на екологічний товар, конкурси та акції. Наприклад, акція «Чернігівське ЕКОзупинки». «Якщо ви користуєтесь громадським транспортом або любляєте прогулянки вулицею Хрещатик, відвідайте зелений куточок на ЕКОзупинках «Чернігівське», зробіть яскраве фото на фоні природи серед урбаністичного пейзажу й отримайте можливість виграти ящик першого екопива України!» [2].

– *Пропаганда (наблісіті).* Це може бути використання знаменитостей з метою підвищення довіри споживачів, наприклад, у рекламі.

– *PR-діяльність.* Участь у різноманітних форумах та благодійність як інструмент PR, наприклад, волонтери та співробітники компаній можуть збиратися та облагороджувати

різні парки та набережні великих міст України. Або ж організувати екскурсії на заводи або цехи.

В останні десятиріччя наша планета потребує більшої уваги з боку людей. Із початком розвитку технологій ми маємо змогу менше впливати на довкілля. Поява екологічних продуктів і послуг створює проблему в їх просуванні. Тому зараз підприємства використовують екологічний маркетинг, завданням якого є розвиток ринку екологічних товарів.

Розвиток економіки, зокрема ринку екологічних виробів і послуг дає можливість вирішити економічні, соціальні та екологічні проблеми. Перспективами розвитку цього сектору в Україні є:

- можливість вдосконалення концепцій екологічного маркетингу;
- зниження негативного впливу на середовище та суспільство;
- створення нових екологічних технологій
- нові методи просування та збуту екологічної продукції;
- розвиток держави в сфері екології.

Список використаної літератури:

1. Зелена реклама у що вкласти гроші екологічний дайджест. URL: <https://jak.koshachek.com/articles/zelena-reklama-u-shho-vklasti-groshi-ekologichnij.html> (дата звернення: 02.04.2023).
2. Сокол П. М., Недзельська М. М. Просування екологічних товарів на українському ринку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 11. С. 446–449. URL: <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/94.pdf>.

НАПРЯМ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Бірюков Тимур Романович
аспірант,

Науковий керівник: Бухаріна Л. М.
доктор економічних наук, професор,
Запорізький національний університет

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-17>

ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ВІДХОДІВ

Циркулярність – це економічна модель, що представляє сталий розвиток як перехід від лінійної моделі, яка базується на споживанні й утилізації, до моделі, в якій термін служби продуктів – максимально можливий, а матеріали та відходи мінімізуються у замкнутих циклах [1]. Тому перехід до циркулярної економіки як новітньої соціально-економічної парадигми оптимізації використання ресурсів передбачає організацію ефективної системи менеджменту відходів.

Базовим законом країн ЄС у сфері управління відходами є Рамкова директива Європейського Парламенту та Ради 2008/98/ЄС про відходи [2]. Директива має обов'язкову силу та встановлює ключові цілі для держав-членів ЄС у сфері управління відходами, а кожна держава-член самостійно обирає механізми їх досягнення.

Протягом трьох років з дати набуття чинності Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, Україна мала ухвалити ряд законів та нормативно-правових актів для дотримання вимог Рамкової Директиви 2008/98/ЄС про відходи. Процес ратифікації Угоди про асоціацію між Україною та

Європейським Союзом було завершено 11 липня 2017 року, а отже до 1 вересня 2020 року вже мали відбутися важливі законодавчі зміни та реформи, адже наша країна пройшла процедуру, яка дозволяє виконання Угоди в односторонньому порядку [3]. Проте відповідний законопроект, що імплементує положення Директив ЄС у сфері поводження з відходами було прийнято тільки в 2022 році.

З метою гармонізації змісту категорій закріплених у національних нормативно-правових актах із дефініціями, наведеними в нормативах країн ЄС, 20 червня 2022 року було прийнято проект Закону України «Про управління відходами» № 2207-1-д [4]. За законом у більшості нормативно-правових актах природоохоронного законодавства України застарілий термін «поводження з відходами» замінюється на новий – «управління відходами», який трактується як комплекс заходів із збирання, перевезення, оброблення (відновлення, у тому числі сортування, та видалення) відходів, включаючи нагляд за такими операціями та подальший догляд за об'єктами видалення відходів. Закон визначає основні операції з управління відходами – збирання, перевезення, відновлення та видалення.

Закон «Про управління відходами» є рамковим, тобто слугує базою для впровадження необхідних секторальних законів у напрямку налагодження централізованого управління відходами та передбачає здійснення таких євроінтеграційних кроків у сфері управління відходами:

- впровадження європейських підходів та ієрархії управління відходами, яка потребуватиме розробки нового законодавства та його узгодження з іншим нормами національного правового поля;
- узгодження класифікації відходів та імплементація європейського переліку відходів (List of waste);
- організація планування системи управління відходами на національному, регіональному та місцевому рівнях;
- перехід від розроблення державних програм управління відходами до розроблення планів з управління ними з

наднаціональним рівнем звітності та більш високим рівнем відповідальності й контролю за виконанням;

- запровадження системи розширеної відповідальності виробника (Extended producers responsibility) при створенні відповідних систем управління відходами;

- встановлення принципу «забруднювач платить», за яким повна фінансова відповідальність за реалізацію заходів з мінімізації забруднення природного середовища покладається на виробника (власника) відходів;

- створення сприятливого середовища для побудови в Україні сучасної сміттєпереробної інфраструктури за європейськими стандартами;

- ліквідація та рекультивация застарілих сміттєзвалищ та адаптація діючих до європейських норм;

- створення великої інвестиційної карти України з конкретними кейсами у сфері галузі управління відходами та залучення іноземних коштів для їх розвитку.

Проте законопроект «Про управління відходами» містить низку категоріальних колізій, які в свою чергу викликатимуть складнощі для суб'єктів застосування норм правового поля. Через відсутність офіційного аутентичного українського перекладу нормативів ЄС в Законі «Про управління відходами» поліваріантність значень перекладу одного й того самого терміну є фактором виникнення невідповідностей між нормами українського законодавства та країн ЄС.

Так, наприклад, трактування терміну «менеджмент відходів», закріплене у Рамковій Директиві 2008/98/ЄС, невід'ємним елементом процесу управління відходами визначає нагляд за місцями їх видалення (полігонами, різноманітними комплексами, спорудами, на використання яких для видалення відходів отримано дозвіл від спеціально уповноважених органів у сфері управління відходами). Проте національний суб'єкт правотворчості вживає категорію «нагляд за об'єктами видалення відходів», не визначаючи поняття такого об'єкту. Закон визначає «полігон» як місце захоронення відходів, призначене для їх розміщення на поверхні чи під поверхнею землі, а отже легалізує скидання сміття

у землю без попереднього оброблення, що не сприяє адаптації діючих сміттєзвалищ до європейських норм. Термін «захоронення» («to bury») не відповідає Директиві 1999/31/ЄС, за якою термін «полігон» трактується, як місце їх видалення, призначене для їх розміщення на поверхні або в землі (підземне): «landfill» means a waste disposal site for the deposit of the waste onto or into land (i.e. underground)», де «deposit» перекладається як «розміщення» [5].

В загальних вимогах до захоронення відходів за статтею 40 Закону «Про управління відходами» передбачено, що захоронення відходів відбувається на полігонах, технологічне обладнання яких забезпечує вилучення та знешкодження біогазу, попри те, що біогаз – це ресурс, який можна використовувати для виробництва енергії шляхом його спалювання в когенераційній установці, закачувати в газопроводи або використовувати у якості палива для автотранспорту. На великих полігонах його можна збирати протягом 15–30 років після їх закриття. Небезпеку для довкілля становить інший – звалищний газ забруднений токсичними домішками та високотоксична рідина – фільтрат, які забруднюють атмосферне повітря, поверхневі та ґрунтові води, тому підлягають знешкодженню.

Окрім того Закон не впроваджує «розширену відповідальність виробника» (extended producers responsibility), а тільки передбачає, що EPR встановлюється законами для певних видів товарів та відходів. Тому важливим кроком до впровадження системи «розширеної відповідальності виробника» постає розробка окремих законопроектів, що базуватимуться на таких директивах ЄС:

- Директива про упаковку та відходи упаковки 94/62/ЄС;
- Директива про відходи електричного і електронного обладнання 2012/19 ЄС;
- Директива про батареї та акумулятори та відходи батарей та акумуляторів 2006/66/ЄС [6].

Після прийняття відповідних законів виробники будуть зобов'язані колективно або індивідуально організувати системи приймання та збирання відходів від використання їхньої продукції від кінцевих споживачів та подальшого управління ними. Так саме

виробники будуть нести фінансову відповідальність за створення інфраструктури для збирання упаковки, яку вони самі «вивели» на ринок. Таким чином виробники продукції будуть змушені мінімізувати обсяги відходів ще на етапі виробництва продукції.

Законопроект № 2207-1-д «Про управління відходами» набуде чинності 9 липня 2023 року, проте для початку його повноцінної роботи Верховною Радою повинні бути ухвалені щонайменше шість секторальних законопроектів, до кожного з яких уряд повинен розробити й ухвалити сумарно не менше ніж 30 постанов Кабінету Міністрів та відповідних наказів [7]. Наразі Закон має загальний зміст та тільки встановлює рамку нових сучасних правил функціонування системи менеджменту відходів в Україні та вимагає конкретних дій та системних змін в країні.

З огляду на те, що процес інтеграції національного законодавства у сфері управління відходами до права і політики країн ЄС триває, одним з важливих завдань уряду залишається запровадження ефективних форм та методів досягнення цілей, встановлених директивами ЄС. Закон України «Про управління відходами» є першою реальною можливістю запровадити європейський підхід управління відходами за весь час незалежності України, створити фундамент для побудови циркулярної економіки, яка ґрунтується на раціональному споживанні та відновленні ресурсів та є частиною Європейського «зеленого курсу», що дозволить нашій країні стати на крок ближче до членства в Європейському Союзі та забезпечити еколого-економічну безпеку в період післявоєнного відновлення України.

Список використаної літератури:

1. Шибанін В. С., Решетілов Г. О. Циркулярна економіка регіону: теоретичний аспект. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2021. № 4. С. 4–13. DOI: [https://doi.org/10.31521/2313-092X/2021-4\(112\)](https://doi.org/10.31521/2313-092X/2021-4(112)).
2. Директива Європейського Парламенту та Ради 2008/98/ЄС від 19 листопада 2008 року про відходи та скасування деяких Директив. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/LSU/?uri=CELEX:32008L0098>.
3. Офіційна сторінка українського суспільно-політичного інтернет-видання «Українська правда». Україна зможе подолати сміттєву кризу.

Що передбачає ухвалений Радою закон? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/20/688345/>.

4. Про управління відходами: Закон України від 20.06.2022 р. № 2320-IX. *Голос України*. 2022. № 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2320-20#Text>.

5. Директива Європейського Парламенту та Ради 1999/31/ЄС від 26 квітня 1999 року про захоронення відходів. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:31999L0031&rid=1>.

6. Офіційна сторінка МБО «Екологія-Право-Людина». Факти та міфи закону “про управління відходами. URL: <http://epl.org.ua/announces/fakty-ta-mify-zakonu-pro-upravlinnya-vidhodamy>.

7. Інформаційне агентство «Interfax – Україна». Для набуття чинності законом про управління відходами необхідно ухвалити щонайменше шість секторальних законопроектів. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/841167.html>.

Веклич Оксана Опанасівна

доктор економічних наук, професор,

головний науковий співробітник

відділу екосистемного оцінювання природно-ресурсного потенціалу,

Державна установа «Інститут економіки природокористування

та сталого розвитку Національної академії наук України»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-18>

ПЛАТЕЖІ ЗА ЕКОСИСТЕМНІ ПОСЛУГИ З СЕКВЕСТРАЦІЇ ТА ПОГЛИНАННЯ ВУГЛЕЦЮ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ КЛІМАТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ У КРАЇНАХ СВІТУ

Ключовим питанням у сучасній зарубіжній практиці запровадження адаптації до наслідків зміни клімату на основі екосистемного підходу (Ecosystem-based Adaptation – EbA) є вирішення можливостей його фінансування шляхом мобілізації внутрішнього та міжнародного фінансування, а також сприяння інвестиціям приватного сектору в EbA. Це питання широко обговорюється і на міжнародному офіційному рівні, і на національних рівнях управління, і в зарубіжних тематично відповідних англійськомовних джерелах.

Питання фінансування екосистемної адаптації до наслідків зміни клімату, поряд з інвестуванням скорочення викидів парникових газів і секвестрації вуглецю, є складовою загальної стратегії фінансування кліматичної політики – так званих «кліматичних фінансів» («climate finance»), вирішення якого потребує значних фінансових ресурсів. Наприклад, обсяг лише початкового фінансування для підтримки проєктів по запровадженню EbA в таких країнах Карибського басейну як Антигуа і Барбуда, Куба, Домініка, Домініканська республіка, Гренада, Гаїті, Ямайка, Сент-Люсія та Сент-Вінсент і Гренадіна, наданий урядом Німеччини через Банк Німецького розвитку (KfW) спільно з ресурсами Міжнародної кліматичної ініціативи (КІ), складає 26,5 мільйонів доларів США [1].

Слід зазначити, що найбільш популяризованим в зарубіжних країнах механізмом фінансування заходів по адаптації до наслідків зміни клімату на основі екосистемного підходу, насамперед на вихідному місцевому рівні управління природокористуванням, виявляються моделі/схеми платежів за надання екосистемних послуг (Payments for Ecosystem Services – PES) – важливої складової загальної групи платежів за екосистемні блага. Спираючись на думку вчених Е. Ansink і J. Bouma та узагальнюючи її [2], зазначимо, що *PES є одним із важливих способів реалізації концепту екосистемних послуг через стимулювання постачальників цих послуг підвищувати або підтримувати рівень їх надання, збільшуючи екосистемну послугу в обмін на оплату, що оформлюється в контрактах як грошові компенсації за екосистемні послуги; а платежі за екосистемні послуги є загальним терміном, який використовується для позначення цього типу контрактів.*

Сформовані та успішно функціонуючі в багатьох країнах світу системи PES за надання послуг з регулювання клімату сприяють насамперед збереженню або нарощенню запасів вуглецю завдяки відновленню лісів, адаптації екосистем та спільнот до зміни клімату. Найбільш актуальним і доцільним застосування схем PES вважається в країнах, що розвиваються, через їх більшу чутливість і нижчу адаптаційну здатність до наслідків зміни клімату. При цьому схеми PES виявляються особливо дієвими при їх застосуванні на місцевому рівні. Ця особливість схем PES пояснюється в зарубіжних тематично спеціалізованих джерелах тим, що, по-перше, локальні спільноти, які своїм існуванням і добробутом залежні від продуктивності територіальних екосистем і їх здатності надавати екосистемні послуги, часто є найбільш вразливими і найнеблагополучнішими громадами, найбільш вразливими до впливу зміни клімату, котрим не вистачає соціально-економічних засобів для адаптації до її наслідків. По-друге, і самі ці екосистеми, і продуковані ними екосистемні блага часто деградують або перебувають під значним стресом і, отже, особливо чутливі до зміни клімату. Таким чином, існує потреба у додаткових фінансових ресурсах для посилення адаптаційного потенціалу до зміни клімату групи країн, що розвиваються, а також у впровадженні заходів з адаптації.

Доречно зазначити, що з 2005 року були започатковані дискусії щодо запровадження міжнародних платежів за поглинання вуглецю через механізм скорочення викидів від вирубки та деградації лісів (Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation – REDD), який можна розглядати як багаторівневу схему PES на міжнародному рівні. Інституційну підтримку ці схеми REDD отримали завдяки формуванню Програми ООН зі скорочення викидів від вирубки та деградації лісів (Програма UN-REDD)*, створеною в 2008 році у відповідь на рішення Конференції Сторін Рамкової конвенції ООН про зміну клімату-13 щодо Балійського плану дій. Саме в Балійському плані дій – документі глобального значення, який став результатом переговорів між урядами країн світу в 2007 році щодо контролю над змінами клімату – було зафіксоване положення про обов’язковість «розгляду політичних підходів і позитивних стимулів щодо питань, пов’язаних зі скороченням викидів внаслідок знеліснення та деградації лісів у країнах, що розвиваються; та ролі збереження та сталого використання лісів та збільшення поглинання вуглецю лісами в країнах, що розвиваються» [3, с. 4]. Надалі розвинуті країни, також спираючись на низку відповідних рішень РКЗК ООН, найбільш конкретно прописаних в підсумковому звіті Конференції Сторін на дев’ятнадцятій сесії, (Варшавська конференція зі зміни клімату або COP-19, 2013 рік), підтримали запровадження концепції «скорочення викидів від вирубки та деградації лісів, а також сталого управління лісами та збереження та збільшення запасів вуглецю в лісах», у країнах, що розвиваються, відомою під терміном REDD+.

Згідно з рішеннями РКЗК ООН-13 і РКЗК ООН-19 була створена міжнародна спеціальна веб-платформа REDD+ з метою надання відповідними організаціями та зацікавленими сторонами інформації про результати і досвід, отримані в результаті їхніх зусиль щодо скорочення викидів від вирубки та деградації лісів у країнах, що розвиваються, та як засіб для публікації інформації про результати

* Програма UN-REDD є спільною програмою Продовольчої та сільсько-господарської організації ООН (ФАО), Програми розвитку ООН (ПРООН) та Організації Об’єднаних Націй з навколишнього середовища (ЮНЕП).

діяльності REDD+ і відповідних платежів, орієнтованих на досягнення зазначених результатів. При цьому надається інформація щодо кількості результатів, за які були отримані виплати, виражена в еквіваленті скорочених викидів в тоннах CO₂/рік, та вказується суб'єкт, котрий платить за отримані результати. Ці результати порівнюються з національними показниками еталонного рівня викидів CO₂ лісами країни, що розвивається [4].

Спираючись на статистичні дані, наведені на цій веб-платформі, а також враховуючи результати запровадження REDD+ упродовж 2006–2022 рр. в країнах світу, проведеним дослідженням встановлено, що протягом цього терміну було здійснено 64 виплати урядами Норвегії, Німеччини, Сполученого Королівства Великої Британії, Зеленим кліматичним фондом, Програмою REM Colombia-Visión Amazonía, Petróleo Brasileiro SA таким країнам як Аргентина, Бразилія, Камбоджа, Чилі, Колумбія, Коста-Ріка, Еквадор, Індонезія, Лаоська Народно-Демократична Республіка, Малайзія, Папуа-Нова Гвінея та Парагвай за їхні зусилля щодо скорочення викидів CO₂ через вирубку та деградацію лісів [5]. Важливо підкреслити, що на останній Конференції Організації Об'єднаних Націй зі зміни клімату 2021 року (COP-26) понад 100 країн прийняли зобов'язання зупинити вирубку лісів до 2030 року. При цьому задекларована сума платежів, орієнтованих на скорочення викидів CO₂ завдяки таким ініціативним діям, становить майже 14 мільярдів фунтів (19,2 мільярда доларів) державних і приватних коштів [6]. Узагальнення даних по зарубіжному досвіду запровадженню платежів за екосистемні послуги з регулювання клімату дало змогу дійти висновку, що головними та провідними інститутами розповсюдження схем PES в цій сфері переважно становлять територіально конкретизовані локальні, регіональні, субнаціональні, національні, міжурядові та міжнародні науково-прикладні проєкти/програми.

Особливу актуальність наразі та в перспективі із закінченням воєнних дій на території України, на мій погляд, становить посилена державна увага до зарубіжної практики організації та інвестування проєктів по запровадженню екосистемної адаптації до

зміни клімату й схем PES, в тому числі і REDD, в першу чергу локального значення, шляхом мобілізації фондів і систем саме міжнародного фінансування. Такий досвід має бути покладений в основу розроблення та запровадження відповідних національних проєктів за ініціативи та під патронатом Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України. Перспективними також видаються організація Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України спільно з Міністерством розвитку громад і територій України просвітницьких заходів по розробленню муніципальних стратегій EbA до зміни клімату та аналогічні ініціативні плани місцевого управління на локальному рівні, базуючись на відповідному зарубіжному досвіді. Спираючись на нього та виходячи з сучасних соціально-економічних вітчизняних обставин, важливо принаймні започатковувати здійснення потрібних інституційних кроків по адаптації до зміни клімату на основі екосистемного підходу в Україні.

Список використаної літератури:

1. Climate change program: EbA facility URL: <https://www.caribbeanbiodiversityfund.org/programs/climate-change>.
2. Ansink E., Bouma J. A. 9 – Payments for ecosystem services from Part IV – Paying for ecosystem services. Published online by Cambridge University Press, 05 February 2015 URL: <https://www.cambridge.org/core/books/abs/ecosystem-services/payments-for-ecosystemservices/B4EFE89548FE00924B8F7F8ECD88843C>.
3. Доклад Конференции Сторон о работе ее тринадцатой сессии, состоявшейся на Бали 3-15 декабря 2007 года. Ч. 2: Меры, принятые Конференцией Сторон на ее тринадцатой сессии. Док FCCC/CP/2007/6/Add.127, May 2008. 88 с. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:guE4D5zSB1wJ:https://unfccc.int/resource/docs/2007/cop13/rus/06a01r.pdf+&cd=7&hl=ru&ct=clnk&gl=ua>.
4. Welcome to the UNFCCC REDD+ Web Platform! URL: https://redd-unfccc-int.translate.google/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=op,sc.
5. Lima REDD+ Information Hub on the REDD+ Web Platform URL: https://redd-unfcccint.translate.google/infohub.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc.
6. Harrabin R. COP-26 climate change summit: So far, so good-ish // BBC News (en-GB), 3 November 2021 URL: <https://www.bbc.com/news/science-environment-59150807>.

Левицька Олена Григоріївна
кандидат технічних наук,
доцент кафедри безпеки життєдіяльності,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-19>

СПАЛЮВАННЯ МАЛО- ТА ВИСОКОСІРЧИСТИХ МАЗУТІВ: ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ЗА ВИКИДАМИ В АТМОСФЕРНЕ ПОВІТРЯ

Сьогодні в світі актуальним є питання щодо екологічної безпеки викопного палива. Маючи оптимальні теплові властивості, мазути та вугілля згорають із викидом у атмосферне повітря значної кількості сполук азоту, вуглецю. При спалюванні вказаних палив у високих концентраціях утворюються суспендовані тверді частки. Підтверджує цю інформацію і United States Environmental Protection Agency, за аналітикою якого в ході спалювання викопного палива в атмосферне повітря виділяється близько 65% глобальних викидів парникових газів [1; 2]. Відомості про те, що викопні палива є найпотужнішим джерелом парникових газів, наведені і у [3], при цьому CO₂ має найбільшу частку у шкідливих викидах [4]. У питаннях вибору палива важливою є також економічна ефективність продукту. Так, у [5] при порівнянні традиційних видів палив визначено, що дохід від нафти і газу є вищим, ніж від вугілля.

Достатньо ефективними в експлуатації та економічно вигідними є мазути. Тому в роботі поставлено за мету визначити викиди, що утворюються в процесах обігріву теплового обладнання при спалюванні мало- та високосірчистих мазутів.

Враховуючи різноманітність енергетичних ресурсів, питання їх дефіциту та необхідності заміни, наразі виникає проблема їх порівняння та обґрунтування діючих заборон на використання високосірчистих палив для забезпечення роботи теплоелектроцентралей, теплоелектростанцій та котельних у стаціонарному устаткуванні. При цьому важливими складовими порівняльного

аналізу є не тільки кількісні та якісні показники самих палив, але і їх вплив на навколишнє середовище, зокрема оцінюється кількість та склад викидів при згорянні палива. Тому в роботі порівняні викиди шкідливих речовин при спалюванні мазутів із різним вмістом сірки.

У роботі застосовані розрахункові методи визначення викидів в атмосферне повітря при спалюванні палив на основі показників емісій забруднюючих речовин, що містяться у викиді за методикою Українського наукового центру технічної екології, що розроблена із використанням міжнародних методичних рекомендацій та стандартів. Приведений розрахунок викидів шкідливих речовин при спалюванні мазутів може бути використаний при розробці підприємствами, що забруднюють атмосферне повітря, дозвільних документів.

При оцінці викидів забруднюючих речовин в ході спалювання мало- та високосірчистих мазутів слід звернути увагу на практично однакові значення викидів суспендованих твердих часток, оксидів азоту та оксидів діазоту, оксидів та діоксидів вуглецю, метану, НМЛОС та сполук ванадію.

Отримані результати показують наступні закономірності:

- більша частка вуглецю переходить у викид діоксиду вуглецю і менша – у викид оксиду вуглецю;
- більша частка азоту переходить у викид діоксиду азоту і менша – у викид оксиду діазоту.

Значно відрізняються викиди діоксидів сірки внаслідок різного вмісту сполук сірки у паливах. Тому при схожих значеннях викидів інших забруднюючих речовин та практично однакових теплових характеристиках розглянутих видів палив з екологічної і навіть з економічної (нижчі капітальні витрати на очисне обладнання) точок зору більш доцільним є використання саме малосірчистих мазутів. Тим не менше, науковці багатьох країн оцінюють енергетичну ефективність та екологічну доцільність викопних видів палив, порівнюють традиційні джерела із нетрадиційними, частіше віддаючи перевагу останнім. Нетрадиційні джерела енергії, такі як сонячні батареї, давно лягли в основу екотектури «розумних будинків». Популярними у світі дефіциту енергетичної сировини

та проблеми накопичення на міських звалищах, на дні і поверхні океанів, на відповідних промислових виробництвах побутових та інших органовмісних відходів стали технології отримання біологічного газу, котрий поступово стає аналогом природного, і може стати джерелом не тільки тепла, а і електроенергії при застосуванні процесів когенерації.

Список використаної літератури:

1. Thomas R. Covert, Michael Greenstone, Christopher R. Knittel. Will We Ever Stop Using Fossil Fuels? URI: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2720633.
2. An official website of the United States Environmental Protection Agency URI: <https://www.epa.gov/ghgemissions/global-greenhouse-gas-emissions-data>.
3. Ecology Global Network: Fossil Fuels vs. Renewable Energy Resources by Eric McLamb URI: <http://www.ecology.com/2011/09/06/fossil-fuels-renewable-energy-resources>.
4. European Environment Agency, EMEP/EEA air pollutant emission inventory guidebook / Publications Office of the European Union, 2016, 28 с. DOI: <https://doi.org/10.2800/247535>. URI: <https://www.eea.europa.eu/publications/emep-eea-guidebook-2016>.
5. Nico Bauer, Valentina Bosetti, Meriem Hamdi-Cherif, Alban Kitous, David McCollum, Aurélie Méjean, Shilpa Rao, Hal Turton, Leonidas Paroussos, Shuichi Ashina, Katherine Calvin, Kenichi Wada, Detlef van Vuuren. CO2 emission mitigation and fossil fuel markets: Dynamic and international aspects of climate policies. *Technological Forecasting and Social Change*, Elsevier B.V. issue. 90, part A. С. 243–256. URI: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162513002382>.
6. Левицька О. Г. Екотехнології в оздобленні інтер'єрів: методичні вказівки. Дніпро : Кавун, 2022. 34 с
7. Левицька О. Г. Оцінка викидів забруднюючих речовин при спалюванні мало- та високосірчистих мазутів. *Вісник НТУ «ХПІ». Серія: хімія, хімічна технологія та екологія*. 2020. № 1. С. 8–11. ISSN 2079-0821 DOI: <https://doi.org/10.20998/2079-0821.2020.01.02>.

Мащак Наталія Михайлівна
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-20>

ВЗАЄМОДІЯ СПОЖИВАЧІВ ТА БІЗНЕСУ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ

Американський економіст Дж. Гелбрейт стверджував, що людина здійснює покупки, щоб отримати емоції. Справді, у «суспільстві споживання», яке сформувалося на Заході під впливом наслідків Другої світової війни, прагнули не економити кошти, а власне витратити. Покупки наближали це суспільство до ідеалу щасливого життя, символами якого стали житло, престижний автомобіль, дорогий дизайнерський одяг тощо. Через півстоліття населення планети отримало результати цього надмірного споживання та шукає шляхи вирішення проблем забруднення довкілля, переробки сміття, очищення води, відновлення ресурсів [1].

Один із способів, за допомогою якого можна уникнути та не допустити можливих негативних прогнозів для нашої планети як у бізнесі, так і в особистому житті – це практикувати свідоме споживання. Свідомий споживач ставить перед собою запитання: «Які наслідки матиме ця покупка для мене та навколишнього світу?». Свідоме споживання означає участь в економіці, усвідомлюючи вплив особистого споживання на суспільство та навколишнє середовище в цілому. Ідея свідомого споживання не залежить від індивідуальної досконалості, а стосується колективних дій цілих суспільств, які щодня вносять невеликі, але поступові позитивні зміни. Свідоме споживання буде мати більш стійкий вплив лише якщо компанії та споживачі будуть взаємодіяти разом [2].

«Кожне рішення щодо того, що купувати, скільки купувати, скільки споживати та як утилізувати, безпосередньо впливає на

навколишнє середовище та суспільство», – стверджує Р. Трудель (професор з маркетингу Бостонського університету). Споживацтво стосується не лише дій, які ми робимо під час купівлі, але також і способу життя взагалі: наприклад, який рівень температури підтримувати вдома або йти пішки замість того, щоб їхати автомобілем.

Для підтвердження актуальності та готовності людства до поведінки свідомого споживання декілька статистичних даних [2; 3]:

1. Згідно опитування проведеного Mastercard 42% стали більш обізнаними щодо покупок, а 58% усвідомлюють свій вплив на навколишнє середовище.

2. За даними WWF, у період з 2016 по 2022 роки кількість пошукових запитів екологічно чистих товарів у Google зросла на 71%.

3. 24% опитаних бажають припинити співпрацю з брендами, які не мають сталих планів на майбутнє.

4. Згідно з дослідженням NBS, споживачі готові платити в середньому 10% надбавки за соціально та екологічно свідомі продукти.

5. 91% опитаних з покоління зумерів (народжених після 2000 року) хочуть брати участь особисто у діях проти змін клімату.

6. Соціальні мережі збільшили рівень обізнаності людства про проблеми в навколишньому середовищі на 30% за два роки пандемії COVID-19.

7. З 2016 року на 45% зросла кількість харчових, косметичних і натуральних фармацевтичних компаній, які взяли на себе зобов'язання захищати біорізноманіття у своїй практиці постачання.

8. 81% споживачів у всьому світі переконані, що компанії повинні робити більше для збереження навколишнього середовища, згідно з Глобальним опитуванням впевненості, проведеним The Conference Board.

Якщо говорити про ситуацію з українськими споживачами, дослідницькою компанією Gradus Research восени 2021 року було проведено опитування (50 тис. респондентів віком 16–60 років) на предмет сталого розвитку та присутності світового тренду свідомого споживання у їхньому повсякденному житті. Пересічний

українець, який пережив не одну політичну та економічну кризи, які змінюють одна одну впродовж тривалого періоду, передбачає, що далі ситуація не покращиться, а такі прогнози є вірними. Саме тому наступні результати дослідження є очікуваними [4]:

- 57% опитаних, що економлять електроенергію та воду, тому поняття «раціональне використання ресурсів» добре відоме на практиці;

- 48%, що готують їжу у необхідній кількості, щоб не викидати продукти у смітник;

- 40% віддають (а не викидають) свої речі тим, хто їх потребує;

- 60% ставляться позитивно до вживаних речей;

- 36% відзначили, що вплинули на себе і свідомо відмовляються від імпульсивних покупок.

Опитані українці вважають, що саме бізнес має бути рушієм ініціатив свідомого споживання та його популяризації. Який саме напрямок та вид свідомого споживання бізнесу обрати та розвивати – залежить, власне, від пріоритетів та настроїв цільової аудиторії. Українці виділили 5 проблем, які повинен вирішувати бізнес (рис. 1) [4].

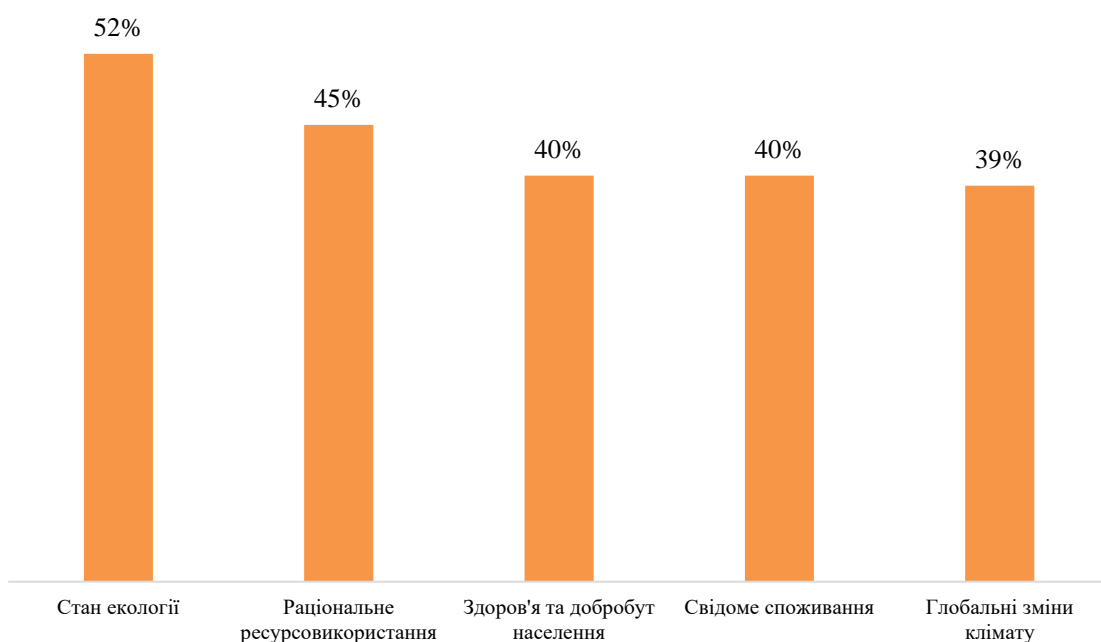


Рис. 1. Топ-5 проблем, які повинен вирішувати бізнес

Якщо на зміну клімату, природні катаклізми та гуманітарні катастрофи кожна окрема людина не бачить та не відчуває негайного впливу, проте є одна сфера, де люди відчувають, що мають такий вплив, – це речі, які вони купують. Адже, споживачам набагато легше вибрати, яку марку гаджетів чи кросівок купити, ніж одноосібно змінювати діяльність усієї компанії чи нав'язувати законодавство через уряд. Таким чином, «голосування гривнею/доларом/євро» – це спосіб повернути собі певну владу. Все більше людей беруть участь у прийнятті етичних та зважених рішень про покупки, тому підприємства змінюють свій спосіб роботи. Перехід до етичних практик споживання є спільною для споживачів та бізнесу, а також зміцнюють позитивну поведінку (табл. 1) [2; 5].

Таблиця 1

**Переваги впровадження свідомого споживання
для споживачів та бізнесу**

Переваги свідомого споживання	
Для споживача:	Для бізнесу:
<ul style="list-style-type: none"> • Зменшення особистого негативного впливу на навколишнє середовище та мінімізація відходів. • Тиск на бренди, щодо зміни поведінки на більш екологічну та сталу. • Економія коштів через мінімізацію покупок та енерговикористання. 	<ul style="list-style-type: none"> • Позитивний вплив на навколишнє середовище чи суспільство, наприклад, у формі зменшення викидів вуглекислого газу організації чи пожертвування прибутку на благодійні цілі. • Повага до бренду, зміцнення його капіталу та виділення на ринку з часом. • Прихильність споживачів, зростання прибутковості та зниження рівня екологічних витрат.

Свідоме споживання стає більш поширеним, оскільки відповідальні практики все частіше застосовуються на рівні бізнесу, проте й прийняття ним стандартів залежить від попиту споживачів. Зрештою, оскільки інтерес споживачів до сталого розвитку та етичного споживання зростає, підприємства повинні взяти на себе роль агентів змін. Це колективна робота між бізнесом і споживачем, що значно більше, ніж просто екологічний слід.

Список використаної літератури:

1. Свідоме споживання: данина моді чи необхідність, продиктована часом. URL: <https://apostrophe.ua/ua/article/society/2021-10-06/osoznannoe-potreblenie-dan-mode-ili-neobhodimost-prodiktovannaya-vremenem/42190>.
2. What is conscious consumer? URL: <https://nbs.net/what-conscious-consumerism-really-means>.
3. Consumer passion for the environment grows as a result of the pandemic. URL: <https://www.mastercard.com/news/insights/2021/consumer-attitudes-environment>.
4. Світові тренди розумного споживання в Україні дивує цифрами статистики. URL: https://gradus.app/documents/103/Gradus_news_20.10.pdf.
5. Schlossberg T. (2022) *Inconspicuous Consumption*. *Grand Central Publishing, London*.

НАПРЯМ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Сорока Олександра Володимирівна
*кандидат економічних наук, доцент кафедри
управління персоналом та економіки праці,
Одеський національний економічний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-21>

ІНСТРУМЕНТИ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ HR-МЕНЕДЖЕРА

Підвищення ефективності ділових комунікацій в компанії обумовлюється стратегічними факторами, зокрема: зростаючою конкуренцією (у тому числі на ринку праці) та необхідністю інформувати персонал про подальший розвиток компанії; необхідністю проведення змін у корпоративній культурі та організаційній структурі компанії відповідно до реальності з наданням інформації персоналу; потребою у співпраці, ділових та раціональних пропозиціях з боку персоналу; потребою у більшій гнучкості та ефективності бізнесу.

Сторітеллінг з'явився у 90-х роках ХХ століття, проте вже широко поширений і використовується як в Америці, так і на Заході. Інструмент сторітеллінгу в корпоративному управлінні був вперше застосований Девідом Армстронгом [1], головою міжнародної компанії Армстронг інтернешнл

Сторітеллінг – докладна розповідь про минулі дії керівництва, взаємодію співробітників або про якісь події, які зазвичай передаються в організації неофіційно. Сторітеллінг активно розвивається як сучасний інструмент у різних напрямках роботи HR-менеджера.

Розглянемо, як стали використовувати цей інструмент HR-менеджери. Відзначаються такі напрямки активного застосування сторітеллінгу HR-менеджерами:

- 1) під час передачі історичних традицій підприємства;
- 2) у навчанні персоналу;
- 3) у розвитку корпоративних цінностей та ідеологій;
- 4) у згуртуванні співробітників для успішної діяльності;
- 5) у мотивуванні співробітників;
- 6) у формуванні лояльності персоналу.

Кандидати та співробітники кінця ХХ століття шукали добрі комфортні умови роботи. У ХІ столітті, крім комфортних умов, важлива ще індивідуалізація, особиста ідентифікація та збіг за цінностями, відповідь на запитання «навіщо я працюю саме в цій компанії», «чи це моє». Цей глибинний запит кандидатів та працівників не вирішується просто перерахуванням умов роботи та соцпакету чи комерційних досягнень компанії.

Ефективним і при цьому невитратним методом залучення цільової аудиторії є сторітелінг. Мета сторітелінгу у комунікаціях HR-менеджера буде спрямована на те, щоб запалити співробітника, закохати його в компанію, і щоб він краще розумів, як влаштовано те місце, де йому доведеться працювати. Проілюстровані історії компанії з життя краще залишаються в пам'яті співробітників, ніж просто перелічені факти про неї. Зрештою такі історії можуть зробити співробітників мотивованими. Мотивовані співробітники, залучені приносять більше користі та успіху, ніж невмотивовані чи ті, хто не розуміє певних особливостей у влаштуванні роботи компанії. Крім усього цього HR-менеджер може використовувати сторітелінг на зборах та нарадах з вищим керівництвом.

Використання сторітеллінгу в HR-комунікаціях наведено у таблиці 1.

Оскільки ми живемо в епоху цифрових технологій, то слід зазначити, що стали також виділяти цифровий сторітелінг. Інтернет – це те місце, де найпростіше поширити власні думки, історії. Компанія може розповсюджувати інформацію про себе через соціальні мережі чи свій офіційний сайт. HR-менеджер повинен звертати на це особливу увагу, адже інформація в інтернеті

розповсюджується миттєво. Розміщуючи публікації про компанію, можна залучити нових співробітників. А так, як зараз виходить на ринок праці нове покоління Y-«покоління мережі», то поширювати сторітелінг через інтернет і соціальні мережі стає актуальнішим.

Крім цього, стали розроблятися різні програми, які можуть використовувати HR-менеджер у ділових комунікаціях [2].

До таких програм належать:

1. Carrzles – це інструмент створення мультимедійних «цифрових історій», у яких можна використовувати відео, фотографії, музику;

2. Piclits – цей інструмент працює, де користувач може вибрати ключові слова, до яких автоматично підбиратимуться зображення, і таким чином створювати візуальну історію;

3. Pixton – сервіс створення коміксів з анімованими персонажами;

4. Storybird – сервіс створення візуальних історій;

5. Zoo burst – інструмент для цифрового сторітеллінгу, що дозволяє створювати тривимірні анімовані оповідання;

6. Powtoon – сервіс для створення анімації/інтерактивних презентацій, в яких можна використовувати об'єкти різних типів, а потім експортувати результати в YouTube.

Отже, завдяки прогресу, з'явилося два види сторітеллінгу. Обидва ефективні, але докорінно відрізняються своєю передачею. Відмінності цих видів сторітеллінгу представлені у таблиці 2.

Сторітелінг необхідний сучасному HR – без нього практично неможливо ні залучити хорошого кандидата, ні утримати цінних співробітників. Чому? Тому що саме сторітелінг як інструмент вирішує запити сучасного кандидата та співробітника компанії та дозволяє залучити та утримати їх.

Підсумовуючи нашого дослідження, можна дійти невтішного висновку, що сторітелінг – це свого роду мистецтво, мистецтво доносити інформацію, що переходить від застосування у повсякденному житті, до управління основним ресурсом компанії – персоналом.

Використання сторітеллінгу в HR- комунікаціях

Етапи	Зміст
1	залучення потенційних кандидатів з моменту їхньої зацікавленості (загальнодоступна інформація про компанію)
2	телефонні переговори потенційних кандидатів із співробітниками компанії (стандарти телефонних переговорів, стиль спілкування)
3	первинна співбесіда з HR-менеджером (наявність фірмової анкети, дотримання тимчасових регламентів, інтер'єри компанії, наявність фірмових інформаційних буклетів, можливість самооцінки компетенцій)
4	співбесіда з керівником підрозділу (наявність посадової інструкції, дотримання тимчасових регламентів, чіткість вимог до кандидата)
5	ухвалення рішення про прийом на роботу в компанії та доведення до кандидата
6	оформлення документів та прийом на роботу відповідно до трудового законодавства та фірмових стандартів компанії (оформлення трудового договору, наказу про прийом на роботу, підписання посадової інструкції, ознайомлення з планом вступу на посаду, бланком компетенцій, привітання з першим робочим днем у компанії, процедура подання співробітникам компанії, надання телефонного довідника компанії, наставник у підрозділі)
7	участь у навчальній програмі – фірмові стандарти, сервісні технології, що використовуються в компанії (внутрішнє навчання з видачею фірмового сертифіката про проходження навчання) та/або стажування на робочому місці (наставництво)
8	входження в посаду (надання робочого місця, ознайомлення з локальними нормативними актами компанії, правилами внутрішнього трудового розпорядку, фірмовими стандартами компанії, знайомство з колективом підрозділу та співробітниками суміжних підрозділів, що взаємодіють по роботі)
9	проведення вхідного заліку (перші 2–3 тижні – перевірка знань про компанію, про стандарти та технології, перше враження про колектив, його корекцію та уточнення)
10	дотримання правил, фірмових стандартів, регламентів усіма співробітниками компанії, відношення персоналу до фірмового стилю
11	оцінка проходження випробувального терміну (оцінка компетенцій на даному етапі, оформлення документів, план розвитку співробітника відповідно до фірмових стандартів, протокол проведеної оцінки, доведення інформації до співробітника).

Джерело: складено автором

Поєднуючи в собі принципи управління та психології, сторітлінг допомагає HR-менеджеру доносити важливі думки, ідеї до своїх співробітників, мотивувати їх, викликаючи яскраві позитивні почуття та емоції. Слід зазначити, що цифровий-сторітлінг швидше за все займе чільну позицію над звичайним, т.к. він більш візуалізований і може сильніше впливати на свідомість співробітників. Але в будь-якому випадку сторітлінг, як управлінський інструмент підвищення залученості безумовно ефективніший за повчальні слова, головне знайти захоплюючі і придатні до певної корпоративної ситуації історії і по можливості зробити їх наочними.

Таблиця 2

Порівняння видів сторітеллінгу

Критерії порівняння	Звичайний сторітеллінг	Цифровий сторітеллінг
Обґрунтування ситуації (проблеми)	+	+
Сенс, що закладений в історію	+	+
Передача традицій, що сформувалися в організації	+	+
Укріплення ідеології	+	+
Допомога в осмисленні корпоративних цінностей, місій і т.д.	+	+
Візуалізація (фотографії, відео, музика, інфографіка і т.д.)	-	+
Доступність історій іншим людям (здобувачі)	-	+
Програми, що допомагають донести HR- менеджеру інформацію	-	+
Ефективність в професійному розвитку персоналу	ефективно	Більш ефективно, оскільки дозволяє використовувати інтерактивну графіку, малюнки, відео та музику задля кращого сприйняття.

Джерело: складено автором за [2]

Список використаної літератури:

1. David G. Armstrong, Managing by Storying Around: A New Method of Leadership, New York : Doubleday, 1992.
2. Бесплатные цифровые инструменты для сторителлинга. URL: <http://www.smart-edu.com/free-tools-for-digital-storytelling.html> (дата звернення: 01.04.2023).

НАПРЯМ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Бодаковський Володимир Юрійович

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
грошового обігу і кредиту;*

Андрущак Євгенія Михайлівна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
грошового обігу і кредиту,*

Львівський національний університет імені Івана Франка

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-22>

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ ФІНАНСОВОЇ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

В умовах ситуативного реагування економічної та політичної системи України на виклики сьогодення виникає низка стратегічних завдань для управлінців державного й приватного секторів економіки. Результативність та ефективність процесів реформування фінансової системи України дозволить управлінцям різних рівнів закласти фундамент фінансового успіху. Криза неплатежів, фінансова нестабільність, релокація бізнес процесів в країні, фізичні й економічні загрози від сусідніх держав, а також фінансові кризи світового значення змушують українське наукове фінансове товариство та практиків шукати шляхи вдосконалення фінансової інституційної інфраструктури. Адже, це дозволить забезпечити стабільне джерело фінансових ресурсів для суб'єктів економічної системи, знизити рівень вартості кредитних фінансових ресурсів та імплементувати довготермінову фінансову політику в функціонування державних інституцій, суб'єктів господарювання та фізичних осіб. Саме тому дослідження фінансової інституційної інфраструктури та чинників які впливають на її функціонування чи вдосконалення є актуальним та своєчасним.

Пошуком напрямів удосконалення інфраструктури України, а саме її фінансової складової, займаються чимало вчених-науковців. Результати досліджень висвітлені в наукових працях багатьох вітчизняних учених, зокрема таких, як Д. Базилевич, Д. Ванькович, В. Геєць, В. Коваленко, Т. Ковальчук, М. Крупка, В. Міщенко, В. Пила, І. Школа та інших. З проблемами реалізації нововведень в фінансову інфраструктуру нашої країни та чинниками, які впливають на ефективність її функціонування можна ознайомитися в дослідженнях, які здійснювалися А. Даниленком, В. Корнєєвим, В. Федосовим та іншими науковцями. Доречно зазначити, що питанням імплементації нововведень в фінансову інституційну інфраструктуру не приділено належної уваги. Потребують ґрунтовного дослідження довготермінові реформи основних елементів та систем матеріально-технічного забезпечення, які впливають на інституційне середовище. Вивчення індикаторів ефективності фінансової інституційної інфраструктури й алгоритмів реагування на їх значення є стратегічно важливими.

Фінансова інституційна інфраструктура, на нашу думку, є складною внутрішньою частиною фінансової системи країни, яка формується історично під впливом економічних та політичних загроз. Її становлення та структурна якість визначають напрями трансформації економіки країни, створюють передумови ефективності, конкурентоспроможності та стабільності країни в цілому. Вона складається з специфічних інститутів, законодавчого й нормативного забезпечення. Національний банк України й Національна комісія з цінних паперів представляють інтереси держави. Банківська система України, специфічні суб'єкти фінансового ринку, підприємці та фізичні особи проектують власне бачення фінансової інституційної інфраструктури. В цілому до фінансової інституційної інфраструктури відносять сукупність фінансових методів та процесів, які можливі або наявні в економічному просторі країни та, разом з фінансовими інститутами, утворюють фінансове середовище, певний фінансовий потенціал, скористатися яким можливо фізичним, юридичним особам чи державі.

НБУ, як свідчать статистичні дані, здійснює ефективний фінансовий моніторинг діяльності банківських установ. Але, кредитний ринок не перебуває під прямим впливом центрального банку. Його інструменти не дозволяють підвищити ефективність кредитного середовища. Україна залишається й надалі економікою короткострокових фінансових ресурсів. Наявні великі надії на фінансовий ленд-ліз від МВФ на 115 млрд. дол. США, що почне діяти з травня 2023 року. Українські аналітики передбачають поживлення фінансового ринку, зростання маси «швидких грошей», зниження вартості кредитних фінансових ресурсів та зростання прибутковості депозитів [1].

На нашу думку, результативність освоєння фінансових ресурсів МВФ не така висока як прогнозують фінансові аналітики. Адже відсутність ґрунтовно вибудованої та імплементованої фінансової інституційної інфраструктури в фінансову систему України не дозволить ефективно використовувати фінансові ресурси МВФ. Ситуація на кредитному ринку може стабілізуватися але не створить передумов для розвитку підприємництва. Ми вважаємо, що необхідні цільові вкладення в українські підприємницькі проекти. Стимулювання бізнесу сприятиме збагачення фізичних осіб, зростання їх заощаджень та інвестиційної активності. Створення фінансової інституційної інфраструктури, що спрямована на обслуговування інтересів фізичних осіб, є єдиним ефективним шляхом розвитку фінансової системи України, диверсифікації її структури та підвищення фінансової стабільності країни. Банківська система не спроможна витримувати кризи як національного так і міжнародного рівня. Її прибутковість та підприємницька активність знижується. Вплив на фінансовий сектор сповільнюється, а підприємці шукають альтернативні інструменти фінансового забезпечення бізнес-процесів [2].

Децентралізація фінансової системи України необхідна. Про це свідчать процеси, які відбуваються на світовому ринку. Відбувається онлайн-революція, яка охопила системи продажів і вже згодом, на нашу думку, фінансова інфраструктура, адаптується до нових реалій. У 2022 році роздрібні продажі електронної комерції у всьому світі склали приблизно 5,7 трильйона доларів США.

Прогнозується, що протягом наступних років ця цифра зросте на 56% і до 2026 року досягне приблизно 8,1 трильйона доларів [3]. Децентралізовані системи здійснення підприємницької діяльності завдяки інтернет-інструментам показують на ринках максимальну ефективність. Фінансові установи, вважаємо, очікують аналогічні зміни.

Отже, традиційна структура фінансової системи країни потребує переосмислення. Імплементация фінансової інституційної інфраструктури, яка спрямована на фізичних осіб, дозволить не тільки акумулювати підприємницький потенціал на користь суспільства, а й створить механізми швидкого реагування на виклики сьогодення. Міжнародні фінансові інституції, а, особливо МВФ, володіють фінансовим потенціалом, але, на рівні країни, його реалізації не завжди є максимально ефективною. Вважаємо, що виключно цільове спрямування коштів в підприємницькі проекти та децентралізація фінансової системи дозволять отримати кумулятивний позитивний фінансовий ефект в довготерміновій перспективі.

Список використаної літератури:

1. Фінансовий ленд-ліз. Що Україна обіцяє зробити в обмін на \$115 млрд допомоги від МВФ та західних партнерів – план дій. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/economics/dopomoga-115-mlrd-dolariv-vid-mvf-shcho-ukrajina-povinna-zrobiti-shchob-jih-otrimati-ostanni-novini-50315663.html>.
2. Прибуток банківського сектору за 9 місяців 2022 року становив 7.4 млрд грн. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pributok-bankivskogo-sektoru-za-9-misyatsiv-2022-roku-standoviv-74-mlrd-grn>.
3. Світова онлайн-революція, яка поки не дісталася України. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/v-riteyli-globlni-zmini-yaki-poki-ne-vidchutni-v-ukrajini-prognoz-olega-vishnyakova-50315240.html>.

Витвицька Уляна Ярославівна
*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
Інститут економіки та менеджменту
Івано-Франківського національного технічного університету
нафти і газу*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-23>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

В сучасних економічних реаліях перед вітчизняними суб'єктами господарювання постає проблема формування фінансової стратегії під впливом ризику та невизначеності, нестабільності політичних, економічних та соціальних процесів, зумовлених дією пандемії COVID-2019 (у 2020–2021 роках) та військовим станом (у 2022–2023 роках). Вагоме значення при цьому має врахування факторів ризику неплатежів, зниження купівельної спроможності населення, спаду ділової активності, посилення інфляційних процесів, фінансової кризи, обмеженості внутрішнього фінансування тощо.

Нами було виділено головні особливості процесу формування фінансової стратегії, що мають місце нині в умовах економічної нестабільності (рис. 1).

Перша особливість – це скорочення періоду розробки фінансової стратегії. Так, Методичними рекомендаціями щодо складання стратегічних планів підприємствами державного сектору [1], затвердженими Міністерством економіки України, передбачено, що корпоративну стратегію доцільно складати на період 5–10 років, бізнес-стратегії – теж на період 5–10 років, але конкретна тривалість горизонту стратегічного планування залежить від галузі та сфери діяльності підприємства (табл. 1).

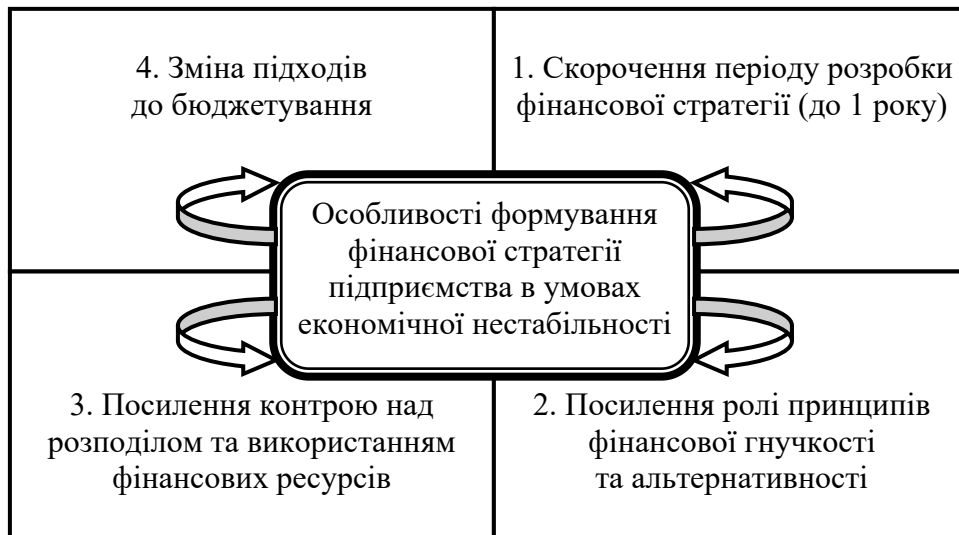


Рис. 1. Особливості формування фінансової стратегії підприємств в умовах економічної нестабільності

Таблиця 1

Рекомендовані строки стратегічного планування згідно Методичних рекомендацій щодо складання стратегічних планів підприємствами державного сектору

Галузь	Середній період розробки корпоративної стратегії, років	Середній період розробки бізнес-стратегії, років
Транспорт	7-10	5-7
Енергетика	15-20	10-15
ЖКХ	15-20	10-15
Лісове господарство	8-11	4-8
Сільське господарство	10	4-10
Культура	10-15	5-7

Джерело: [1, с. 6]

Функціональні стратегії, а саме такою є фінансова, зазвичай розробляють на 1–3 роки [1, с. 5–6]. Головною умовою визначення періоду розробки фінансової стратегії є тривалість періоду, прийнятого для формування корпоративної стратегії підприємства. Так як фінансова стратегія підпорядковується їй, то вона не може виходити за межі цього періоду (коротший період формування фінансової стратегії допустимий) [2].

Вважаємо, що у нинішніх умовах економічної нестабільності період розробки фінансової стратегії слід обмежити одним роком. Період фінансового прогнозування може обмежуватися кварталом або навіть місяцем.

Друга особливість процесу розробки фінансової стратегії підприємства за нинішніх умов – це посилення ролі принципів фінансової гнучкості та альтернативності при ухваленні управлінських рішень.

З лютого 2022 року, коли менеджмент переважно змушений фокусуватися на забезпеченні виживання підприємства, збереженні персоналу та втриманні ринкових позицій, ключовими принципами формування фінансової стратегії слід вважати принцип гнучкості та принцип забезпечення альтернативності.

Фінансова гнучкість підприємства – це можливість своєчасного маневрування фінансовими ресурсами, яка досягається при наявності їх достатнього розміру у вигляді страхових резервів й інтегрованого управління цими резервами. Крім того, важливу роль у забезпеченні гнучкості фінансової стратегії відіграє достатній рівень ліквідності активів та інвестицій підприємства. З цією метою підприємство може іноді свідомо підтримувати деякі види фінансових інвестицій з низькою прибутковістю, але високим рівнем ліквідності, щоб за рахунок можливості швидкого реінвестування капіталу забезпечити необхідну стратегічну гнучкість [2].

Щодо іншого виділеного принципу, то слід зазначити, що в основі прийняття стратегічних фінансових рішень повинен базуватись активний пошук альтернативних варіантів напрямів, форм і методів здійснення фінансової діяльності, вибір найкращих з них, побудова на цій основі загальної фінансової стратегії і формування механізмів ефективної її реалізації [2]. Взагалі, альтернативність є найважливішою особливістю усієї системи стратегічного управління підприємством, значущість якої посилилась упродовж останнього року.

Третя особливість – це посилення контролю над розподілом та використанням фінансових ресурсів, доцільність якого в умовах обмежених можливостей залучення капіталу сумнівів не викликає.

І ще одна, четверта особливість – це зміна підходів до бюджетування, яке, по суті, є інструментом реалізації фінансової стратегії і включає розробку бюджету, контроль за його виконанням, відповідністю планових та фактичних даних, аналіз причин відхилень фактичних даних від планових та формування керуючих впливів на фактори, інструменти чи механізми реалізації стратегії [3].

Як зазначає у своєму дослідженні Президент CFO Club Ukraine, професор Київської школи економіки, Михайло Колісник, зміни стосуються зокрема, скорочення адміністративних витрат, витрат на функціональні підрозділи, маркетинг, рекламу, навчання, капітальні проєкти. У той же час бюджети на логістику та формування складських запасів зростають. Бюджет на робочий капітал та непередбачувані витрати залишається без змін. З'являються нові види витрат – на релокацію, допомогу сім'ям мобілізованих працівників, які захищають країну від агресора, покриття збитків та втрат у зв'язку з війною [4].

Таким чином, врахування висвітлених особливостей формування фінансової стратегії забезпечить її ефективну імплементацію у практичну діяльність підприємств, що сприятиме їх успішному функціонуванню в умовах економічної нестабільності.

Список використаної літератури:

1. Методичні рекомендації щодо складання стратегічних планів підприємствами державного сектору. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e00a8048-3758-4996-9c9a-dfdcfbe8a684&title=Dokumenti>.
2. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия: Учебный курс. Київ : Ника-Центр, 2004. 720 с. URL: <https://www.twirpx.com/file>.
3. Фінансова стратегія підприємства: класифікація, елементи, механізм формування. AboutMarketing. URL: <https://aboutmarketing.info/ekonomika/finansova-stratehiya-pidpryyemstva-klassifikatsiya-elementy-mekhanizm-formuvannya>.
4. Михайло Колісник. Як запровадити бюджетування: тренди та тенденції. Майстер-клас. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mfNdv1qjng8&list=PLwdU8gs2I1mVv4-EkgY5LoqkVYpz6sLMu&index=3>.

Герасименко Аліна Валеріївна
здобувач наукового ступеня доктора філософії,
Львівський національний університет імені Івана Франка

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-24>

АНАЛІЗ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ТА ДжЕРЕЛ ЇХ ФІНАНСУВАННЯ У ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ

Стабільність та рівномірність соціально-економічного розвитку національної економіки значною мірою залежить від ступеня індустріалізації, а отже – від обсягу та ефективності капітальних інвестицій у промислове виробництво, оскільки саме вони є фінансовим підґрунтям оновлення та модернізації промислових підприємств. На сьогоднішній день, в Україні під загрозою знаходиться майже чверть інвестицій в промисловий сектор, оскільки значна кількість активів промислових підприємств знищена внаслідок повномасштабної війни в Україні [1]. З огляду на це, актуальності набуває питання щодо розгляду стану капітального інвестування у промисловість України в останні роки.

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що за період 2018–2021 рр. обсяги капітальних інвестицій не набули позитивної динаміки. Так, за рік панування пандемії COVID-19 їх рівень суттєво знизився – на 39,20% або на -164 611,90 млн. грн., з їх числа у промислове виробництво секцій В, С, D, E – на 51,22% або на -78 528,50 млн. грн., будівництво – на 57,14% або на -21 700,60 млн. грн. У 2021 р. спостерігається слабке відновлення їх обсягів, але до рівня 2018 р., без урахування інфляції. Так, у 2021 р., порівняно з 2020 р. обсяг капітальних інвестицій в цілому збільшився на 20,61% або на 108 965,30 млн. грн., в тому числі щодо промислового виробництва: капітальні інвестиції у підприємства секцій В, С, D, E – на 19,80% або 37 855,50 млн. грн., будівництва – на 26,72% або 13 852,20 млн. грн.

**Капітальні інвестиції у промислове виробництво в Україні,
січень-грудень 2018–2021 рр.**

Показник	січ-груд 2018	січ-груд 2019	січ-груд 2020	січ-груд 2021
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів (секція В), млн. грн.	52 848,10	67 747,20	44 755,50	55 616,80
<i>Частка, %</i>	<i>29,41</i>	<i>29,22</i>	<i>29,19</i>	<i>29,09</i>
Переробна промисловість (секція С), млн. грн.	88 854,40	103 565,40	69 328,10	82 861,50
<i>Частка, %</i>	<i>49,44</i>	<i>44,67</i>	<i>45,22</i>	<i>43,34</i>
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (секція D), млн. грн.	34 962,80	56 499,50	36 102,10	48 867,90
<i>Частка, %</i>	<i>19,45</i>	<i>24,37</i>	<i>23,55</i>	<i>25,56</i>
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами (секція E), млн. грн.	3 053,00	4 037,40	3 135,30	3 830,30
<i>Частка, %</i>	<i>1,70</i>	<i>1,74</i>	<i>2,04</i>	<i>2,00</i>
Усього за секціями В, С, D, E	179 718,30	231 849,50	153 321,00	191 176,50
<i>Частка в секцій В, С, D, E в загал. обсязі капітальних інвестицій, %</i>	<i>34,14</i>	<i>39,67</i>	<i>36,52</i>	<i>36,15</i>
Будівництво (секція F), млн. грн.	51 902,40	59 681,10	37 980,50	51 832,70
<i>Частка секції F в загал. обсязі капітальних інвестицій, %</i>	<i>9,86</i>	<i>10,21</i>	<i>9,05</i>	<i>9,80</i>
Капітальні інвестиції, млн. грн.	526 341,80	584 448,60	419 836,70	528 802,00

Джерело: обчислено автором на основі [2]

Структура капітальних інвестицій у промислове виробництво у 2021 р. свідчить, що на промисловість припадало 36,15% обсягу капітальних інвестицій, на будівництво – 9,80%. У структурі капітальних інвестицій підприємств секцій В, С, D, E найбільша частка належить підприємствам переробної промисловості – 45,67% (в середньому, за період 2018–2021 рр.), найменша – підприємствам

водопостачання; каналізації, поводження з відходами – 1,87% (в середньому, за період 2018–2021 рр.). Частка підприємств добувної промисловості і розроблення кар'єрів – 29,23% (в середньому, за період 2018–2021 рр.), підприємств постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – 23,23% (в середньому, за період 2018–2021 рр.).

Щодо напрямків вкладень капітальних інвестицій промислових підприємств – більше 98% становлять інвестиції в матеріальні активи, решта – нематеріальні активи (зокрема, програмне забезпечення та бази даних).

Структура капітальних інвестицій у переробну промисловість представлена на рис. 1.

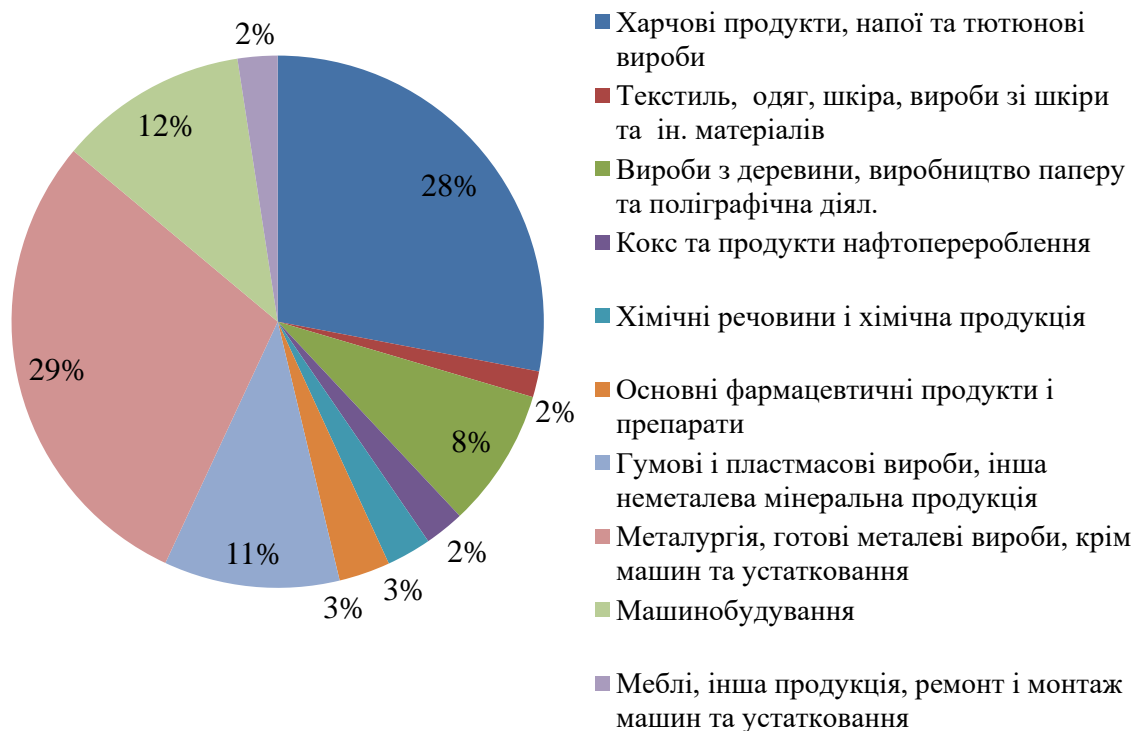


Рис. 1. Структура капітальних інвестицій у переробну промисловість (%), в середньому за січень-грудень 2018–2021 рр.

Джерело: обчислено автором на основі [2]

Дані рис. 1 демонструють, що в середньому за період січень-грудень 2018–2021 рр. найбільші частки капітальних інвестицій в загальному обсязі капітальних інвестицій у промисловість нале-

жали підприємствам металургійного виробництва, виробництва готових металевих виробів, крім машин та устаткування – 29,15% та підприємствам виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 28%; найменші – підприємствам текстильного виробництва, виробництво одягу, шкіри виробів з шкіри та інших матеріалів – 2%, виробництва коксу та продуктів нафтоперероблення – 2%, виробництва меблів, іншої продукції, ремонт і монтаж машин та устаткування – 2%.

Аналіз структури джерел капітальних інвестицій у промислові підприємства вказує на те, що ключовим джерелом фінансування в останні роки залишалися власні кошти підприємств. Зокрема, за даними 2021 р. частка власних коштів в структурі джерел капітальних інвестицій у підприємств добувної промисловості і розроблення кар'єрів склала 99,51%, у підприємств переробної промисловості – 97%, у підприємств з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – 79,16%, водопостачання, каналізації, поводження з відходами – 40,57%. Основними джерелами капітальних інвестицій будівництва були кошти населення на будівництво власних квартир – 39,18%, інші джерела – 26,19% та власні кошти – 24,37%.

Аналіз джерел капітальних інвестицій у промисловість у 2018–2021 рр. вказує на дуже низький рівень залученості фінансових посередників, зокрема банків: так, частка кредитів банків та інших позик у загальному обсязі капітальних інвестицій промислових підприємств зменшилась на 4,78 п.п., з 9,77% у 2018 до 5% у 2021 р. (в цілому, -5 212,56 млн. грн.). Виключення становлять підприємства з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря: так, в середньому, у 2018–2021 рр. частка кредитів банків та інших позик у капітальних інвестиціях галузі склала – 27,16% (лева частка фінансування належала іноземним банкам).

Зазначимо, що падіння реального ВВП України в 2022 році сягнуло 29,2%, а падіння промислового виробництва склало 38%. Сума збитків у промисловості та торгівлі оцінюється фахівцями Світового банку в 10,9 млрд. доларів. При цьому, потреби у відновленні для цих секторів на період до 2033 р. складають 23,2 млрд. дол. США. 80% із цієї суми – прогнозовані витрати на

відбудову та модернізацію виробничих приміщень, машин і обладнання, відновлення складських запасів [3].

Більшість підприємств повністю зруйновані й потребують відновлення з нуля [2].

Нагадаємо, що у 2021 році обсяг капітальних інвестицій у промисловість та будівництво разом склав близько 6,6 млрд. дол. США, при цьому, частка власних коштів підприємств склала не менше 77,61%.

Згідно ділових очікувань промисловості у лютому 2023 р., оцінка поточного обсягу замовлень на виробництво продукції (попиту) у промисловості становила мінус 51%, у переробній промисловості – мінус 53%; оцінка поточного обсягу іноземних замовлень на виробництво продукції (експортного попиту) у промисловості становила мінус 35%, у переробній промисловості – мінус 40%; забезпеченість замовленнями, як і в січні 2023 р., – у середньому на 4 місяці роботи [2].

Таким чином, враховуючи досвід минулих періодів та реалії сьогодення, які характеризуються величезними втратами та збитками промислових підприємств, перспективи капітального інвестування власними силами промислових підприємств, як це відбувалось роками, постають в дуже загрозливому світлі.

За оцінками експертів та уряду джерелами відбудови промислового сектору в Україні будуть міжнародна фінансова допомога, кошти країн-донорів, державних і приватних фондів, приватних інвесторів, банків тощо. Так, питання фінансового забезпечення відбудови промисловості в найближчі роки потребує подальшого дослідження.

Список використаної літератури:

1. Мороз М., Бондаренко Є. Збитки промисловості через війну. *Вокс Україна*. 2022. URL: <https://voxukraine.org/zbytky-promyslovosti-cherez-vijnu/> (дата звернення: 27.03.2022).
2. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 31.03.2023).
3. Богдан Т. Фінансово-економічні наслідки війни. *LB.ua*. 2023. URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoekonomichni_naslidki.html (дата звернення: 31.03.2023).

Горват Тетяна Юріївна
аспірантка,
Західноукраїнський національний університет

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-25>

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Діяльність усіх вітчизняних господарюючих суб'єктів, незалежно від форм їх власності, сфер діяльності чи інших характерних відмінностей не відбувається хаотично, а завжди опирається на чітку нормативну базу, тобто є законодавчо регульованою. Таку базу, що відображається у раціональному комплексі законів, актів та інших нормативних документів, розробляє, формує та затверджує держава, а суб'єкти господарювання зобов'язані неухильно дотримуватись встановленого державою порядку провадження діяльності та забезпечувати виконання законодавчих норм.

Вітчизняні неприбуткові організації є офіційно зареєстрованими юридичними особами, ключовою метою функціонування яких є не одержання прибутку, а задоволення цілої низки соціально значущих складових, як то здійснення благодійної чи релігійної діяльності, меценатства та іншої передбаченої законодавством діяльності.

Базовими нормативними документами, що покликані здійснювати регулювання діяльності неприбуткових організацій України є Цивільний та Податковий кодекси. Однак, у вищезгаданих законодавчих документах спостерігаються певні відмінності, що стосуються, перш за все, у формулюванні юридичних осіб, що провадять свою діяльність, не включаючи використання прибуткової складової. Так, Цивільний кодекс України називає товариства, що функціонують без мети одержання прибутку для його наступного розподілу між учасниками, непідприємницькими. Крім того, Цивільний кодекс не містить заборону здійснення непідприємницькими структурами підприємницької діяльності

поряд з основною, якщо така діяльність відповідає та сприяє реалізації мети створення таких структур [1].

Податковий кодекс України використовує формулювання «неприбуткові організації», та відносить до їх складу:

- бюджетні установи;
- громадські об'єднання та політичні партії;
- творчі та професійні спілки;
- організації роботодавців та їх об'єднання;
- релігійні та благодійні організації;
- пенсійні фонди;
- спілки, асоціації та інші об'єднання юридичних осіб;
- кооперативи (житло-будівельні, дачні, садівничі, гаражні, сільськогосподарські обслуговуючі та їх об'єднання);
- об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, асоціації власників жилих будинків;
- інші юридичні особи, діяльність яких відповідає вимогам [2].

Податковий кодекс зазначає, що неприбуткові організації не є платниками податку на прибуток, разом з тим, їх доходи можуть використовуватись виключно для фінансування потреб, що пов'язані з власним утриманням, а також для задоволення цілей та напрямків діяльності, які безпосередньо відповідають їх установчим документам. Додатково такі доходи можуть бути спрямовані для здійснення благодійної діяльності, фінансування гуманітарної допомоги [2]. Крім того, кодекс висуває ряд додаткових вимог щодо діяльності неприбуткових структур та для можливості отримання ними офіційного статусу неприбутковості, серед яких: створення та офіційна реєстрація згідно правил, наявність правильно оформлених установчих документів із зазначенням необхідної для діяльності неприбуткової організації інформації, внесення до Реєстру неприбуткових організацій тощо.

Зазначимо, що Цивільний та Податковий кодекси України є одними з основоположних, базових нормативних документів, правил та норм яких повинні дотримуватись неприбуткові організації у своїй діяльності. Однак, крім того, відповідно до виду таких організацій, вони також керуються вузькими, профільними документами. Так, діяльність об'єднань співвласників багато-

квартирних будинків регулюється Законом України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку», діяльність громадських об'єднань – Законом України «Про громадські об'єднання», діяльність благодійних організацій – Законом України «Про благодійну діяльність та благодійні організації», діяльність релігійних організацій – Законом України «Про свободу совісті та релігійні організації» тощо.

Вимоги щодо засновників неприбуткових організацій, їх резидентності та необхідної для заснування кількості осіб варіюються залежно від видів таких структур [4]. Державна реєстрація неприбуткових організацій відбувається згідно з встановленими правилами та визначеною процедурою, однак з обов'язковим урахуванням специфіки окремих видів таких організацій. Для отримання відповідного статусу неприбуткові організації повинні бути внесеними до Реєстру неприбуткових установ і організацій, що був створений з метою ідентифікації, обліку та регулювання таких структур. Зазначимо, що до вищезгаданого реєстру можуть бути включені неприбуткові підприємства виключно з офіційним статусом юридичних осіб, що не є платниками податку на прибуток. Ознаки неприбутковості присвоюються за окремою структурою кодів відповідно до виду організації, наприклад благодійні організації ідентифікуються за кодом 0036, політичні партії – 0033, об'єднання співвласників багатоквартирного будинку – 0043, релігійні організації – 0035 тощо. Неприбуткову організацію може бути виключено з Реєстру неприбуткових установ і організацій та притягнуто до податкових наслідків за певних порушень, серед яких: використання прибутку на цілі, що не пов'язані з власним утриманням та відмінні від визначених статутом чи положенням; неправомірний розподіл прибутку; невідповідність установчих документів встановленим вимогам; у разі реорганізації або ліквідації неприбуткової організації, а також за її ініціативою [4].

Попри відсутність необхідності сплати податку на прибуток, неприбуткові організації повинні вести бухгалтерський облік, вчасно формувати та подавати податкову, фінансову та статистичну звітність.

Підсумовуючи вищенаведене, зазначимо, що вітчизняні неприбуткові організації є легітимно функціонуючими суб'єктами господарювання, що не переслідують мети одержання прибутків, а провадять свою діяльність, здебільшого, у соціально значимій площині. Держава координує як процес створення, так і подальше функціонування таких структур, застосовуючи нормативне регулювання.

Список використаної літератури:

1. Цивільний кодекс України: Кодекс від 16 січня 2003 № 435-IV. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
2. Податковий кодекс України: Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI. Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Неприбуткові організації. Види та нормативне регулювання. Правова допомога. URL: <https://pravdop.com/ua/publications/kommentarii-zakonodatelstva/nepribilnie-organizacii-vidi-i-normativnoe-regulirovanie/>.
4. Піскун А. П. Неприбуткові організації: створення та неприбутковий статус. Б24 – Інформаційний Бізнес Портал. 2017. URL: <https://www.buh24.com.ua/nepributkovi-organizatsiyi-stvorenniya-ta-nepributkoviy-status>.

Дзюбановська Наталія Володимирівна
*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри прикладної математики;*

Маслій Вадим Володимирович
*кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри фінансів імені С. І. Юрія
Західноукраїнський національний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-26>

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФІНАНСИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Фінанси підприємств відіграють визначальну роль у фінансовій системі держави, формуючи основну частину її фінансових ресурсів. Як зазначає Л. Селіверстова та О. Єрмакова: «Не може бути стабільної і здорової фінансової системи без суб'єктів господарювання, які ефективно функціонують» [1, с. 455].

Фінансові відносини суб'єктів господарювання виникають на різних етапах їх функціонування: в момент створення, в процесі діяльності. З точки зору стадій відтворення сукупного суспільного продукту (виробництво, розподіл, обмін, споживання), саме на другій стадії фінансових відносин відбувається утворення фінансових ресурсів.

Формування фінансових ресурсів пов'язане безпосередньо з діяльністю суб'єкта господарювання, одним із видів якої є експортна діяльність. Вітчизняні підприємства активно долучаються до сучасних реалій глобалізації шляхом здійснення експортної діяльності. Ефективне використання експортного потенціалу стає доміантною функцією національної економіки будь-якої країни з метою задоволення власних потреб в технологічних, сировинних та валютних ресурсах.

Відкритість національної економіки призводить до формування тісного зв'язку між прямими іноземними інвестиціями (далі – ПІІ) та експортом товарів. Проблема взаємозв'язку між даними

категоріями може бути інтерпретована через співвідношення категорій «субстиція / комплементарність». В даному випадку мова йде про заміну експорту прямими іноземними інвестиціями, або ж його доповнення.

Ефект комплементарності (взаємодоповнення) передбачає, що зростання обсягів ПІ є джерелом зростання експорту країни-реципієнта. В такому випадку відбувається зростання притоку валютних ресурсів. Експортна виручка, зазначає С. Ткач: «важлива не тільки через те, що вона забезпечує країну великим обсягом іноземної валюти, а й через те, що експорт по суті «формує» її ВВП через компоненту чистого експорту. Крім того, виручка від експортної діяльності переважно спрямовується в подальшу виробничу діяльність експортоорієнтованих підприємств, що створює передумови до врівноваження платіжного балансу в майбутньому» [2, с. 128].

Як зазначають експерти Інтернет-видання LB.ua: «до війни, яку розпочала РФ найбільші надходження валюти забезпечували аграрії та металурги. Експорт агропродукції в 2021 році становив \$18,6 млрд, а в 2022 – передбачалося його зменшення в декілька раз через блокаду портів та окупацію півдня країни. Втрати «Азовсталі» та Маріупольського металургійного комбінату разом із морською блокадою портів значно скоротили можливості отримання валюти від експорту металу, який у 2021 році сягнув \$14 млрд. Тож на друге місце за надходженнями після АПК цілком могла вийти ІТ-галузь, яка чи не єдина у 2022 році демонструвала збільшення надходжень. У 2021 році експорт ІТ-послуг склав \$6,8 млрд.» [3].

Збільшення валютної виручки позитивно впливає на курс національної валюти. Проф. В. Марченко виділяє такий фактор, як зростання експорту, серед первинних чинників впливу на формування курсу національної валюти [4, с. 61]. Б. Слущкий зазначає, що: «Однією із важливих причин економічної кризи, викликаною війною, є скорочення експорту і, відповідно, зниження валютної виручки, яка надходить в Україну за продані товари і послуги. Як наслідок, з початку лютого курс національної валюти до готівкового долара девальвував майже на 50 відсотків.

Так, якщо до початку великої війни один долар коштував приблизно 28 гривень, то у грудні в обмінниках національна валюта коливається на рівні близько 40 гривень за долар» [5].

Зростання обсягів експорту будуть сприяти збільшенню прямих і непрямих податкових надходжень. Зокрема, новий Закон України № 466 «Про внесення змін до Податкового кодексу України, щодо вдосконалення адміністрування податків, усунення технічних та логічних неузгодженостей у податковому законодавстві» передбачає, що платники податку на прибуток повинні будуть збільшувати власний фінансовий результат на суму 30% вартості товарів, в тому числі необоротних активів, робіт та послуг, реалізованих на користь нерезидентів, зареєстрованих в державах (на територіях), включених до переліку держав (територій), затверджений КМУ відповідно до п.п. 39.2.1.1 ПКУ.

Збільшення обсягів експорту також сприяє досягненню позитивної величини платіжного балансу країни, який пов'язаний з усіма секторами економіки (реальним сектором, державним бюджетом, фінансовим сектором), є одним із вагомих факторів впливу на курс національної валюти та спричинює вплив на грошово-кредитну політику. Таким чином, процеси іноземного інвестування та експортної діяльності суб'єктів господарювання можуть створювати синергетичний ефект і сприяти більшій стабільності фінансової системи.

Отже, враховуючи вищезазначене, дослідження впливу прямих іноземних інвестицій на фінанси суб'єктів господарювання, які формуються в результаті їх зовнішньоекономічної діяльності, викликає значний дослідницький інтерес, як з наукової точки зору для глибшого розуміння процесів, що відбуваються в світовому господарстві, так і з точки зору розробки рекомендацій для державної політики в сфері залучення іноземного капіталу.

Список використаної літератури:

1. Селіверстова Л. С., Єрмакова О. М. Місце та роль фінансів суб'єктів господарювання у фінансовій системі України. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск 11. С. 455–460.

2. Ткач С. В. Джерела надходження іноземної валюти в контексті забезпечення валютно-курсової стабільності в Україні. *Вісник Національного*

університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління. 2015. Випуск 2. № 815(1). С. 126–135.

3. Децик О. Через курс. Яке велике джерело валютних надходжень вже втрачає Україна. URL: https://lb.ua/economics/2022/06/04/518897_cherez_kurs_yake_velike_dzhere_lo.html.

4. Марченко В. М. Фактори зміни валютного курсу в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництво*. 2017. Випуск 19. С. 59–66.

5. Слущкий Б. Розкрити вікно у світ: як збільшити експорт і заробляти більше валюти в часи війни. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/rozkriti-vikno-u-svit-yak-zbilshiti-eksport-i-zaroblyati-bilshe-valyuti-v-chasi-viyeni-12092088.html>.

Кучер Роман Олегович
*аспірант кафедри фінансів імені С. І. Юрія,
Західноукраїнський національний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-27>

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНСТРУМЕНТІВ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ НБУ В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Через повномасштабну війну макроекономічна ситуація в країні не є позитивною. Актуальна стратегія реалізації монетарної політики побудована на прагненні досягнути та зберегти цінову стабільність в державі. Сьогодні в основу механізму регулювання роботи вітчизняної грошово-кредитної політики, облікову ставку визначено основним інструментом реалізації монетарної політики, проте Національним банком України можуть бути виділені й інші, зокрема проведення валютних інтервенцій, що дає позитивний результат в контексті впорядкування роботи валютного ринку, а також накопичення міжнародних резервів. Після закінчення війни регулятор повернеться до інфляційного таргетування в цільовий діапазон $5\% \pm 1$ в. п.

Інфляція в Україні сповільнюється другий місяць поспіль – у лютому до 24,9% у річному вимірі. Зниження інфляції розпочалося раніше та відбувається швидше, ніж прогнозував Національний банк. Цьому, зокрема, сприяли збільшення пропозиції продовольства та пального, швидке відновлення енергетичної системи, слабший споживчий попит. Зростання споживчих цін також значною мірою стримується за рахунок фіксації офіційного курсу гривні і тарифів на житлово-комунальні послуги. Попередні заходи Національного банку, у тому числі утримання облікової ставки на рівні 25%, підвищення нормативів обов'язкового резервування, запровадження нових депозитних продуктів, а також калібрування валютних обмежень сприяли зміцненню гривні в готівковому сегменті ринку. Це позначилося на поліпшенні

інфляційних та курсових очікувань. Позитивний вплив мало і повне припинення емісійного фінансування бюджету з початку року [1].

Попри це, інфляція все ще залишається високою, а тиск з боку витрат бізнесу – значним. Окремі чинники, що стримували інфляцію впродовж кількох минулих місяців, можуть мати коротко-строковий характер. Так, зростання пропозиції продовольства та швидша стабілізація ринку пального значною мірою зумовлювалися теплою зимою.

Водночас вагомими ризиками для інфляційної динаміки залишаються тривалість й інтенсивність бойових дій, подальше руйнування об'єктів критичної інфраструктури, додаткові бюджетні потреби, ускладнення чи припинення роботи «зернового коридору», передчасне пом'якшення монетарної політики провідними центральними банками у відповідь на посилення загроз для фінансової стабільності, що може призвести до повільнішого зниження світової інфляції, а також посилення волатильності на світових фінансових ринках [2].

Подальше зростання привабливості строкових депозитів у гривні на тлі зниження тиску в готівковому сегменті валютного ринку спонукатиме вкладників нарощувати заощадження в національній валюті. Це посилюватиме стійкість валютного ринку та захистить міжнародні резерви, що підтримає подальше поліпшення курсових та інфляційних очікувань. Зменшенню інфляційного тиску також сприятиме зниження світової інфляції, у тому числі через здешевлення енергоносіїв, та ефект високої бази порівняння першого року повномасштабної війни. Обмежуватиме зростання цін й відносно стриманий споживчий попит.

Запроваджені заходи НБУ посилять ринкові стимули для залучення банками строкових депозитів населення у гривні, що знизить ризики для валютного ринку та міжнародних резервів на етапі пом'якшення валютних обмежень. Вони, зокрема, сприятимуть:

– подальшому зростанню процентних ставок за строковими депозитами, а відповідно – посиленню захисту гривневих заощаджень громадян від інфляційного знецінення;

– поживленню активності банків на міжбанківському ринку;

– посиленню статусу облікової ставки як дієвого інструменту, який має значний вплив на стан грошово-кредитного ринку та бізнес-поведінку економічних агентів [1].

Отже, впливаючи на рівень облікової ставки, НБУ здійснює управління короткостроковими ставками на міжбанківському грошово-кредитному ринку, які, в свою чергу, транслюються в зміни процентних ставок за іншими фінансовими активами (зокрема, державними цінними паперами) та зміни ставок банків за кредитами та депозитами. Ці ставки мають безпосередній вплив на обсяги споживання та інвестицій домогосподарств і суб'єктів підприємництва, а, відповідно, і на інфляцію.

Список використаної літератури:

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/valuation>.

НАПРЯМ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Макарович Вікторія Костянтинівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Закарпатський інститут імені Ференца Ракоці II*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-28>

ІННОВАЦІЙНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Використання концепції інноваційного капіталу в системі обліку потребує, на сьогодні, впровадження більш широкого та збалансованого підходу до формування його облікової інтерпретації, виходячи з якої має бути визначено сукупність облікових понять, які безпосередньо стосуватимуться інноваційного капіталу підприємства, а також і комплементарних активів, які підвищують ефективність його використання.

Аналіз існуючих підходів до розуміння сутності інноваційного капіталу дозволяє встановити, що на сьогодні серед вчених відсутня єдність в розумінні даного поняття. Для визначення ролі інноваційного капіталу в економічному зростанні вчені використовують поняття «капітал досліджень та розробок» (R&D capital), а для аналізу впливу інноваційної діяльності на результати функціонування підприємства – безпосередньо поняття інноваційного капіталу.

В табл. 1 наведено групування позицій дослідників щодо розуміння поняття «інноваційний капітал».

**Підходи дослідників щодо розуміння поняття
«інноваційний капітал»**

Назва підходу / виду підходу		Розуміння інноваційного капіталу	Представники
Макроекономічний		Запас знань (інновацій), які є рушійними силами економічного зростання	Ц. Гріліхес, А. Гото, Й. Гровіц К. Сузукі
Мікроекономічний	Ресурсний	Сукупність інтелектуальних ресурсів (інтелектуальної власності та інших видів), які забезпечують реалізацію інноваційної діяльності підприємства	Л. Едвінсон, М. Мелоун, Т. Кійек, О. М. Собко
	Соціологічний	Результат спільних соціальних дій індивідуумів, характеризуючи їх здатність до розробки, впровадження і комерціалізації інновацій	М. Макелрой
	На основі людського капіталу	Здатність людей до втілення інновацій та використання інноваційних ресурсів підприємства	Дж. Дайер, Н. Ферр, К. Лефрендт, О. О. Сопка, О. В. Захарова, Н. А. Подлужна
	Компетентнісний	Здатність до здійснення ефективної інноваційної діяльності і до впровадження у виробництво інноваційної продукції з метою задоволення потреб споживачів	Дж. Чен, З. Жу, Х. Ксіе, Ю. О. Головчук В. В. Стадник, І. В. Федулова

Для обґрунтування сутності інноваційного капіталу вченими використовуються різні види підходів (табл. 1), в основі яких

покладено різний базис (макроекономічний, мікроекономічний (ресурсний, соціологічний, на основі людського капіталу. компетентністний)). В то же час, представники всіх досліджених підходів при трактування даного поняття відштовхуються від сутності двох основоположних понять, покладених в його основу – «інновація» та «капітал». З позиції удосконалення системи обліку в частині інноваційної діяльності найбільш доцільним є використання ресурсного підходу, що базується на розгляді інноваційного капіталу як сукупності ресурсів, які і повинні підлягати обліковому відображенню. Інноваційний капітал виникає в результаті здійснення інноваційної діяльності і одночасно забезпечує її реалізацію на підприємстві.

Враховуючи необхідність удосконалення теоретико-методологічних засад бухгалтерського обліку інноваційної діяльності підприємств, виходячи з наявності значної кількості сигналів про її невідповідність вимогам часу та запитам користувачів облікової інформації, для досягнення таких цілей пропонуємо використовувати в системі обліку концепцію інноваційного капіталу, що базується на ресурсному підході.

Зокрема, як відмічають С. Зембон та Д. Монкіардіні, між нематеріальними активами та бізнес-інноваціями існує тісний зв'язок, який є набагато складнішим і ширшим, ніж можна було б припустити звичайним фокусом на дослідженнях і розробках. Політичні та академічні дебати повинні виходити за рамки ідеї інновацій, яка все ще значною мірою базується лише на інвестиціях у дослідження та розробки і патенти. Сучасні ідеї «розумних інновацій» вимагають зміни парадигми та ширшої та збалансованішої аналітичної основи [1, с. 21–22]. Тобто облікові категорії, які на сьогодні використовуються для характеристики інноваційної діяльності, повною мірою не відображають всі особливості її здійснення, зменшуючи релевантність облікової інформації для суб'єктів прийняття рішень. Вже більш конкретно дану проблему розкриває Т. Гюнтер, зазначаючи про те, що в МСФЗ 38 інноваційна діяльність поділяється на фази дослідження та розробки, і такий поділ призводить до того, що дослідницька фаза, яка забезпечує (загальні) нові наукові або технічні знання та

розуміння, з точки зору МСФЗ не розглядається як інвестиція, що суперечить ресурсному підходу до розуміння інноваційного капіталу [2, с. 323]. Таким чином автори наголошують на тому, що чинна система обліку потребує удосконалення в напрямі забезпечення більш ґрунтовного (за змістом та за обсягами) розкриття інформації про інноваційну діяльність підприємства.

Для формування комплексної системи інформаційного забезпечення управління інноваційною діяльністю підприємства в обліку мають бути відображені процеси з формування інноваційного капіталу (витрати, капітальні вкладення, інвестиції), його використання в діяльності підприємства (амортизація, знецінення, дооцінка, формування резервів тощо), а також його вибуття (ліквідація, продаж, обмін тощо). В кінцевому випадку має бути розроблена комплексна система визнання, оцінки, облікового відображення та звітування про інноваційний капітал підприємства та комплементарних активів, що має підвищити релевантність та достовірність облікової інформації про інноваційну діяльність підприємства та задовольнити потреби різних груп заінтересованих користувачів, які забезпечують її управління та здійснюють розподіл капіталу між галузями економіки (інвестори, інституційні інвестори, позикодавці тощо).

Список використаної літератури:

1. Zambon, S., Monciardini, D. (2015). Intellectual capital and innovation. A guideline for future research. *Journal of Innovation Economics & Management*. Vol. 2, no. 17, pp. 13–26.
2. Günther, T. (2010). *Accounting for innovation: lessons learnt from mandatory and voluntary disclosure*. In: A. Gerybadze, U. Hommel, H. W. Reiners, and D. Thomaschewski (Ed.), *Innovation and International Corporate Growth*, pp. 319–332. Berlin : Springer.

НАПРЯМ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Скопень Микола Максимович

*кандидат економічних наук, доцент,
викладач-методист кафедри загальнотеоретичної
та прикладної підготовки;*

Будя Олександр Петрович

*кандидат технічних наук, доцент,
викладач-методист кафедри загальнотеоретичної
та прикладної підготовки;*

Стародуб Олександр Петрович

*викладач-методист, голова циклової комісії
«Програмування та спеціальних інформаційних дисциплін»,
Київський фаховий коледж туризму
та готельного господарства*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-296-1-29>

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ТА ЗАХИСТУ БЕЗДРОТОВИХ МЕРЕЖ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРИСТРОЇВ MERAKI

Пристрої *Meraki* (www.meraki.cisco.com) розробляються ІТ-компанією *Cisco-Meraki* (м. Сан-Франциско, штат Каліфорнія) для посилення безпеки бездротових мереж, поліпшення їх структуризації та забезпечення можливості віддаленого адміністрування за допомогою хмарних технологій. До основних таких пристроїв можна віднести, наприклад, пристрій безпеки *Meraki-MX65W Security Appliance* та *Meraki*-сервер, яким дана достатня загальна характеристика [2]. Однак, до цього треба додати, що *Meraki-MX65W* оснащений модулем *WiFi 802.11ac* та має 12 портів, два з яких підтримують технологію *Power over*

Ethernet (PoE), тобто можливість передавати електричне живлення по крученій парі.

Слід зауважити, що деякі літературні джерела розкривають або основи створення та налаштування бездротової мережі [1, с. 186], або технології посилення безпеки бездротових мереж шляхом підключення пристроїв *Meraki* до дротових мереж [3], або захист бездротової мережі (*Wireless Local Area Network, WLAN*) шляхом безпосереднього шифрування даних на її вузлах та обмеження доступу на маршрутизаторі [4]. Однак, аналіз видань свідчить про відсутність розкриття технології побудови та дистанційної організації захисту, наприклад, двох і більше *WLAN* на платформі пристроїв *Meraki*. Саме ця технологія і пропонується авторами нижче для розгляду.

Припустимо, що в корпоративній мережі треба побудувати та організувати віддалено захист двох *WLAN*. В даному випадку порядок дій буде складатися з наступних етапів:

- побудова топології двох *WLAN* на базі *Meraki-MX65W* з віддаленим адмініструванням за допомогою *Meraki* – сервера (рис. 1);
- налаштування роутера для забезпечення зв'язку пристрою безпеки *Meraki-MX65W* з *Meraki* – сервер;
- налаштування параметрів пристрою безпеки *Meraki-MX65W*;
- налаштування через хмарний сервер *Meraki* бездротового зв'язку користувачів та шифрування даних.

Побудова топології двох *WLAN* передбачає:

- встановлення *Meraki* – сервера та налаштування його IP-конфігурації: *IPv4 Address* – 10.1.1.2, *Subnet Mask* – 255.0.0.0 та *Default Gateway* – 10.1.1.1;
- встановлення роутера з трьома мережевими картами *PT-ROUTER-NM-1CGE (Cisco Gigabit Ethernet Network Module)* і налаштування його IP-конфігурації: шлюз *GigabitEthernet0/0* – *IPv4 Address* – 10.1.1.1, *Subnet Mask* – 255.0.0.0; шлюз *GigabitEthernet1/0* – *IPv4 Address* – 9.1.1.1, *Subnet Mask* – 255.0.0.0; шлюз *GigabitEthernet2/0* – *IPv4 Address* – 11.1.1.1, *Subnet Mask* – 255.0.0.0;
- з'єднання роутера кросовером з *Meraki* – сервером (порт *Gig0/0*) та двома пристроями безпеки (підключення до порту *Internet1*).

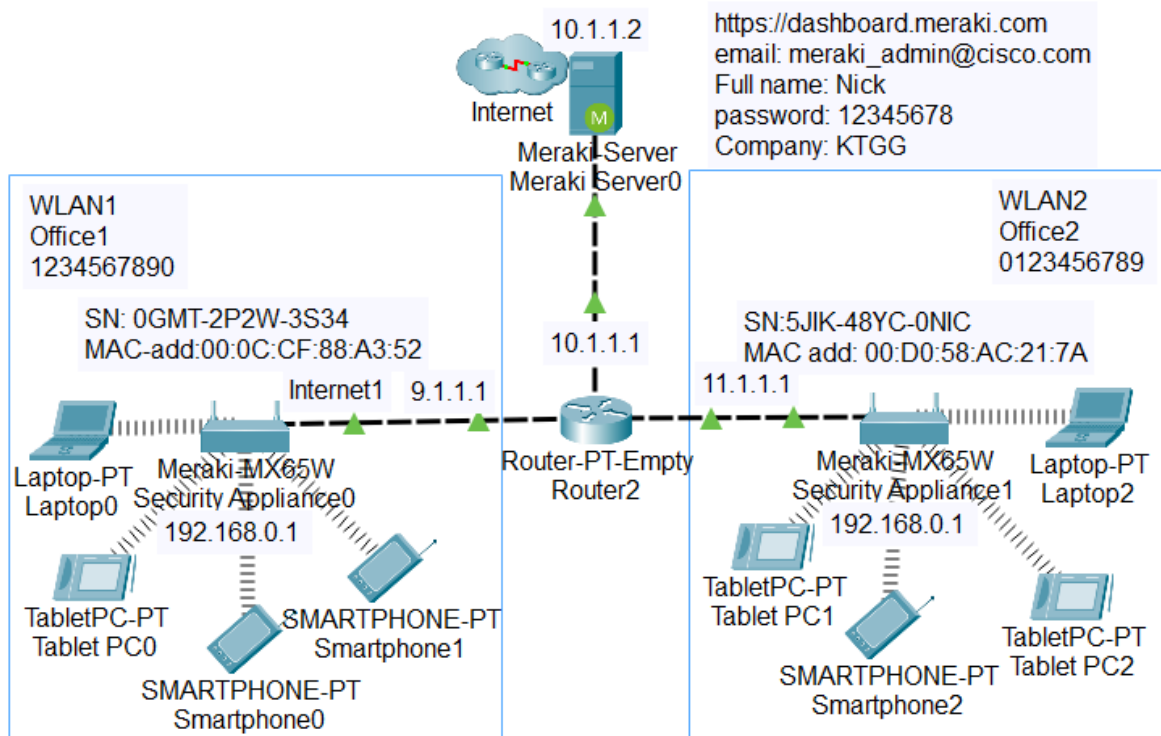


Рис. 1. Топологія двох WLAN на базі Meraki-MX65W з віддаленим адмініструванням за допомогою Meraki – сервера

Налаштування роутера – це запуск служби *DHCP* (*Dynamic Host Configuration Protocol*) для встановлення IP-адреси портам *Internet1* пристроям безпеки, відповідно, *WLAN1* – 9.0.0.1 та *WLAN2* – 11.0.0.1. В даному випадку підключені вузли будуть мати зв'язок з Meraki – сервером.

Для цього треба відкрити роутер і на вкладці *CLI* (*Command Line Interface*) ввести два програмних коди (табл. 1).

Для налаштування параметрів пристрою безпеки *Meraki-MX65W* (*WLAN1*) треба встановити *Laptop* з адаптером бездротової мережі *Linksys-WPC300N* і за допомогою вкладок *Desktop / IP Configuration* увімкнути режим *DHCP* для отримання параметрів: *IPv4 Address* – 192.168.0.2, *Subnet Mask* – 255. 255. 255.0, *Default Gateway* – 192.168.0.1, *DNS Server* – 10.1.1.2. Фіксуємо на вкладці *Config* серійний номер пристрою, наприклад, *0GMT-2P2W-3S34*. Далі відкриваємо вкладку *Desktop* на *Laptop* і у вікно *Web Browser* вводиться IP-адреса 192.168.0.1 *WLAN* пристрою безпеки, а у поле *User Name* – серійний номер (рис. 2). При відкритті пристрою на вкладці *Connection* фіксуємо MAC-адресу пристрою для подальшої

реєстрації на Meraki – сервері, наприклад: *Hardware address* 00:0C:CF:88:A3:52, а на вкладці *Configure* для Internet1 вибираємо у списку режим: *IP assignment – DHCP*. Аналогічним чином встановлюється і налаштовується *Laptop* для WLAN2 та параметри пристрою безпеки.

Таблиця 1

Програмні коди відкриття служби DHCP

Програмний код для WLAN1	Програмний код для WLAN2
Router(config)#ip dhcp pool Nick	Router(config)#ip dhcp pool Helga
Router(dhcp-config)#network 9.0.0.0 255.0.0.0	Router(dhcp-config)#network 11.0.0.0 255.0.0.0
Router(dhcp-config)#default-router 9.1.1.1	Router(dhcp-config)#default-router 11.1.1.1
Router(dhcp-config)#dns-server 10.1.1.2	Router(dhcp-config)#dns-server 10.1.1.2

Для налаштування через хмарний сервер Meraki бездротового зв'язку користувачів та шифрування даних необхідно у вікні *Web Browser Laptop* ввести <https://dashboard.meraki.com>, а при відкритті сервера, натиснути кнопку *Create an account* для реєстрації. При цьому і діалогове вікно ввести, наприклад, наступні параметри: *Email: meraki_admin@cisco.com; Full name: Nick; Password: 12345678; Confirm Password: 12345678; Company: KTGG*. Натиснути кнопку *Create Account*. Далі з метою створення мереж WLAN1, WLAN2 та реєстрації пристроїв безпеки натискається вгорі посилання *here (тут)* і ліворуч *Create a network*. У поле *Network name* вводиться WLAN1 і натискається кнопка *Create network*. Нижче у відповідні поля вводяться параметри реєстрації пристрою безпеки (серійний номер, MAC-адреса, назва мережі) та натискається кнопка *Add devices*.

Якщо натиснути ліворуч посилання *Security Appliance / Appliance Status / Uplink*, тоді можна побачити стан та конфігурацію інтерфейсу Інтернет порту відповідного пристрою безпеки (рис. 3).

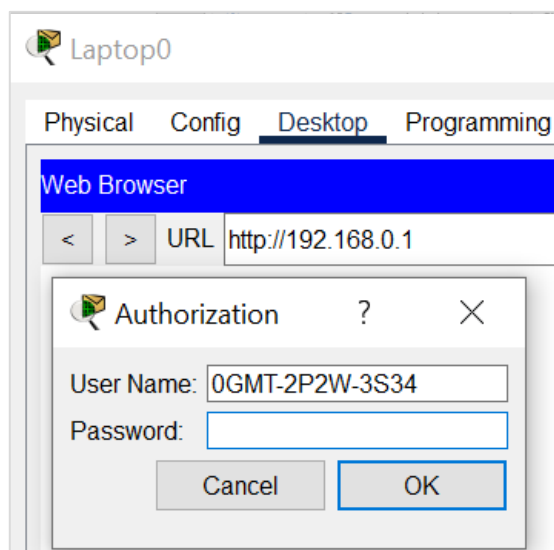


Рис. 2. Авторизація на Meraki-MX65W Security Appliance

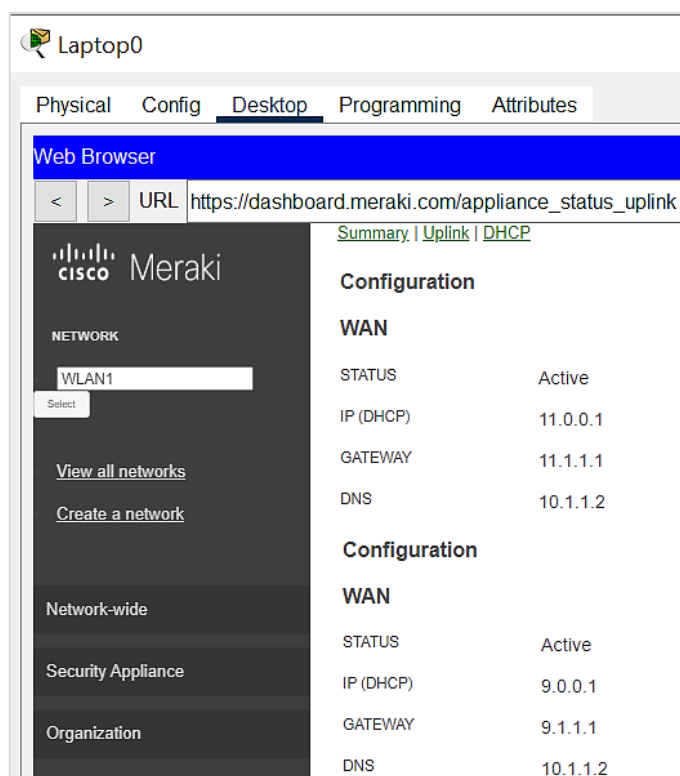


Рис. 3. Сформована на Meraki – сервері конфігурація інтерфейсів Internet-портів підключення вузлів WLAN1 та WLAN2

За посиланням *Security Appliance/ Appliance Setting* здійснюється шифрування доступу вузлів до *WLAN1*, тобто встановлення параметрів: *Status – Enabled, SSID Name – Office1, Security – WPA2 PSK, WPA Key – 1234567890, WPA encryption mode – WPA2 only.*

Натискається кнопка *Save Changes*. Після цього можна до *WLAN1* підключати до 50 вузлів. Аналогічно шифрується доступ до *WLAN2* з визначенням особистого ключа.

Після безпомилкового виконання налаштування параметрів на *Meraki-MX65W Security Appliance* та *Meraki*-сервері буде забезпечена успішна перевірка працездатності підключених вузлів.

Отже, запропонована технологія побудови та захисту бездротових мереж з використанням пристроїв *Meraki* дозволяє вирішити питання посилення безпеки мереж. Представлену технологію можна рекомендувати для використання в навчальному процесі, а також моделювання мереж на стадії проектування.

Список використаної літератури:

1. Жураковський Б. Ю., Зенів І. О. Комп'ютерні мережі. Навчальний посібник для виконання лабораторних робіт. Київ : НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2020. 213 с. URL: <http://surl.li/fynzz> (дата звернення: 27.03.2023).

2. Налагодження та дослідження роботи CISCO MERAKI. URL: <http://surl.li/fvmsb> (дата звернення: 27.03.2023).

3. Налаштування бездротової мережі Meraki. URL: <http://surl.li/fnedp> (дата звернення: 27.03.2023).

4. Скопень М. М., Стародуб О. П. Особливості шифрування та програмування обмеження доступу у бездротових мережах/ Матеріали II Міжнародної наукової конференції на тему «Цифровізація економіки в умовах пандемії: процеси, стратегії, технології» (4–5 лютого 2022 року, Кельце, Польща): Riga, Latvia: “Baltija Publishing”. 2022. С. 144–149 URL: <http://surl.li/ffcgn> (дата звернення 27.03.2023). DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-27>.

НОТАТКИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ**

8 квітня 2023 р.

Підписано до друку 24.04.2023. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 8,14. Тираж 100. Замовлення № 0423-014.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Українсько-польське наукове видавництво «Liha-Pres»
79000, м. Львів, вул. Технічна, 1
87-100, м. Торунь, вул. Лубіцка, 44
E-mail: editor@liha-pres.eu
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6423 від 04.10.2018 р.