

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних економічних відносин

НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ УКРАЇНИ

ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ В БРАТИСЛАВІ
Факультет міжнародних відносин

МАТЕРІАЛИ ДОПОВІДЕЙ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**«РЕФОРМУВАННЯ
МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН
І СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА
В СУЧАСНИХ УМОВАХ»**

24-25 березня 2023 року



Львів-Торунь
Liha-Pres
2023

УДК 338.24.021.8:339.9"313"(063)

Р 45

За загальною редакцією:

Палінчак М. М., доктор політичних наук, професор, декан факультету міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету.

Приходько В. П., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету.

Химинець В. В., доктор економічних наук, доцент, завідувач відділу досліджень Західного регіону в місті Ужгород Національного інституту стратегічних досліджень України.

Людмила Ліпкова, Dr.h.c. prof. Ing., CSc., професорка, завідувачка кафедри міжнародних економічних відносин та економічної дипломатії.

Martin Grešš, PhD., doc. Ing.

Katarína Brocková, doc. Ing. JUDr., PhD., LL.M.

Рецензенти:

Мікловда В. П., доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України.

Ярема В. І., доктор економічних наук, професор.

Реформування міжнародних економічних відносин і світового господарства в сучасних умовах: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 24-25 березня 2023 року) / За заг. ред.: М. М. Палінчак, В. П. Приходько, В. В. Химинець та ін. – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2023. – 200 с.

ISBN 978-966-397-295-4

У збірнику викладено матеріали доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Реформування міжнародних економічних відносин і світового господарства в сучасних умовах» (24-25 березня 2023 року, м. Ужгород), у яких розглядаються проблеми економічної теорії та історії економічної думки, світового господарства і міжнародних економічних відносин, економіки та управління національним господарством, економіки та управління підприємством та інші питання.

УДК 338.24.021.8:339.9"313"(063)

ISBN 978-966-397-295-4

© Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет», 2023

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

СКЛАДНІСТЬ ПРАЦІ ТА ВИРОБНИЦТВО ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ
У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Гуй Хуачжи..... 8

НАПРЯМ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

КОМПАРАТИВНІ ЗАСАДИ
ВПЛИВУ ТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА РІВЕНЬ
МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Баула О. В. 13

ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ
ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Ерфан Є. А. 16

ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ
ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Кулаков О. О. 20

ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ТНК В ЕКОНОМІЦІ РОЗВИНЕНИХ КРАЇН

Можайкіна Н. В., Волковська К. А. 24

VALUE ADDED TAX GENESYS: INTERNATIONAL PERSPECTIVE

Serdinova Anna 29

АНАЛІЗ ПОГЛЯДІВ НА КОНЦЕПТ «МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА»

Трушкіна Н. В. 31

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ
СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ
ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ

Чала В. С. 35

АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ
МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ

Шмагельська М. О. 38

НАПРЯМ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Вишневецька О. В. 42

СПОСОБИ ПОДОЛАННЯ КОРУПЦІЇ: В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	
Гура В. В.	46
ПЛАН ВІДНОВЛЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ	
Череп А. В., Лещенко А. А.	50
ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА	
РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ	
Навроцький Я. Ф., Петров В. М.	53
НАПРЯМ 4. ЕКОНОМІКА	
ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP	
IN ENSURING REGIONAL DEVELOPMENT	
Musayev Abbas Elchin oglu	57
РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	
Богородицька Г. Є., Ладчук В. О.	61
ОРЕНДА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЯК СПОСІБ ОНОВЛЕННЯ	
ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА	
Боднарюк В. А.	65
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК БІОЕКОНОМІКИ	
З ІНШИМИ НАУКОВИМИ ПІДХОДАМИ	
Вострякова В. І.	67
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Гайова Д. О.	72
POSITIVE CONSEQUENCES OF REFORMS	
OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS OF ENTERPRISES	
WITH FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF UKRAINE	
Gryza Anatolii	76
РОЗСЛІДУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗЛОЧИНІВ:	
СУТНІСТЬ, ОЗНАКИ ТА ВИДИ	
Мисник К.	78
НАПРЯМ 5. ІННОВАЦІЇ	
ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ	
ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ	
НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ	
Панченко М. М.	82

НАПРЯМ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ І ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ
РЕКРЕАЦІЙНОГО ЛІСОКОРИСТУВАННЯ:
СТУНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ

Гюлтекін О. О. 84

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

МІГРАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ТА КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ
МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ
ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Жовнір С. М. 87

МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ
СПРИЧИНЕНІ ВІЙНОЮ: СТАН ТА НАСЛІДКИ

Кротевич М. С., Гбур З. В. 91

ОСОБЛИВОСТІ ПІДТРИМКИ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ
В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПРИ ВІДНОВЛЕННІ ЕКОНОМІКИ

Перегудова Т. В. 96

БІРЮЗОВА МОДЕЛЬ
ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ ПЕРСОНАЛУ

Сорока О. В. 100

НАПРЯМ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І АУДИТ

ПЛАНУВАННЯ АУДИТУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кожушко О. В. 104

НАПРЯМ 9. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

ГЕЙМИФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ
ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В БАНКУ

Залюбовська І. М. 110

ЗАХОДИ ПОКРАЩЕННЯ
ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Капустін А. М. 115

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ
В УМОВАХ ВІЙНИ

Реверчук С. К., Якимів А. М. 119

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ
Ткач М. Я., Пархоменко П. П., Дриньов Д. 122

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

ФАКТОР ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ
В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ:
СЦЕНАРНІ РОЗРАХУНКИ
Воргач О. А. 125

НАПРЯМ 11. МАРКЕТИНГ

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ
Акімов К. Е. 130

DEVELOPMENT OF MARKETING STANDARDS
IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION:
THE EUROPEAN DIMENSION
Zhalinska Iryna 134

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНТЕРНЕТ-ПОКУПОК
ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОВІД-19: ПОВЕДІНКА
СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ НА РИНКУ КОСМЕТИКИ,
ПАРФУМЕРІЇ ТА ЗАСОБІВ ДОГЛЯДУ
Старостіна А. О., Руденко Н. В., Кравченко В. А. 138

ДЕТЕРМІНАНТИ УПРАВЛІННЯ
ПРОЦЕСОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ
НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Шумкова О. В. 143

АНТИКРИХКІСТЬ ТА АНТИКРИЗОВА СТІЙКІСТЬ
В ДІДЖИТАЛ СЕРЕДОВИЩІ
Язвінська Н. В., Щербатюк І. В. 147

НАПРЯМ 12. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

CHALLENGES AND PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT
OF THE CIRCULAR ECONOMY IN UKRAINE. EU EXPERIENCE
Gorokhova Tetiana 150

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
Кукель Г. С. 154

ЦІНОВА КОНКУРЕНЦІЯ: ЯК НЕ ПОТРАПИТИ У «МЕРТВУ ПЕТЛЮ» Шевченко Л. С.	157
МЕТОД 9-GRID BOX В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ Юрченко Г. М.	161
НАПРЯМ 13. ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ	
РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ДІЛОВОЇ АВІАЦІЇ Манівчук В. В., Романенков Ю. О.	165
ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ НА ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАНЬ Москвіченко І. М., Стаднік В. Г., Рижевський М. М.	172
ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІ ПРОЄКТИ ЄС ТА УЧАСТЬ В НИХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІДСІЧІ ПОВНОМАСШТАБНІЙ АГРЕСІЇ РФ Смирнов І. Г., Любіцева О. О.	175
НАПРЯМ 14. ГУМАНІТАРНІ НАУКИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ	
SEMANTICS OF PHRASAL VERBS WITH THE MEANING OF SPEECH ACTIVITY Velshynevska Anastasiia	179
LEXICAL MEANING OF A WORD AS AN OBJECTIFICATION OF INFORMATION ABOUT REALITY Ivanova Karyna	183
ILLOCUTIONARY FEATURES OF ENGLISH STATEMENTS OF APPROVAL Karazhekova Oleksandra	188
IMPERATIVE STATEMENTS IN THE GRAMMATICAL SYSTEM OF THE ENGLISH LANGUAGE Kiriushchenko Olena	192

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-1>

СКЛАДНІСТЬ ПРАЦІ ТА ВИРОБНИЦТВО ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Гуй Хуачжи

*аспірантка кафедри загальної економічної теорії
та економічної політики*

Одеського національного економічного університету

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4671-3930>

Історична діалектика глобалізації та локалізації виробництва породжує об'єктивну необхідність локалізації повністю завершених ланцюжків створення доданої вартості на рівні національної економічної системи. Такі повні, вертикально інтегровані ланцюжки створення доданої вартості повинні включати в себе не тільки послідовні технологічні ступені безпосереднього процесу виробництва, а й наукові дослідження, розробки, дизайн, післяпродажне обслуговування і т. ін. Тому метою дослідження є розробка методологічних основ наукового аналізу складної праці, спрямована на теоретичне обґрунтування історичної необхідності локалізації в Китаї досліджень та розробок, яка означає безпосереднє поєднання науки та виробництва на рівні вже не глобальних, а локальних ланцюжків створення вартості на рівні національної економічної системи. Методологічною основою дослідження є принцип конкретного історизму в аналізі економіки, згідно з яким об'єктивні економічні закони і відповідні їм принципи державної політики є в значній мірі специфічними для кожної даної історичної епохи, але при цьому їх послідовна зміна є не хаотичною, а історично глибоко закономірною.

В сучасній економіці складною стає вже не тільки індивідуальна, а й комбінована праця, тобто праця сукупного працівника науково-виробничого комплексу, що включає в свою структуру не тільки виробничі, а й експериментальні, дослідницькі та конструкторські підрозділи. Виходячи з цього, політична економія активно розробляє проблеми співвідношення творчої діяльності та вартісних відносин [1–7].

Якщо розглядати працю сукупного робітника сучасної корпорації, що постійно оновлює свою продукцію, як єдиний процес конкретної праці, то виникає проблема її складності та критерію її визначення.

У сучасних умовах ускладнення праці не зводиться до зростання кваліфікації часткових робітників, зайнятих у виробництві. Якщо мати на увазі сукупну працю, що застосовується в рамках високотехнологічних корпорацій, що є по суті науково-виробничими комплексами, то її ускладнення ґрунтується насамперед на безпосередньому комбінуванні науки з виробництвом. При цьому роль науки не обмежується тим, що її результати множать продуктивну силу праці в матеріальному виробництві. Все зростаючого значення набувають ті пропорції, в яких наука безпосередньо комбінується з виробництвом, оскільки саме ці пропорції визначають складність сукупної праці, що застосовується в рамках корпоративних науково-виробничих комплексів [8; 9].

В свою чергу підвищена складність комбінованої спільно-загальної праці виявляється у її здатності як вдосконалювати методи виробництва однієї й тієї продукції, так й регулярно створювати нові й змінювати вироблені споживчі вартості. Коли зв'язок конкретної та абстрактної сторін спільної праці опосередковує продуктивна сила суспільної праці, її підвищення веде до збільшення кількості створюваних конкретною працею сукупного робочого споживчих вартостей. При цьому кількість абстрактної праці, що припадає на одну таку споживчу вартість зменшується. Через це відбувається зменшення вартості одиниці товару. Справа в тому, що підвищення продуктивної сили праці сукупного робітника залишає незмінною масу створюваної ним вартості, оскільки залишається незмінною маса абстрактної праці. Але тепер ця маса абстрактної праці розподіляється між збільшеною кількістю споживчих вартостей. В результаті на одиницю товару припадає вже менша величина абстрактної праці і, отже, менша величина вартості, що утворюється ним.

Коли зв'язок конкретної та абстрактної сторін праці сукупного працівника опосередковує не продуктивна сила, а складність комбінованої праці, переважання якісних змін споживчої вартості над кількісними передбачає радикальні зміни у самій структурі сукупного працівника, у характері самого капіталістичного виробництва у цілому. В основі цих глибинних зрушень лежить безпосереднє комбінування науки та виробництва. Ці зрушення у змісті складності праці виражаються у відповідних змінах форми складності завдяки тому, що на основі комбінування науки та виробництва сукупна праця набуває здатність постійно оновлювати споживчу вартість своєї продукції. Тому складність комбінованої праці опосередковує зв'язок конкретної та абстрактної сторін цієї праці зовсім не так, як продуктивна сила спільної праці [10].

Продуктивна сила праці висловлює не так єдність, як протилежність конкретної та абстрактної праці. Як зазначалося вище, ця протилежність проявляється у даному разі у цьому, що маса створеної абстрактним

працею вартості залишається незмінною, попри зміни продуктивної сили, які стосуються конкретної сторони праці товаровиробника. Тому при підвищенні продуктивної сили праці кількість абстрактної праці, втіленої в одиниці товару, зменшується. Складність праці, навпаки, висловлює не стільки протилежність, скільки динамічну єдність конкретної та абстрактної сторін праці товаровиробника. Якісні перетворення у самому змісті конкретної праці супроводжуються адекватними змінами абстрактної сторони праці: ускладнення праці збільшує кількість абстрактної праці та масу створюваної нею вартості.

Таким чином, у оновленні продукції виявляється підвищення не продуктивної сили, а складності комбінованої праці. На відміну від підвищення продуктивної сили, збільшення складності праці збільшує масу абстрактної праці та створюваної нею вартості. Тому на одиницю нової споживчої вартості тепер може припадати збільшена величина абстрактної праці і, отже, величина вартості, що зростає. В результаті вартість одиниці нового товару може не зменшуватись, а збільшуватись. Отже, введення в теоретичний аналіз складності комбінованої праці та врахування специфічного впливу її динаміки на масу створюваної вартості та на вартість одиниці товару дозволяє підійти до пояснення знаменитого «парадоксу Варги», пов'язаного з протилежним рухом у ХХ ст. цін і вартостей. Для цього методологічно важливо розрізняти не тільки конкретну та абстрактну працю, а й конкретний та абстрактний робочий час, тобто час конкретної та абстрактної праці. Ускладнення праці означає розрив між конкретним та абстрактним робочим часом: конкретний час залишається колишнім, а абстрактний – збільшується за рахунок збільшення складності. На ранніх щаблях розвитку капіталізму подовжувався конкретний робочий час, тобто час конкретної праці. Навпаки, сучасної економіки характерна тенденція до подовження абстрактного робочого дня з допомогою підвищення складності праці.

Слід зауважити, що категоріальне осмислення нових економічних явищ, породжених сучасним науково-технічним розвитком, потребує нового підходу до використання поняття складності праці. Насамперед, необхідно розрізняти складність індивідуальної та комбінованої праці. Якщо складність індивідуальної праці характеризується підготовкою, яка потрібна для її виконання, то складність комбінованої праці вимірюється тією пропорцією, у якій спільна праця безпосередньо комбінується із загальною працею. На «виході» ця пропорція проявляється насамперед у здатності створювати нові чи покращувати колишні продукти. Ця здатність комбінованої спільно-загальної праці є виразом того, що її ускладнення не зводиться до механічного включення до складу сукупного робітника тих, хто зайнятий творчою працею. Науково-дослідний персонал відіграє особливу роль у процесі збільшення вартості: хоча науково-дослідні робітники безпосередньо не

створюють вартості своєю творчою працею, але їх праця підвищує складність праці сукупного робітника корпорації та надає йому здатність регулярно відтворювати надмірну додаткову вартість.

У транснаціональних корпораціях (ТНК) комбінування загальної та спільної праці в умовах глобалізації набуває міжнародного характеру і призводить до утворення глобальних ланцюжків створення вартості. За даними Організації Об'єднаних Націй (ООН), до кінця 2021 р. корпорацій з більш ніж 700 000 дочірніх та залежних підприємств, розкиданих по всьому світу, що утворюють величезну виробничо-збутову систему. Транснаціональні корпорації монополізували одну третину світового виробництва, 90% прямих іноземних інвестицій (ПІІ), дві третини загального обсягу торгівлі та 70% світових патентів та технологій. Найприбутковіші функції в структурі транснаціональних ланцюжків створення вартості ті, які найбільшою мірою віддалені в часі від процесу безпосереднього складання продукту – це наукові дослідження, розробки, дизайн, зосереджені звичайно в розвинених країнах Заходу і, перш за все, там, де знаходяться штаб-квартири транснаціональних корпорацій.

Якщо для України на передній план виходить об'єктивна необхідність локалізації промислового виробництва, то для Китаю сьогодні не менше значення має необхідність локалізації досліджень та розробок, що означає безпосереднє комбінування загальної та спільної праці на рівні вже не глобальних, а локальних ланцюжків створення вартості.

У разі переважання тенденції до глобалізації ланцюжків створення вартості передньому плані виявляється міжнародна складність суспільно-загальної праці, комбінованої в рамках транснаціональних корпорацій. Навпаки, у міру розгортання тенденції до локалізації ланцюжків доданої вартості на перший план виходить складність суспільної праці вже не на корпоративному рівні, а на рівні всієї національної економічної системи в цілому. При цьому треба враховувати, що у кожній країні своя стратегія збільшення виробництва доданої вартості в умовах, коли історично переважає тенденція до локалізації виробництва. Перед Китаєм сьогодні стоїть завдання локалізації вже не так промислового виробництва, як досліджень і розробок. Якщо в умовах переважання тенденції до глобалізації Китай, в цілому, успішно вирішив проблему створення доданої вартості спільною працею [11; 12], то в умовах, коли переважає тенденція до локалізації, на передній план об'єктивно виходить проблема загальної праці та її участі у процесі створення доданої вартості усією національною економічною системою в цілому.

Список використаних джерел:

1. Гриценко А. А. Развитие форм обмена, стоимости и денег. Киев : Основа, 2005. 192 с.
2. Несененко П. П., Артеменко О. А., Патлатой О. Є. Сучасні економічні теорії : навчальний посібник. Одеса : ОНЕУ, 2017. 326 с.
3. Чухно А. А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. Київ : Логос, 2003. 631 с.
4. Тарасевич В. М. Теоретичний вимір інформаційно-цифрової економіки: основи і система первинних інформаційних феноменів. *Економіка України*. 2021. № 1. С. 3–23.
5. Єщенко П. С. Інформаційна економіка – шанс побудови нової моделі розвитку суспільства чи ілюзія шансу? *Економіка України*. 2019. № 2. С. 3–21.
6. Геец В. М., Тарасевич В. Н. Политическая экономия: прошлое, настоящее, будущее: монографія / Под ред. В. М. Гейца и В. Н. Тарасевича. Киев : ЦУЛ, 2014. 1056 с.
7. Артёмова Т. И. Стоимость и цена: логико-исторический процесс формообразования. Киев : Основа. 2006, 448 с.
8. Грималюк А. В. Абстрактная сложность труда. *Науковий вісник ОДЕУ*. 2006. № 13 (33). С. 29–39.
9. Грималюк А. В. Методологічні основи теоретичного дослідження складної праці. *Вісник соціально-економічних досліджень: збірник наукових праць*. 2006. № 24. С. 213–222.
10. Грималюк А. В. Методологические основы анализа процесса отчуждения сложности от труда. *Науковий вісник ОДЕУ*. 2006. № 14 (34). С. 9–22.
11. Несененко П. П., Поліщук В. О. Сучасний стан, місце та роль КНР у світовій економіці. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць / За ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2020. № 1 (72). С. 191–202.
12. Несененко П. П., Артеменко О. А. Аналіз внутрішніх закономірностей проведення сучасних реформ у КНР у світлі процесів соціалізації. *Китаєзнавчі дослідження*. 2021. № 4. С. 26–38.

НАПРЯМ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-2>

КОМПАРАТИВНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ ТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА РІВЕНЬ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Баула Олена Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри міжнародних економічних відносин
Луцького національного технічного університету*

Сучасний рівень розвитку світової економіки та регулюючий вплив глобальних інституцій демонструють певні успіхи багатьох країн світу щодо зменшення показників тінізації економіки, однак актуальною дана проблема залишається як для розвинених економік, так і для тих, що знаходяться на стадії формування чи трансформації.

Пропонуємо оцінити рівень тінізації економіки, толерантності до корупції та рівень міжнародної конкурентоспроможності України та Польщі – близької країни-сусіда члена ЄС, США – першої економіки світу, Данії та Швейцарії – країн-лідерів в рейтингу міжнародної конкурентоспроможності (рис. 1).

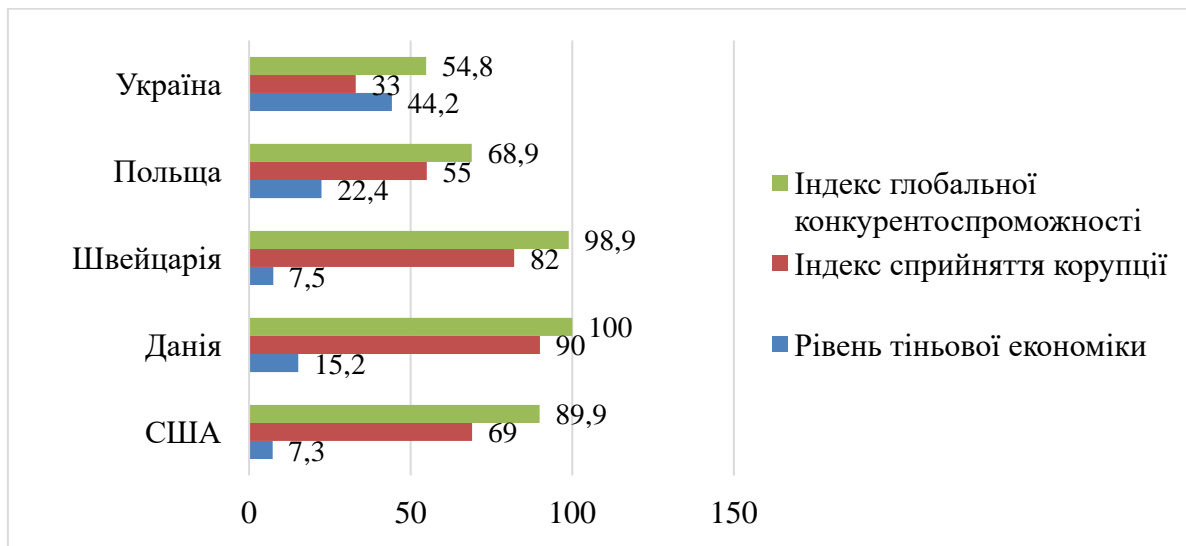


Рис. 1. Значення індексу глобальної конкурентоспроможності, індексу сприйняття корупції та рівня тіньової економіки у 2022 р.

Джерело: складено на основі [1–4]

Моніторинг зазначених показників для обраних країн доводить, що:

- існує прямий взаємозв'язок між значеннями рівня тінізації економіки, індексів міжнародної конкурентоспроможності та сприйняття корупції: обсяги тіньової економіки є більшими в тих країнах, в яких, як правило, толерантність до корупції є вищою та меншими є значення рівня міжнародної конкурентоспроможності;

- 2015 рік характеризувався відносно негативними тенденціями щодо обсягів тіньової економіки: високі значення рівня тінізації економіки в США пояснюються підвищенням базової процентної ставки, що зумовило вичікувальну позицію інвесторів; в країнах ЄС – заходи Європейського центробанку не були ефективними щодо стабілізації рівня цін; для України – зростанням рівня облікової ставки з 14% до 30%, запровадженням масштабних санкцій проти РФ, визнанням НБУ неплатоспроможними ряду найбільших фінустанов України;

- у 2019 році значення рівня тінізації економіки дещо «просіли» у зв'язку з: нарощенням показників економічного зростання; центральною банківською системою США було піднято ключову ставку, що зумовило синхронне підвищення центробанку в усьому світі задля утримання інвесторів привабливими доходностями;

- у 2019 році для України характеризувався зростання золотовалютних резервів, стабілізацією ділової активності, як результат, найкращі показники за десятиліття індексу економічної свободи, глобального індексу інновацій та глобальної конкурентоспроможності;

- у 2020 р. увесь світ охопила пандемія коронавірусу, результатом якої в економічному плані була серйозна рецесія в усіх країнах. Середньоєвропейський показник розміру тіньової економіки сягнув 17,87% [5], що на 9,8% вище ніж у 2019 р. і загалом є найвищим показником для Єврозони за останні 20 років. Основними причинами такого явища було намагання людей компенсувати свої офіційні втрати доходу;

- у 2021 р. збереглися тенденції 2020 р., відбулося «лише» помірне зниження тіньової економіки в Єврозоні з 17,87% до 17,42% ВВП [5]. Причинами такої ситуації були масові державні витрати на інфраструктуру, субсидії підприємствам та спеціальні програми для населення, що зумовило зростання ВВП у поєднанні зі зниженням безробіття. Однак, внаслідок локдаунів та збільшення невизначеності працівники мали надлишок вільного часу, який вони, як правило, використовували в тіньовій економіці;

- у 2022 році відбулося подальше відновлення світової економіки, але оскільки пандемія коронавірусу певною мірою все ще вражала більшість європейських країн, тому подальше скорочення тіньова економіка було не суттєвим. Середній розмір тіньової економіки країн-членів ЄС скоротився до 17,29% [5]. Негативні тенденції тінізації економіки

України були спровоковані повномасштабним військовим вторгненням РФ на територію України. Багато країн, в основному, Європи прийняли велику кількість біженців, які зіткнулися з перешкодами для працевлаштування в офіційній економіці, що стримувало стабілізацію показників обсягу тіньової економіки в країнах Єврозони.

Напрямами детінізації економіки повинні бути спрямовані на подолання корупції, обмеження тіньового ринку робочої сили, раціоналізація податкової політики, недопущення відмивання коштів отриманих незаконним шляхом, боротьба з кримінальним бізнесом. Методи детінізації не повинні обмежуватись лише санкціями за порушення заборон, адже це потребує значної кількості бюджетних коштів. Європейський досвід доводить, що більш ефективними у подоланні проявів тінізації є забезпечення високого рівня заробітної плати для держслужбовців та впровадження прозорого права; високого рівня добросовісної конкуренції; надійного механізму захисту прав громадян при отриманні послуг від державних структур.

Список використаних джерел:

1. Як змінювався рівень тіньової економіки в Україні за останні 11 років. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/07/08/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsvya-riven-tinovoju-ekonomiku-ukrayini-ostanni-11-rokiv> (дата звернення: 12.03.2023).
2. Corruption Perceptions Index 2015. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2015>. Corruption Perceptions Index 2019. URL: https://www.transparency.org/files/content/pages/2019_CPI_Report_EN.pdf. Corruption Perceptions Index 2021. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021>. Corruption Perceptions Index 2022. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2022> (дата звернення: 13.03.2023).
3. The Global Competitiveness Report 2015–2016. URL: https://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf. The Global Competitiveness Report 2019. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf.
4. The Global Competitiveness Report 2021. URL: <https://www.ips.lk/global-competitiveness-report-2021/> (дата звернення: 15.03.2023).
5. The Global Risks Report 2023. 18th Edition Insight Report. (2023). URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf (дата звернення: 12.02.2023).
6. Schneider, F. (2022). New COVID-related results for estimating the shadow economy in the global economy in 2021 and 2022. *International Economics and Economic Policy*. Volume 19. pp. 299–313. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10368-022-00537-6> (дата звернення: 15.03.2023).

ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Ерфан Єва Алоїсівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Одним із важливих факторів зростання економіки країн є ефективність функціонування транспортної інфраструктури територій. Транспорт, поряд з іншими інфраструктурними галузями виступає засобом забезпечення територіальних взаємозв'язків, та є сполучною ланкою між виробництвом і споживанням.

Транспортна інфраструктура є однією з тих сфер діяльності, що найбільш активно розвиваються. Саме транспорту і транспортній інфраструктурі належить важлива роль у виконанні цієї функції і прискоренні процесу відтворення.

З поглибленням процесів глобалізації та цифровізації відбулася інноваційна трансформація світової транспортної інфраструктури, яка виражається у впровадженні роботів та інтелектуальних технологій у транспортно-логістичний комплекс, та у формуванні комплексної платформи інформаційної взаємодії всередині структури глобального ланцюга поставок.

Завдяки розвитку транспортної інфраструктури країни зміцнюють інфраструктурне співробітництво, що сприяє появі нових транспортних коридорів і комплексній модернізації перевезень. Розширення потужностей транспортної інфраструктури сприяло поглибленню економічного співробітництва між Китаєм та ЄС та посиленню вантажопотоку в цьому напрямку [1].

Китай і деякі розвинені європейські країни активно підтримують розвиток інноваційної транспортної інфраструктури, оскільки щорічні темпи зростання електронної торгівлі між Китаєм та ЄС перевищують 1 трлн. доларів США. Прикладом цього став проект китайського уряду «Один пояс, один шлях», який спрямований на розширення пропускної спроможності наземної транспортної інфраструктури та на поглиблення інтеграційних зв'язків з Європейським Союзом [2].

Змінилася і структура джерел фінансування у інфраструктурні проекти. Найбільше інвестицій у розвиток транспорту припадає на країни Європи (44,3%), їх загальний обсяг перевищує 200 мільярдів доларів США. Країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону, за

інвестиціями в транспортну інфраструктуру займають другу сходинку, на них припадає 20,3% світових інвестицій. Тобто частка міжнародних фінансових інституцій у фінансуванні проектів розвитку транспортної інфраструктури значно зросла [3].

Завдяки поглибленню економічної інтеграції різних країн сформувалися багатофункціональні транспортно-промислової зони, які забезпечує злагоджену взаємодію всіх учасників ланцюгів поставок. Такий тип транспортно-промислової бази складає основу економіки Німеччини, яка за рівнем інноваційного розвитку випереджає інші європейські країни [4].

На сучасному етапі розвитку транспортної інфраструктури більшість країн зосереджуються на впровадженні єдиних екологічних стандартів транспортних послуг за рахунок переходу на екологічні технології та екологічно чисті способи транспортування. Одним із таких стандартів є Євро-6 який впроваджено європейським урядом з метою поліпшення стану навколишнього середовища.

Сьогодні, без належної логістики, компаніям дедалі важче залишатися конкурентоспроможними. Але з появою нових технологій, автоматизації та штучного інтелекту вони можуть оптимізувати свої логістичні системи, щоб залишатися конкурентоспроможними, можуть збирати, аналізувати та обмінюватися даними про стан своїх продуктів у режимі реального часу. Тому важливо інвестувати у цифровізацію ланцюгів постачання.

Важливим напрямком інноваційного розвитку та застосування сучасних технологій у сфері транспорту є інформаційне забезпечення транспортно-логістичних процесів.

Розвиток технологій, нові бізнес-моделі та різкі зміни в поведінці клієнтів змінили логістичну індустрію, а також більшість інших галузей. Logistics Trend Radar [5] показує, що логістичні інновації будуть пов'язані з соціальними та бізнес-тенденціями та технологічним прогресом. Щоб підвищити сталість своєї діяльності, логістичні компанії прагнуть максимально автоматизувати свої процеси.

З кожним роком усе більшу роль у світовій економіці відіграють інформаційно-комунікаційні технології що є індикаторами економічного потенціалу країни. Транспортна логістика як важлива частина економіки тісно пов'язаний з використанням цифрових технологій, комунікаційних засобів і серверних систем що уможливило регулярний обмін між учасниками всіх транспортних процесів передачі електронних файлів. Електронний документообіг (EDI) дозволяє автоматично зберігати та обмінюватися вантажними та товаросупровідними документами, сприяє спрощенню документообігу, попередній обробці документів, здешевленню оформлення документів, швидкій передачі документів, можливості інформаційного супроводу товару до місця призначення.

Цифрові технології, такі як блокчейн, робототехніка, штучний інтелект, 3D-друк і моделювання, IoT сьогодні досить активно впроваджуються в різні сфери транспортної інфраструктури [3].

Однією з основних проблем транспортної логістики є тривалий час митного оформлення вантажів і втрата прибутку від перевезення. Цифровізація сприяла впровадженню електронних митних декларацій, відбувся перехід на використання хмарних технологій та зростання швидкості транспортної логістики через уніфіковане зберігання митних декларацій у хмарі. Хмарні технології здатні спростити митні декларації та прискорити митне оформлення. Також важливим елементом, що обслуговує міжнародні транспортні коридори є цифровий логістичний центр (DLC).

Для підвищення ефективності логістики важливим є штрихове та електронне (RFID – радіочастотна ідентифікація) кодування товарів, упаковки, контейнерів, оскільки у будь-який час можна визначити місцезнаходження та ідентифікацію товару.

Однією з тенденцій логістики є підвищення якості транспортних послуг, адже клієнт налаштований отримати максимум за свої гроші. Тому зростає попит на показники якості в міжнародній транспортній логістиці та виробництві.

Сьогодні швидкими темпами зростає Інтернетторгівля або e-commerce (зі швидкістю 20% на рік) яка виступає драйвером попиту на сучасні транспортно-логістичні послуги та складські приміщення нового покоління. Важливу роль у системі фінансового сервісу відіграє фулфілмент. Власнику товару зручно користуватися послугами віддаленого складу, звідки можна у будь-який момент за командою з маркетплейса відправити сформований комплект на адресу кінцевого споживача.

В сучасній інтернет-торгівлі не обійтись і без додаткових сервісів, таких як трекінг замовлень. Для більшості клієнтів важливо знати, де знаходиться його товар та як виконується замовлення. Якщо є можливість відстежувати переміщення посилок у режимі реального часу, це суттєво підвищує якість сервісу. За статистикою, 42% покупців відмовлялися отримувати товар або скасовували замовлення, якщо термін доставки виявлявся, на їх думку, надто великим. 60% клієнтів бажають заздалегідь знати дату отримання посилки. А 75% покупців вважають обов'язковою можливість відстежити виконання замовлення в онлайн режимі [6].

Отже, глобалізація світової економіки призвела до значного посилення конкуренції, що підвищило вимоги до міжнародної логістики, функцією якої є не тільки транспортування вантажів між підприємствами, розташованими в різних країнах, зберігання вантажів у

дорозі, митні процедури, а й координація постачальників, які беруть участь у доставці.

Ефективність розвитку транспортної сфери потребує розбудови транспортної та інформаційної інфраструктури. Перехід до цифрових методів створення, передачі, обробки та зберігання інформації призводить до широкого впровадження, статичних і динамічних баз даних, організації телекомунікаційного зв'язку для доступу до інформації через наземні та супутникові інформаційні канали. Відповідно і у логістичних системах спостерігається перехід на цифрові технології.

Список використаних джерел:

1. Дикань В. В., Цзян Пань Передумови та перспективи інноваційно-інвестиційного співробітництва України та Китаю. *Науковий вісник 434 Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2020. № 38. С. 7–12.

2. Жангожа Р. Транснаціональний мегапроект «Один пояс – один шлях» в контексті геостратегічних інтересів України. *Україна: події, факти, коментарі*. 2018. № 20. С. 32–36.

3. Дмитрієва О. І. Європейський досвід інноваційного розвитку транспортної інфраструктури. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (28 квітня 2020 р., м. Херсон). Херсон : ХНТУ, 2020. С. 33–36.

4. Провідні ринки та інновації. Факти про Німеччину: веб-сайт. URL: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/uk/kategoriyi/ekonomika-yinnovac/providnirynky-ta-innovaciyi>.

5. Коляденко С. Використання ланцюгів постачання в умовах діджиталізації економіки. Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 41–52. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21ksvude.pdf>.

6. Логістика та e-commerce. URL: <https://logist.fm/publications/logistika-ta-e-commerce-perspektivi-sivpraci>.

ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Кулаков Олексій Олексійович

*кандидат економічних наук,
головний спеціаліст відділу міжнародного
та міжрегіонального співробітництва
управління зовнішньоекономічних відносин*

*департаменту інвестиційно-інноваційного розвитку і зовнішніх відносин
Донецької обласної державної адміністрації*

Сучасний етап розвитку України характеризується недостатнім обсягом залучення іноземних інвестицій як фактору розвитку міжнародних відносин. Багато країн прагнуть інвестувати в економіку України, зокрема країни Європейського Союзу (далі – ЄС) за допомогою інвестування в програми розвитку, різні підприємства тощо. Іноземні інвестиції та міжнародні відносини розвивають економіку України, зокрема інвестиції покращують гуманітарну ситуацію, удосконалюють органи державної влади, покращують економічне середовище, допомагають оновити інфраструктуру, підвищують роль громадянського суспільства для впровадження різних демократичних реформ, реалізують ресурсо- та енергозберігаючі заходи, захищають права людини, підтримують малий та середній бізнес тощо. Виникає необхідність сприяти залученню іноземних інвестицій як фактору розвитку міжнародних відносин в Україні.

Проблемам аналізу іноземних інвестицій і міжнародних відносин присвячено ряд публікацій вітчизняних вчених-економістів, таких як Пурій Г. [1, с. 199], Чкан І. [2, с. 95], Дем'янчук Ю. [3, с. 37], Городніченко Ю. [4, с. 168], Чорний О. [5, с. 127], Міщенко А. [6, с. 44], Герман А. [7, с. 22].

Метою статті є аналіз іноземних інвестицій як фактору розвитку міжнародних відносин.

Для визначення впливу іноземних інвестицій на економіку України, порівнюємо відсоток іноземних інвестицій відносно валового внутрішнього продукту (ВВП) в Україні. Результати розрахунків представлені на рисунку 1.

Як видно з рисунку 1 відсоток іноземних інвестицій відносно валового внутрішнього продукту (ВВП) в Україні має тенденцію до зменшення впродовж трьох років, тому в Україні потрібно розвивати міжнародні відносини.

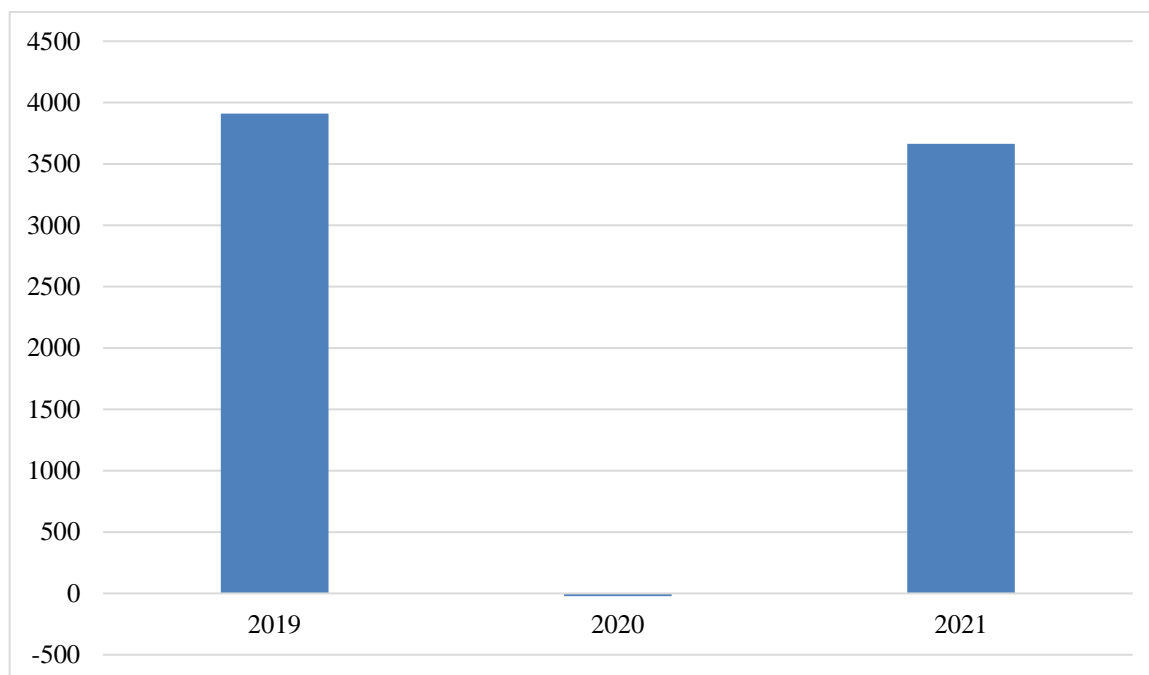


Рис. 1. Відсоток іноземних інвестицій відносно валового внутрішнього продукту (ВВП) в Україні

Джерело: розраховано за даними статистики [8]

Визначимо вплив іноземних інвестицій на економіку країн Європейського Союзу, порівняємо відсоток іноземних інвестицій відносно валового внутрішнього продукту (ВВП) в країнах Європейського Союзу. Статистичні результати представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Відсоток іноземних інвестицій відносно валового внутрішнього продукту (ВВП) в країнах Європейського Союзу

Країни	Роки		
	2019	2020	2021
Велике Герцогство Люксембург	5004	4645,70	4063
Федеративна Республіка Німеччина	24,7	26,5	27,4
Французька Республіка	31,2	34	33,8
Литовська Республіка	42,3	48,1	48,3
Королівство Нідерландів	498,8	462,9	446,6

Джерело: офіційні дані статистики [9]

Як видно з таблиці 1 відсоток іноземних інвестицій відносно валового внутрішнього продукту (ВВП) в Європейському Союзі має кращу тенденцію до збільшення впродовж трьох років.

Необхідно реалізувати в Україні принципи дипломатичного етикету під час проведення офіційних зустрічей для залучення іноземних інвестицій:

- міжнародна ввічливість;

- естетична привабливість поведінки;
- доцільність дій;
- тактовність.

В Україні потрібно впровадити дотримання норм дипломатичного протоколу:

1. Відзначенні різних святкових та траурних подій.
2. Організації зустрічей та проводів офіційних делегацій.
3. Проведенні міжнародних нарад та конференцій.
4. Підписанні угод і договорів.
5. Організації дипломатичних прийомів.
6. Особистому та дипломатичному листуванні.
7. Організації переговорів і бесід.
8. Здійсненні дипломатичних візитів.
9. Врученні вірчих грамот.
10. Призначенні глав дипломатичних представництв.
11. Встановленні дипломатичних відносин.
12. Визнанні нових держав.

Для підготовки зустрічей в Україні потрібно вирішити такі питання до початку візиту:

- призначити зустрічаючих осіб на місцях;
- процес обміну протокольними подарунками;
- преса, фото;
- перекладачі;
- супровід поліції (за потребою);
- розробка меню;
- розсадка (авто, стіл переговорів, обіди, вечери);
- питання з охороною (зброя) (за потребою);
- процес прильоту/відльоту;
- робота з відповідальними особами;
- програма.

Особливості підготовки програми офіційних зустрічей в Україні повинні бути такими:

1. Програма повинна бути насиченою, але невиснажливою.
2. Приймаюча сторона розробляє два варіанти програми: детальну, що включає технічні деталі, необхідні для приймаючої сторони та загальну, призначену для гостей.

Проведене дослідження показує важливість іноземних інвестицій як фактору розвитку міжнародних відносин, оскільки країни Європейського Союзу активізувалися щодо залучення іноземних інвестицій в економіку України. Це свідчить про необхідність реалізувати в Україні принципи дипломатичного етикету під час проведення офіційних зустрічей для залучення іноземних інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Пурій Г. М. Сучасний стан та основні тенденції залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 44. С. 199–203.
2. Чкан І. О. Іноземні інвестиції в аграрний сектор України: стан і аспекти розвитку. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 95–100.
3. Дем'янчук Ю. На шляху до НАТО: сучасні виклики та перспективи реалізації політики безпеки. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*. 2019. Вип. 46. С. 37–53.
4. Городніченко Ю. В. Шляхи залучення прямих іноземних інвестицій в Україну. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 50. С. 168–173.
5. Чорний О. В. Економічна наука і міжнародні відносини: міждисциплінарний характер проблематики. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 23(2). С. 127–130.
6. Міщенко А. Б. Новий світовий порядок: міжнародний дискурс. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2020. Вип. 6. С. 44–55.
7. Герман А. Л. Показники довіри на рівні міждержавних відносин за підтримки культурної дипломатії. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2020. Вип. 5. С. 22–34.
8. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external#5> (дата звернення: 19.03.2023).
9. Eurostat – European statistics. ec.europa.eu/eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.

ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ТНК В ЕКОНОМІЦІ РОЗВИНЕНИХ КРАЇН

Можайкіна Наталія Василівна

кандидат економічних наук, доцент,

*доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Волковська Катерина Андріївна

студентка

*Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Глобальна стратегія ТНК з освоєння ринків за кордоном безпосередньо збігається також з інтересами постачання виробничих ресурсів національних економік. Кожна ТНК з одного боку продовжує залишатися органічною частиною економіки країни базування, а з іншого – стає носієм інтересів міжнародного капіталу. У разі транснаціоналізації різко зростає значення державної підтримки ТНК. Різносторонні зв'язки, що склалися між державою та ТНК у розвинених країнах, податкові пільги, субсидії та інші засоби державно-корпоративного регулювання, безсумнівно, посилюють міжнародні корпорації загалом.

Результатом посилення ролі ТНК економіки розвинених країн останніми роками стало створення механізму цілеспрямованої підтримки зовнішньоекономічної експансії монополій. Він включає державне стимулювання експортних галузей господарства, стимулювання вивезення монополіями товарів та приватного капіталу, невидимого експорту: послуг, патентів, ліцензій.

Істотне значення має усунення акцентів у зовнішньоекономічній стратегії розвинених країн. Якщо раніше основна ставка робилася на лібералізацію міжнародного обміну, усунення імпорتنих чи інших торгових обмежень, на політику лібералізації щодо інвестиційної активності ТНК за кордоном, то нинішні уряди західних країн, офіційно не відмовляючись від цілей досягнення збалансованості платіжних балансів, головні зусилля направляють на всіляке заохочення експортного виробництва та продаж товарів на зовнішньому ринку. У цьому вони бачать одну з найважливіших умов, що сприяють докорінній технічній модернізації виробництва, його структурній перебудові та підвищенню конкурентоспроможності продукції відповідно до потреб світового ринку, що швидко змінюються.

Розробка заходів стимулюючого характеру зарубіжної діяльності ТНК які не тільки пов'язані з конкуренцією у сфері НТР, а й з

зростаючим опором із боку країн впровадження ТНК у їх економіку. Деякі держави проводять у цьому напрямі обмежувальну політику.

Зіткнувшись із опором країн, що отримали підтримку з боку ООН та інших міжнародних організацій, ТНК стали вживати заходи пристосування до нових умов шляхом використання держави зародження корпорації для обґрунтування та розробки своєї нової стратегії та тактики, які були б більш збалансованими з цілями національних економік.

Для державно-корпоративного регулювання зовнішньоекономічної експансії ТНК характерно посилення її диференційованості, вибірковості по відношенню до різних країн. При цьому враховуються, перш за все, такі фактори, як зростаюча залежність власної економіки від зовнішніх ринків, загострення конкурентної боротьби, ускладнення соціально-економічної структури країн, що розвиваються. Саме тому значний вплив на посилення позицій міжнародних монополій надає зовнішньоторговельна політика держави, роль якої збільшилася, а діапазон коштів у зв'язку зі зростанням масштабів торгових зв'язків та конкуренцією на світовому ринку розширився.

При цьому центр впливу переноситься зі старих випробуваних митно-тарифних інструментів захисту позицій національного капіталу на комплекс державно-корпоративних заходів, які об'єднують поняття нетарифні бар'єри.

Політика протекціонізму одночасно супроводжується розширенням та застосуванням різноманітних заходів стимулювання зовнішньоторговельної експансії міжнародних корпорацій з метою завоювання зовнішніх ринків. Насамперед, держава країн базування ТНК фінансує експорт, використовуючи кредитування, страхування, субсидування експортерів, фінансування експорту через міжнародні фінансово-кредитні організації тощо. Особливо зросли кошти, які виділяються з цією метою США, Японією, Німеччиною та іншим провідними країнами [1, с. 105].

Важливим фактором, що забезпечує розширення та збереження на високому рівні експорт ТНК у країни, що розвиваються, є фінансовані державою поставки за рахунок допомоги.

Посилення зовнішньоторговельної активності транснаціональних монополій, що спираються на підтримку держав, супроводжується деякими змінами позицій країн на світовому ринку. Таким чином, транснаціональним корпораціям вдається значною мірою підкорити національні економічні та політичні інтереси власним цілям. По суті, в сучасних умовах можна говорити, що державу можна розглядати як провідник волі транснаціонального капіталу. ТНК у розвинених країнах активно підтримують усі фінансові заходи уряду, коли це їм вигідно, і

йдуть на жорсткі конфлікти з ними, якщо вбачають у його діях загрозу своїм прибуткам.

Таким чином, можна зауважити, що мають місце неоднозначні взаємини ТНК та урядів економічно розвинених країн. Це зумовлено суперечливою сутністю міжнародної монополії. З одного боку, вона – провідник зовнішньополітичного курсу держави, з іншого – це фінансовий капітал, що перейшов за національні рамки, інтернаціоналізується, не визнає межі держав.

Як приклад, зростання ролі транснаціональних корпорацій Франції у національній економіці відбувалося і в період глибокої модернізації виробничих фондів та інтернаціоналізації промислових і фінансових структур.

Історично у Франції, як і у інших розвинених країнах, першою формою концентрації виробництва та капіталу була горизонтальна інтеграція. Пізніше за нею стала вертикальна, на основі якої почали виникати великі міжгалузеві об'єднання. Але вже з кінця 80-х домінуючим процесом стала диверсифікація, яка дає можливість підвищити стійкість компанії в кризових ситуаціях шляхом внутрішньофірмового переливу капіталу між різними видами виробництва. Саме з урахуванням диверсифікації склалися діючі нині у економіці країни великі міжгалузеві монополії – транснаціональні корпорації.

Логічним наслідком розвитку концентрації виробництва на рівні компаній стало формування та зміцнення позицій корпорацій, що визначають нині розвиток та функціонування економіки країни та її промисловості. Організаційно-промислові корпорації Франції представлені у вигляді концернів, або, як вони називаються у французькій економічній літературі, промислових груп. «Промислової групою є сукупність підприємств, стратегічні напрями розвитку яких визначаються, а події координуються з єдиного центру прийняття рішень» [2, с. 118].

Таким чином, на сучасному ступені концентрації капіталу та виробництва з єдиного центру управляються вже не окремі компанії, а цілі господарські комплекси, що включають виробничі, торгові, найчастіше навіть банківські фірми, науково-дослідні підрозділи, пов'язані між собою участю в капіталі та керівництві тощо. Причому економічна сила промислової групи більше суми усіх виробничих потужностей компаній, що входять до неї, оскільки вона ґрунтується, крім усього іншого, на перевагах великого виробництва, поділу праці, єдиної науково-технічної та кредитної політики, внутрішньофірмовому плануванні.

На початок 90-х в економіці Франції налічувалося близько сотні ТНК, що концентрували більше половини зайнятих у промисловості. За рідкісними винятками, ці групи утримують панівні позиції у «своїх»

галузях. Проте найбільшими серед них за міжнародними показниками є лише 20 об'єднань. Більшість із них утворилося шляхом злиття великих самостійних компаній або поглинання однією великою компанією іншою. Це видно із самої назви промислових корпорацій: «Пежо-Сітроен-Тальбо», «Томсон-Брандт», «Сен-Гобен-Понт-а-Муссон», «БСН-Жерве-Данон» та ін. [3].

Зміцнення монополістичної структури у Франції – це результат дії як об'єктивних (наростання процесу концентрації), і суб'єктивних (вплив держави) чинників, причому найбільші зміни, як зазначалося вище, відбулися за останні десять років. Як правило, у ряді випадків діяльність ТНК широко диференційована, і групу важко зарахувати до однієї галузі. Особливістю даної організації є висока мобільність капіталів, що дозволяє швидко акумулювати необхідні засоби для проникнення нових галузей.

Оскільки основні рішення приймаються в єдиному центрі групи – центральному холдингу, міжгалузевий перелив капіталу спрощується. Кошти вилучаються з тих галузей, норма прибутку на яких знижується, і перекидаються у галузі зі сприятливою кон'юнктурою. Ця процедура значно спрощується, якщо в галузі, що має на даний момент норму прибутку вище, ніж у всьому господарстві загалом, ТНК вже є. У цьому випадку просто розширюються вже існуючі виробничі потужності, набуває контроль над новими компаніями. У свою чергу, переливши капітал між галузями, проникнення в нові галузі ведуть до подальшої диверсифікації промислових груп.

Але все ж таки, як правило, у кожній ТНК зберігається «базова» галузь, в якій з причин, що історично склалися, знаходяться основні виробничі потужності, сконцентровано переважну кількість зайнятих.

Однак слід зазначити, що диверсифікація не виключає спеціалізації ТНК, які, на відміну від конгломератів, постійно реорганізують і раціоналізують свою виробничу структуру. У межах цих груп активи перерозподіляються між дочірніми компаніями.

Розвиток французьких ТНК збільшив концентрацію капіталу в економіці в цілому і призвів до концентрації там значної частини національного виробництва. В даний час у Франції дві найбільші компанії контролюють 70% виробництва сталі, 50% виробництва електронного та електротехнічного обладнання, майже 100% автомобілів, 50% продуктів нафтопереробки тощо [2, с. 118]. Найбільші ТНК розвиваються швидшими темпами, ніж у середньому вся економіка.

Слід зазначити значну роль держави, яка всебічно підтримує зовнішньоекономічну діяльність французьких ТНК, сприяє реалізації їхніх інтересів. При цьому уряд намагається досягти двох цілей: виконати соціальне та економічне замовлення корпорацій і, одночасно,

через посилення позицій ТНК, зміцнити національну економіку, прискорити процес її модернізації.

Список використаних джерел:

1. Терехов Є. М., Прокопенко О. В. Вплив транснаціональних корпорацій на розвиток національних економічних систем. *Вісник СумДУ*. 2010. № 1. С. 103–113.
2. Abdelmalki L, Mundler P. *Economie de l'environnement*. Paris Hachette, 1997. 160 p. 118. j| Afrique-Industrie.
3. 200 найбільших компаній – Рейтинги – Forbes Україна URL: <http://forbts/ua/ratings/>.

VALUE ADDED TAX GENESYS: INTERNATIONAL PERSPECTIVE

Serdinova Anna

*PhD student of Uniselinus University;
Lecturer Assistant of the Department
of Economic Theory and International Economic Relations,
Dnipro University of Technology*

Indirect taxes on consumption in one form or another are used almost in all countries of the world. Their most common forms are value added tax (VAT) and sales tax. In the vast majority of countries, only one of these taxes is applied. Over the past 60 years, more and more countries have abandoned sales tax in favor of VAT.

VAT became widespread after the signing of the Treaty on the Creation of the European Economic Community in Rome in 1957. According to this Treaty the member countries were supposed to harmonize their tax systems in the field of creating a common market. In 1967, the second directive of the EEC Council declared VAT the main indirect tax in Europe. It ordered all members of the Community to introduce this tax into their tax systems definitively from 1972.

In the same year VAT began to function in Germany from 1968. The sixth directive of the EEC Council of 1977 finally approved the basis of the modern European VAT payment system, contributed to the unification of the collection of this tax in Europe. The last clarifications in the VAT payment mechanism were made in 1991 by the tenth directive of the EEC Council. Its provisions were included in all tax legislation of the EEC member states.

Nowadays VAT is applied in more than 150 countries. Revenues from this tax make up about 20% of all tax revenues in the world. Sales tax is levied in about 30 countries - mainly in small countries in Asia, the Middle East, Africa and the Pacific. It is also used in two powerful economies of the world - the USA and China. In these countries, sales tax is charged only when goods are sold to the final consumer, and not at each stage of their supply, even where it operates simultaneously with VAT, namely in China, Canada, and India. China, as part of the full transition to VAT, began to apply this tax in certain sectors of the economy and in certain regions of the country, while the turnover tax continues to apply in other cases.

In Canada, in addition to federal VAT, some provinces charge a local sales tax, while others charge an additional local VAT. India applies both types of tax, which can operate simultaneously at the state and local levels.

At the moment, India, like China, is developing a plan to abandon the sales tax and apply only VAT at the state level [1; 2].

Different countries have different approaches to setting VAT rates. At the same time, their average level is from 15% to 25%. In some countries, a scale of rates is applied depending on the type of product and its socio-economic importance: reduced rates (2% – 10%) are applied to food, medical and children's products; standard (basic) rates (12% – 23%) – for industrial and other goods and services; and, finally, increased rates (over 25%) – for luxury items.

The lowest basic VAT rate (5%) is in Malaysia, Singapore and Japan. The highest (25%) is in three countries of the Scandinavian Peninsula (Sweden, Denmark and Norway) [3].

It should be noted that currently the VAT does not work well in any country in the world, except for small countries. The first who understood this were English, later – the Austrians and the Germans. They expressed concern when it became difficult to deal with "carousel" scammers.

When the product passes through the chain several times, VAT accumulates, and then one company disappears. Along with it, the VAT, which was supposed to go to the budget, disappears.

European countries gradually began to consider the possibility of transferring the obligation to pay VAT from the supplier to the buyer, in order to get rid of budgetary compensation in this way. Currently, reverse charge VAT – an invention of Germany – is increasingly used among European countries. Its essence is formulated in the form of a simple rule: VAT is collected during supplies from payers to non-payers and is immediately transferred to the budget. The name "VAT of one-sided effect" emphasizes the absence of a refund operation in the new mechanism [4].

References:

1. Podatkovyy kodeks Ukrayiny vid 02.12.2010. № 2755–VI. Verkhovna rada Ukrayiny. Kyiv. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Statystychnyy zbirnyk «Rehiony Ukrayiny». Available at: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ2u/htm.
3. Derzhava – podatky – biznes (1992) (Iz svitovoho dosvidu fiskal'noho rehulyuvannya rynkovoyi ekonomiky) monohrafiya / V.M. Sutturmina, V.M. Fedosov, V.L. Andrushchenko. Kyiv. 142 p.
4. S. Kryukova, Ye. Shpytko, S. Lyamets. Serhiy Terokhin: PDV sebe perezhyv. Ekonomichna pravda. Available at: <http://www.epravda.com.ua/publications/2010/09/17/248626>.

АНАЛІЗ ПОГЛЯДІВ НА КОНЦЕПТ «МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА»

Трушкіна Наталія Валеріївна

*кандидат економічних наук, старший дослідник,
докторант, старший науковий співробітник
сектору промислової політики та інноваційного розвитку
відділу промислової політики та енергетичної безпеки
Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку
Національної академії наук України*

На даний час актуалізуються сучасні проблеми і виклики національної безпеки більшості країн світу, змін у системі міжнародної безпеки у контексті активізації глобалізаційних та євроінтеграційних процесів.

Як свідчить аналіз наукових джерел з проблематики міжнародних відносин, у них практично відсутнє загальноузгоджене або загально-вживане тлумачення категорії «безпека» [1] та її похідних понять, таких як «міжнародна безпека» і «національна безпека». Це зумовлено передусім відсутністю загальноприйнятої методологічної бази, множинністю і розбіжністю вихідних позицій і підходів наукових шкіл. Поняття «національна безпека» було вперше застосовано у 1904 р. президентом США Т. Рузвельтом. Безпекове мислення було пов'язане як з військовою сферою, що приділяла основну увагу балансу сил, потенціалів та озброєнь, так і з обґрунтуванням безпеки політичної системи, її стабільності та ефективності. В умовах холодної війни поняття «міжнародна безпека» визначалося більшою мірою через політичні й військові чинники. Але з кінця 80-х рр. ХХ ст. відбувалося формування нового підходу до визначення міжнародної безпеки, який пов'язано з невоєнними чинниками і серед яких економічний чинник. Тому у науці почали використовувати нове поняття «міжнародна економічна безпека».

Варто зазначити, що вперше поняття «міжнародна безпека» було закріплено у Договорі про відмову від війни як зброя для національної політики або так званому пакті Бріана-Келлога, прийнятому 27 серпня 1928 р. Під цим концептом розумівся інститут запобігання воєн і профілактики їх зародження. Сьогодні вищевказаний термін широко вживається у Статуті Організації Об'єднаних Націй; резолюціях Генеральної Асамблеї ООН і Ради Безпеки ООН; рішеннях Міжнародного Суду ООН; документах, прийнятих міжнародними організаціями; в укладених між державами-учасниками ООН угодах, правових

документах, прийнятих на національному рівні; доктрині міжнародного права тощо.

Однак при досить частому використанні, загальновизнаного визначення міжнародної безпеки ні у міжнародних документах, ні у доктрині міжнародного права не існує. Міжнародно-правові акти акцентують увагу на головній меті міжнародної безпеки – її забезпеченні і закликають держави не здійснювати таких дій, які становлять загрозу, у тому числі і військового характеру, для мирного існування іншої держави. Конфлікти між державами пропонується вирішувати мирними способами, закріпленими у ст. 33 Статуту ООН. При цьому легальна дефініція терміна «міжнародна безпека» у цих документах відсутня. Доктрина міжнародного права також не містить загальноприйнятого визначення даного терміна.

У *Dictionnaire Diplomatique*, який видає Міжнародна дипломатична академія в Парижі, написано: «Ідея міжнародної безпеки виражає притаманне кожному народу, кожній державі прагнення бути застрахованим на випадок агресії і базується на володінні державою гарантіями того, що вона не буде атакована, а у разі нападу, що отримає негайну та ефективну допомогу зі сторони інших держав». За такого трактування поняття міжнародної безпеки належить до суб'єктивних потреб та інтересів держави, і власне його можна було б прийняти за форму визначення національної безпеки, оскільки суть міжнародної безпеки тут зведена до політично-військових гарантій для держави. Ширші визначення запропоновані в українських і польських словниках. Політологічний енциклопедичний словник визначає міжнародну безпеку як стан міжнародних відносин, який виключає порушення миру та створення реальної загрози розвитку людства, за якого народи можуть суверенно, без втручання і тиску ззовні, визначити шляхи і форми свого суспільно-політичного розвитку; діяльність держав та міжнародних інститутів щодо підтримання такого стану, універсальна система механізмів, заходів і гарантій якого виключає застосування сили в міжнародних відносинах.

Згідно з польським словником термінів з питань національної безпеки міжнародна безпека – це відсутність об'єктивно існуючих загроз і суб'єктивних побоювань, а також погоджене прагнення та діяльність міжнародної спільноти щодо охорони окреслених державних і недержавних (суспільних) цінностей за допомогою норм, інститутів і інструментів, що забезпечують мирне врегулювання спорів і створення економічних, суспільних екологічних передумов динамічної стабільності та попередження загроз.

Як наголошує Т. Сауляк, у теоретичному сенсі поняття «міжнародна безпека» являє собою певну логічну абстракцію. Водночас ця категорія є елементом практичної міжнародно-політичної діяльності, яка

здійснюється окремими державними суб'єктами та частково матеріалізується у формах союзницьких відносин, політики балансування та стримування.

І. Судак, К. Коцюрuba зазначають, що міжнародна безпека базується на міжнародних відносинах, які можна визначити як системну сукупність політичних, економічних, соціальних, дипломатичних, правових, воєнних і гуманітарних зв'язків та взаємин між основними суб'єктами світової спільноти (народами, державами, громадськими силами, рухами й організаціями).

О. Зверев, М. Прихненко відмічають, що міжнародна безпека заснована на дотриманні всіма суб'єктами міжнародних відносин загальноновизнаних норм і принципів міжнародного права, і виключає дозвіл розбіжностей і спірних питань з використанням сили або загрози застосування сили. На їх погляд, міжнародна безпека являє собою певний стан міжнародних відносин, при якому підтримання миру і безпеки є найважливішою метою.

М. Мунтян вважає, що міжнародна безпека являє собою стан міжнародних відносин, який виключає порушення загального миру або запобігає загрозі війни, інші форми посягання на існування, суверенітет і незалежний розвиток народів. Д. Проєктор стверджує, що міжнародна безпека – це стан міжнародних відносин, при якому створюються умови, необхідні для існування і функціонування держав при забезпеченні їх повного суверенітету, політичної та економічної незалежності, можливості відсічі військовополітичному натиску і агресії, їх рівноправних відносин з іншими державами. А. Назарова розглядає термін «міжнародна безпека» як стан захищеності держав світу і всього світового співтовариства від зовнішніх і у певних випадках внутрішніх загроз, які надають руйнівний вплив на такі інтереси та принципи.

А. Алексаян виділяє такі властиві характерні риси міжнародної безпеки: 1) відображення такого стану міжнародних відносин, при якому забезпечується міжнародний мир і протиріччя (конфлікти), які виникли між державами, вирішуються за допомогою мирного врегулювання; 2) можливість виникає тільки тоді, коли держави будуть співпрацювати; 3) усі держави мають можливість в умовах міжнародного правопорядку підтримувати і забезпечувати свою незалежність шляхом встановлення свого суверенітету; 4) забезпечення безпеки можливо лише при дотриманні основних принципів і загальноновизнаних норм міжнародного права в умовах міжнародного правопорядку.

З погляду Я. Тимківа, міжнародна безпека є взаємозалежністю держав у питаннях безпеки, яка зумовлює необхідність міжнародної співпраці. Суть міжнародної безпеки охоплює норми, механізми й умови, які дають суб'єктам міжнародних відносин відчуття безпеки і можливість гармонійного розвитку без тиску ззовні. На думку

В. Шамраєвої, найбільш прийнятним і відповідним реаліям міжнародного політичного процесу при дослідженні міжнародних відносин є визначення міжнародної безпеки як системи міжнародних відносин, яка базована на дотриманні всіма державами (та/або іншими міжнародними акторами) загально визнаних принципів і норм міжнародного права (та взятих на себе міжнародних зобов'язань), що виключає вирішення спірних питань та розбіжностей за допомогою сили чи погрози її застосування.

О. Савченко підкреслює, що термін «міжнародна безпека» слід розуміти як стан захищеності від загроз життєво важливим інтересам людства, держав, міждержавних та регіональних об'єднань, за якого забезпечується можливість їх реалізації. Вона формується на основі національної безпеки окремих країн і народів, безпеки груп держав і районів миру та інтегрується до рівня глобальної міжнародної безпеки. Н. Кінаш вважає, що міжнародну безпеку варто розглядати як один з основних зовнішніх факторів, який обумовлює формування національної безпеки для створення нових і дієвих механізмів спільної боротьби держав із міжнародними загрозами, що виникають на сучасному етапі існування людства, а також механізмів стримування та противаг між безпековими системами сучасності.

Отже, виходячи з вищевикладеного можна дійти такого висновку. Поняття «міжнародна безпека» є багатозначною, міждисциплінарною і багатоаспектною категорією. Цей термін тісно пов'язано з розвитком критичної інфраструктури [2–4], для ефективного й стійкого функціонування якої необхідно створювати належні умови безпеки та захисту від внутрішніх та зовнішніх загроз і ризиків (природні катаклізми, збройні конфлікти, екологічні, техногенні, військові катастрофи, кіберзагрози, кібервійни, теракти тощо).

У перспективі подальших досліджень планується проаналізувати генези поглядів на забезпечення національної безпеки в країнах світу.

Список використаних джерел:

1. Трушкіна Н. Сутність поняття «безпека». *Problems of the development of science and the view of society: Proceedings of the XI International Scientific and Practical Conference (Austria, Graz, March 21–24, 2023)*. Graz : International Science Group, 2023. P. 156–161.
2. Кизим М. О., Хаустова В. Є., Трушкіна Н. В. Сутність поняття «критична інфраструктура» з позицій національної безпеки України. *Бізнес Інформ*. 2022. № 12. С. 58–78. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-58-78>.
3. Трушкіна Н. Еволюція теоретичних поглядів на сутність поняття «інфраструктура». *Věda a perspektivy*. 2023. № 3(22). P. 125–143. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-3\(22\)-125-143](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-3(22)-125-143).
4. Трушкіна Н. Сутність поняття «розвиток критичної інфраструктури». *Moderní aspekty vědy: XXIX. Díl mezinárodní kolektivní monografie. Česká republika, Jesenice: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2023*. P. 149–163.

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ

Чала Вероніка Сергіївна

*кандидат економічних наук, доцент,
Придніпровська державна академія
будівництва та архітектури*

Серед низки стимулюючих механізмів, які спрямовані на формування «зеленого» зростання, розглядаються різного роду пільгові механізми. Про сучасний рівень поширення податкових пільг в якості мотиваційного інструмента розбудови глобальної зеленої екосистеми свідчать такі дані: нині при реалізації проєктів відновлювальної енергетики *податковими пільгами* активно користуються інвестори у 37 країнах світу і з року в рік неухильно зростають вартісні обсяги впроваджуваних національними урядами податкових пільг на здійснення інвестиційних капіталовкладень у сонячну енергетику.

Зокрема, у Сполучених Штатах Америки для проєктів, що передбачали початок будівництва об'єктів сонячної енергетики у 2020 р., податкові пільги на інвестиції були збільшені до 26% з подальшим зниженням до 22% для проєктів 2021 р. за умови, що об'єкти будуть побудовані до 2024 р. Тож за оцінками авторитетних експертів, подовження терміну дії і зростання вартісних обсягів податкових пільг дасть змогу вже найближчими роками залучити у сонячну енергетику Сполучених Штатів Америки додаткові 125 млрд дол. США приватних інвестицій, що стане потужним драйвером «озеленення» національної економіки [1, с. 43].

Як держава-гегемон, здатна формувати загальну архітектуру міжнародної безпекової системи та глобальних соціально-економічних і політичних відносин, Сполучені Штати Америки є також світовим лідером у застосуванні ще одного важливого інструменту податкового стимулювання зеленої економіки – *інвестиційного податкового кредиту*. Являючи собою відстрочку термінів сплати економічними суб'єктами податкових платежів, у США даний інструмент доповнюється також зменшенням для них розміру податкової бази на суму здійснених компаніями і фірмами інвестицій у зелені виробничі об'єкти й основні фонди. У такий спосіб досягається ключова стратегічна мета щодо трансформації інвестиційних капіталовкладень з високим рівнем ризику та непередбачуваністю комерційного ефекту у рентабельні активи. На досягнення цієї мети зорієнтований, зокрема, ухвалений у серпні

2022 р. Закон про зниження інфляції, який, поряд з реалізацією у державі цілої низки податкових реформ, передбачає також вкладення інвестицій у розмірі 370 млрд дол. США у боротьбу з кліматичними змінами на період до 2031 р. [2].

З цієї суми майже 271 млрд дол. США буде виділено у формі зеленого податкового кредитування за такими напрямками як: відновлювальна енергія та чиста електрогенерація (127,1 млрд дол. США, що становить 46,9% загального обсягу інвестицій, у тому числі інвестиційні податкові кредити – 64,8 млрд, податкові кредити – 62,3 млрд); чисте виробництво (36,9 млрд, 13,7%); житлова та комерційна енергетика, ефективна та чиста електрогенерація (36,6 млрд, 13,5%); атомна енергетика (30 млрд, 11,1%); нові, вживані та комерційні електромобілі (12,5 млрд, 4,6%); чиста воднева енергетика (13,2 млрд, 4,9%); альтернативні види палива та зарядка електромобілів (10,4 млрд, 3,8%); системи уловлювання вуглецю (3,2 млрд, 1,2%) та відшкодування витрат на чисту енергію (0,6 млрд, 0,2% відповідно) (табл. 1). Зокрема, податковий кредит у розмірі 30% поширюється на встановлені на дахах будинків сонячні електростанції, малі вітрові електростанції, енергозберігаючі потужності на дахах будинків та для некомерційних організацій, а також громадські сонячні електростанції для некомерційних організацій [2].

У рамках реалізації зазначеного Закону про зниження інфляції передбачається також надання податкових пільг американським виробникам сонячної і вітрової енергії на загальну суму 30 млрд дол. США. За оцінками експертів, вони дадуть змогу кожному домогосподарству Сполучених Штатів Америки щорічно заощаджувати більше 1 тис дол. США на оплаті комунальних послуг, одночасно забезпечуючи значне зниження їх енергетичних витрат та зменшення на 40% емісії CO₂ на період до 2030 р.

Ще однією перевагою Закону є чотириразове нарощування потужності сонячної електрогенерації до 2030 р. та дворазове збільшення на кінець періоду вітрової електрогенерації. У сукупності зазначені заходи забезпечать електричною енергією більше 1 млн американських житлових будинків приватного сектору. Окрім того, норми зазначеного закону, залишаючи в дії чинні податкові кредити на чисту електрогенерацію на період до 2025 р., одночасно запроваджують якісно новий вид податкової пільги для американських домогосподарств для зберігання акумуляторів ємністю понад 3 кВт / год [2].

**Запланові витрати федерального бюджету США
на податкове кредитування програм і проєктів боротьби
з кліматичними змінами у 2022–2031 рр.***

Напрямок боротьби з кліматичними змінами	Загальний обсяг фінансування,	
	млрд дол. США	% загального підсумку
Відновлювальна енергія та чиста електрогенерація	127,1	46,9
Чисте виробництво	36,9	13,7
Житлова та комерційна енергетика, ефективна та чиста електрогенерація	36,6	13,6
Атомна енергетика	30,0	11,1
Нові, вживані та комерційні електромобілі	12,5	4,6
Чиста воднева енергетика	13,2	4,9
Альтернативні види палива та зарядка електромобілів	10,4	3,8
Системи уловлювання вуглецю	3,2	1,2
Відшкодування витрат на чисту енергію	0,6	0,2
Усього	270,5	100,0

*- за окремими напрямками, млрд дол. США, % загального підсумку

Джерело: побудовано авторкою за даними [3]

Найбільш поширеними стимулюючими заходами податкової політики Сполучених Штатів Америки, які плануються та імплементуються з метою розвитку зеленої економіки, є механізми застосування податкових пільг в якості мотиваційного інструмента та інвестиційний податковий кредит. При цьому основними секторами впровадження зеленого податкового кредитування слід вважати виробництво відновлювальної енергії та чисту електрогенерацію; житлову та комерційну енергетику; атомну енергетику.

Список використаних джерел:

1. Зеленая экономика и зеленые финансы: учебное пособие [Порфирьев Б. Н. и др.] / Под ред. акад. Б.Н. Порфирьева. Санкт-Петербург.: Изд-во «МБИ», 2018.
2. Yanes-Barnuevo M. Clean Energy Tax Credits Get a Boost in New Climate Law, Environmental and Energy Study Institute, September 9, 2022. URL: <https://www.eesi.org/articles/view/clean-energy-tax-credits-get-a-boost-in-new-climate-law>.
3. Bertrand S. How the Inflation Reduction Act and Bipartisan Infrastructure Law Work Together to Advance Climate Action? Environmental and Energy Study Institute, September 12, 2022. URL: <https://www.eesi.org/articles/view/how-the-inflation-reduction-act-and-bipartisan-infrastructure-law-work-together-to-advance-climate-action>.

АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ

Шмагельська Марина Олексіївна
*кандидат географічних наук, доцент,
в.о. декана факультету управління та права
Вінницького кооперативного інституту*

Азійсько-Тихоокеанський вектор є пріоритетним у міжнародних економічних відносинах більшості країн світу, тому що характеризується інтенсифікацією інтеграційних процесів і продовженням змагання за лідерські позиції між найбільшими регіональними країнами. Незавершеність і водночас зростаючий вплив інтеграційних об'єднань в Азійсько-Тихоокеанському регіоні підштовхує США і географічно віддалені країни Євросоюзу шукати власні шляхи залучення до політичних і економічних процесів цього регіону. Не виключенням є і Україна.

Розвиток країн Азійсько-Тихоокеанського регіону відображає як південно-азійську специфіку, так і глобальні тенденції лібералізації, новітні інноваційні процеси, які проявляються на рівні торгівлі, міжнародного кооперування виробництва, міжнародних валютно-фінансових відносин тощо [1]. Тож сьогодні для України актуальним є включення у процес освоєння азійського ринку, інакше вона може пропустити новий важливий етап зовнішньоекономічних можливостей.

Приклади Південної Кореї, країн АСЕАН, а в останні десятиліття й Китаю – свідчать про те, що саме країни даного регіону найбільш чітко усвідомили, що для конкурентного успіху окремих виробничих, комерційних структур, національних фірм на міжнародних ринках та у власних відкритих економіках просто нових технологій, нових навиків недостатньо: необхідні інституційні зміни в економіці.

Ключовим чинником економічного і технологічного просування країн Азійсько-Тихоокеанського регіону (Південної Кореї, Азійських тигрів, драконів, ряду інших країн, що наслідували в своєму розвитку апробовану модель розвитку) є особлива роль регіональної стратегії, яка поєднує функції соціально-економічного розвитку певних територій, громад, осередків, ефективної інформатизації багатьох аспектів життя суспільства, селекції технологій з урахуванням їх виробничих характеристик і перспектив комерціалізації, які втілюються в товарі та реалізуються на світовому ринку.

Особливо слід наголосити на розвитку двосторонніх відносин України з Китаєм. Геоекономічна стратегія Китаю не тільки змушена

пасивно адаптуватися до реалій та структур глобалізації, що зараз народжуються, але й набуває нової ролі, отримуючи можливість активно брати участь у їх формуванні. Проте у цьому відношенні виникає необхідність широкого геостратегічного бачення ситуації.

Згідно з прогнозами Euromonitor International, у найближче десятиліття, в результаті прискореного економічного розвитку найбільших азіатських країн, спостерігатиметься зміна структури глобальної економіки. Частка ВВП Китаю у світовій економіці до 2030 р. зросте до 20%, що зробить КНР найбільшою економікою світу [2].

Про поживлення співробітництва з КНР свідчить угода між Державною продовольчо-зерною корпорацією України (ДПЗКУ) та Китайською національною корпорацією машинобудівельної промисловості (СЕСЕС). У цій угоді прописані умови поставки українських зернових до Китаю і китайської сільгосппродукції в Україну. Поставки української та китайської продукції мають тривати до 2028 р. [3].

Також, Україна могла б розраховувати на значно більші обсяги інвестування, принаймні з боку найбільших азіатських інвесторів – Японії, КНР (включно з Гонконгом), Індії, Сінгапуру. Ці країни володіють новітніми технологіями, яких потребує економіка України.

Азійсько-Тихоокеанський вектор актуальний розвитком міжнародних економічних відносин на інституціональному рівні. Для України перспективними могли б стати такі організації, як ШОС, АСЕАН, АТЕК (табл. 1). Шанхайська організація співробітництва (ШОС) була створена у 2001 р. з метою заохочення ефективної співпраці між країнами-учасницями в різних сферах діяльності. Головною складовою інтересу України до ШОС є розвиток торгово-економічних відносин з державами ШОС, залучення до окремих проектів в енергетиці та транспорті, доступ українських компаній до діяльності неурядових структур, передусім Ділової ради ШОС.

Таблиця 1

Перспективні азіатські регіональні угруповання для України

Назва (кількість країн учасниць)	Важливість для України	Можливість вступу
ШОС (6)	Помірна	Неможливий (можливий статус партнера по діалогу)
АСЕАН (10)	Помірна	Ускладнений
АТЕС (21)	Стратегічна	Неможливий

Джерело: [3]

Інтереси України в розвитку співробітництва з Асоціацією держав Південно-Східної Азії (АСЕАН) полягають переважно в торгово-економічній площині.

Серед найбільш перспективних галузей та напрямів економічної й науково-технічної співпраці можна виокремити:

- машино-, судно- та авіабудування, розширення постачання до країн регіону промислової продукції України;
- участь українських компаній у проектах з розвитку інфраструктури країн регіону;
- військово-технічне співробітництво (постачання наявних в Україні зразків озброєння та військової техніки (ОВТ), ремонт та модернізація ОВТ);
- енергетика (зокрема, будівництво енергетичних об'єктів, освоєння родовищ, розвиток відновлювальної енергетики);
- гірничодобувна промисловість (участь у геологорозвідувальних роботах, проектах з переробки корисних копалин);
- сільське господарство та харчова промисловість (збільшення постачання продукції та створення спільних підприємств);
- комерційне освоєння космосу;
- інформатика й телекомунікації;
- біотехнологічні матеріали та технології;
- композиційні й керамічні матеріали, метали і сплави з високими технічними параметрами;
- медицина, медичні прилади, засоби діагностики та лікування, фармацевтика.

Особливий інтерес для розширення співробітництва викликає Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво (АТЕС), що об'єднує 21 економіку світу і представляє 40% населення світу, 55% світового ВВП та близько 44% світової торгівлі. Завданнями АТЕС ("Богорські цілі") є лібералізація режиму торгівлі та інвестицій між державами-учасницями, сприяння діловій активності, а також співпраця в економічній та науково-технічній сферах. Перспективною метою АТЕС формування в межах організації зони вільної торгівлі.

Питання розширення АТЕС залишається дискусійним, оскільки наразі діє мораторій на прийняття нових членів. З огляду на викладені обставини, Україні слід активніше шукати різні механізми, як дипломатичні, так і економічні, для взаємодії з цим міжнародним об'єднанням.

Потреби диверсифікації зовнішньоекономічних зв'язків України, зниження її економічної залежності від головних на сьогодні партнерів та поглиблення інтеграції у світову економіку диктують необхідність збільшення частки країн Азійсько-Тихоокеанського регіону у структурі зовнішньої торгівлі України.

Пріоритетами України в розвитку економічної співпраці з азіатськими державами в короткостроковій перспективі мають стати:

– збільшення обсягів товарообігу (передусім за рахунок збільшення обсягів українського експорту) з тими державами, обсяги торгівлі з якими скоротилися під впливом світової фінансово-економічної кризи;

– ініціювання пілотних проектів щодо залучення інвестицій з азіатських держав з метою подальшого використання набутого досвіду для посилення привабливості України для азіатських інвесторів;

– декларування в межах контактів на високому рівні інтересу до істотного поглиблення торгово-економічної співпраці з азіатськими державами та формулювання певних цілей такої співпраці, зокрема планованих рівнів товарообігу.

– активізація участі українських підприємств, передусім державних, у конкурсах на спорудження окремих об'єктів інфраструктури та тендерах із державних закупівель в азіатських державах;

– зміцнення договірно-правової бази економічної співпраці з провідними партнерами та державами, відносини з якими мають найбільші перспективи.

У середньостроковій перспективі до азіатської політики України в економічній сфері належать:

– вирівнювання балансу торгівлі з азіатськими державами з перспективою формування в ній позитивного сальдо;

– перехід до механізмів планування розвитку двосторонньої економічної співпраці у відносинах з провідними партнерами;

– активний розвиток виробничо-інвестиційної співпраці.

Україна не може стояти осторонь поглиблення діалогу в рамках Азійсько-Тихоокеанського регіону. В такому форматі відкриваються значні економічні, транзитні, культурні можливості для співпраці. У зв'язку з цим, не варто забувати досвід Польщі, Словаччини, Румунії, Чехії, які, йдучи до членства у ЄС, одночасно поглиблювали економічну і політичну взаємодію з країнами Азійсько-Тихоокеанського регіону.

Список використаних джерел:

1. Філіпенко А. С. Міжнародні торгівельні зв'язки України: генезис і структура : Навчальний посібник. Київ : Знання України, 2018. 223 с.

2. Хаджинов І. В. Огляд зовнішньої торгівлі України: виклики та тенденції. *Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць*. ПДТУ. Маріуполь. 2014. Вип. 28. С. 273–277.

3. Зовнішньоекономічне співробітництво України: стан, перспективи розвитку, загрози та ризики. URL: https://bintel.org.ua/nash_archiv/arxiv-regioni/arxiv-ukra%D1%97na/vneshekonom.

НАПРЯМ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-10>

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Вишневецька Оксана Василівна

*кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник
відділу інвестиційного та матеріально-технічного забезпечення
Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки»*

З часів здобуття Україною незалежності, прискорення господарського розвитку не рівнозначне прискореному якісному зростанню ВВП. В таких умовах все більшої актуальності набуває модернізація її економіки, зокрема значну увагу зосереджено на можливості побудови інноваційної економіки.

Державні пріоритети в галузі нововведень визначаються напрямками державної економічної політики. Вона включає комплекс правових, організаційно-економічних та інших заходів держави, спрямованих на створення належних умов для розвитку інноваційних процесів в економіці, стимулювання впровадження результатів інноваційної діяльності у виробництво. Основними напрямками державної інноваційної політики є: сприяння зростанню інноваційної активності; орієнтація на пріоритетну підтримку інновацій, які складають основу сучасного технологічного процесу; узгодження державної інноваційної політики з ефективною конкуренцією в цій сфері; захист інтелектуальної власності та інтересів національного інноваційного підприємництва; сприяння регіональному, міжрегіональному і міжнародному співробітництву в інноваційній діяльності [1].

Механізм державного регулювання інноваційної політики містить у собі наступні складові: форми регулювання, методи регулювання, цілі, складові прямого та опосередкованого впливу.

До форм регулювання інноваційної діяльності відноситься бюджетне, податкове, цінове, соціальне, структурне та грошово-кредитне. Встановлюються проміжні, тактичні та стратегічні цілі, які досягаються через правові, адміністративні та економічні методи регулювання інноваційної діяльності. Також можна виділити складові, які прямо впливають на інноваційний процес (законодавство,

інформаційна діяльність, фінансування, заохочення та ін.) та складові опосередкованого впливу (пільги при оподаткуванні, пільгове кредитування та ін.).

Особливості прямих методів стимулювання інноваційної діяльності полягають у прямому бюджетному фінансуванні чи наданні кредитів на пільгових умовах підприємствам і організаціям, що здійснюють наукові розробки та готують кваліфіковані кадри або фінансування позабюджетних фондів.

Непрямі методи стимулювання інноваційної діяльності передбачають створення сприятливих умов для проведення інноваційної діяльності, зумовлені наданням фінансових, економічних або управлінських переваг для інноваційного підприємництва; фінансово-економічне стимулювання; різноманітні пільги для суб'єктів економічної діяльності, які спеціалізуються на науково-технічних напрямках; непрямі податкові пільги на інвестиції, що здійснюються в інноваційну сферу формування та реалізація державних інноваційних програм; удосконалення захисту інтелектуальної власності; створення організаційно-правових умов.

Щодо фінансово-економічного стимулювання то воно включає політику у сфері ціноутворення, податкову політику, амортизаційну політику у сфері митно-тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Також важливим інструментом прямого державного регулювання інноваційної діяльності є розвиток інноваційної інфраструктури. Значення його у створенні виробничо-технологічної структури, об'єктів інформаційної системи, організації по підготовці і перепідготовці кадрів в області технологічного менеджменту, фінансові структури, системи патентування, ліцензування і консалтингу з питань охорони, захисту, оцінки і використання інтелектуальної власності, оцінки комерціалізації наукових результатів.

В Україні існуюча на сьогоднішній день нормативно-правова база щодо застосування податкових стимулів у різних секторах і галузях національної економіки є, скоріше, декларуванням намірів стосовно податкового стимулювання інновацій та підтримки державою їх фінансового забезпечення, оскільки протягом дії чинного Податкового кодексу України (ПКУ) з нього практично зникли конкретні статті та положення, які стосувалися податкових пільг та інших інструментів податкового стимулювання інноваційного розвитку [2, с. 10].

Реалізація державної інноваційної політики забезпечується органами державного управління через системи методів та інструментів (засобів) державного регулювання [3]. Серед них: *нормативно-правові акти* (близько 200 документів). Наявність різних підходів до правового забезпечення як інноваційної, так і інвестиційної діяльності, відсутністю організаційно-правового механізму їх реалізації, розбіжністю підходів

різних політичних угруповань і підприємницьких структур до основних напрямів і методів виконання державних програм у сфері інноваційної та інвестиційної діяльності робить ефективність нормативно-правових актів низькою; *обсяги і джерела інвестування інновацій в сільське господарство; норми і нормативи* (соціально-економічні норми й нормативи; норми та нормативи розвитку матеріальної бази й соціальної інфраструктури; економіко-екологічні); *ціноутворення в сільському господарстві* (коригувати функціонування економіки в напрямі досягнення рівноваги цін на сільськогосподарську продукцію); *ставки податків і пільги з оподаткування; відсотки за кредит і державні гарантії* (повне безвідсоткове кредитування пріоритетних інноваційних проектів за рахунок коштів ДБУ, місцевих бюджетів; часткового (до 50%) безвідсоткового кредитування, повної або часткової компенсації відсотків тощо); *підтримка інфраструктурних утворень*.

Якість державної інноваційної політики залежить насамперед від принципів її формування [4], основними з яких є [5]: орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України; визначення державних пріоритетів розвитку; формування нормативно правової бази у сфері інноваційної діяльності; створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу; забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності; ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері; здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок; фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової та митної політики у сфері інноваційної діяльності; сприяння розвитку інноваційної інфраструктури; інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності; підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності. Специфічними принципами для сільського господарства є: екологічність та екологобезпечність щодо різних природно-екологічних та організаційно-економічних умов ведення сільськогосподарського виробництва; технологічність, надійність, універсальність та комфортність технічних засобів за високих продуктивних та експлуатаційних показників; економічність і енергоекономічність з урахуванням функціонування багатокладної економіки; відповідність застосовуваних нових техніко-технологічних засобів вимогам комплексної механізації, автоматизації та комп'ютеризації виробничих процесів у сільськогосподарському виробництві як основи підвищення продуктивності праці та істотного зниження ресурсомісткості.

Проблема інституційного регулювання інноваційного розвитку аграрної сфери проявляється у фінансових, інфраструктурних, інвестиційних параметрах підтримки державою цього процесу, вона є мінімальною, безсистемною і накладає свій негативний відбиток на результати розвитку галузі, конкурентоспроможність, яка до речі в наших умовах має екстенсивну природу [6].

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що основними стратегічними завданнями інституційного забезпечення інноваційної діяльності аграрної галузі в перспективі мають стати: розробка законодавчих, нормативних документів з переходу галузі на інноваційний шлях розвитку; моніторинг технологічного та економічного стану розвитку галузі; визначення науково-технологічного рівня й технологій виробництва сільськогосподарської продукції; оцінка наукового галузевого потенціалу і стану освоєння науково-технічних розробок, виявлення негативних стримувальних факторів впровадження наукових розробок у виробництво; розробка основ механізму функціонування інноваційної системи, умов її розвитку і модернізації.

Список використаних джерел:

1. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : Навчальний посібник. Київ : Знання, 2006. 453 с.
2. Варналій З. С., Романюк М. В. Податкове стимулювання інноваційного розвитку України. *Стратегічні пріоритети*. 2017. № 4. С. 5–15.
3. Дзюба С. Г., Чубаренко Г. С. Організаційно-правове забезпечення інноваційної діяльності в Україні. *Реалії та перспективи інноваційного розвитку України (економічні, фінансові та правові аспекти)*: зб. матер. X міжнар. наук.-практ. конф. молодих науковців (м. Київ, 26 берез.2010 р.). Київ : УДУФМТ, 2010. 208с. Ч. II. С. 161–163.
4. Паламаренко Я. В. Концептуальні положення державного регулювання інноваційних процесів. *Електронне фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток»*. 2020. № 4. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2156-2020.4.56>.
5. Закон України «Про інноваційну діяльність». Інноваційне законодавство України: Повне зібрання нормативно-правових актів. Т. 1. К., 2003. С. 35–55.
6. Шпикуляк О. Г., Курило Л. І., Супрун О. М. Інституційне регулювання як детермінанта формування інноваційної моделі розвитку аграрної сфери. *Облік і фінанси АПК*. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/instituciyne-regulyuvannya-yak-determinanta-formuvannya-innovaciynoi-modeli-rozvitku-agrarnoi-sferi.html>.

СПОСОБИ ПОДОЛАННЯ КОРУПЦІЇ: В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Гура Вадим Вікторович

*аспірант кафедри соціально-поведінкових,
гуманітарних наук та економічної безпеки*

Львівського державного університету внутрішніх справ

Корупція – явище, що важко подолати через ряд політичних, економічних, соціальних та інших чинників. Важливими принципами запобігання та протидії корупції є: принципи законності, верховенства права, системності, об'єктивності, практичності, радикальності, наукової обґрунтованості, взаємодії владних структур, комплексності.

Впровадження антикорупційних заходів залежить від географічних, економічних та демографічних внутрішніх факторів, як от: розмір країни, кількість її населення та розмір валового внутрішнього продукту на душу населення. Важливою передумовою ефективності антикорупційних заходів є рівень політичної готовності, який виявляється, коли уряди пропонують фінансування та персонал для незалежних антикорупційних агентств. Додатковими чинниками, що застосовуються, є зовнішній вплив різних інституцій. Норми законодавства Європейського Союзу (ЄС) частково були розроблені з урахуванням корупції, але результати протидії корупції неоднозначні. ЄС може чинити тиск на уряди щодо прийняття інституційних реформ, але вважається, що його внесок має скромні результати, особливо якщо інституційні зміни та результати діяльності на момент вступу вважалися незадовільними. Однак інші вважають позитивний вплив зовнішніх стимулів і визнають їх механізмом, який може сприяти покращенню засобів масової інформації та громадянського суспільства та висувати справи про корупцію в центр уваги [1].

Зважаючи на брак досвіду вітчизняних інституцій щодо організації антикорупційної діяльності доцільно вивчати досвід інших країн та активно запроваджувати його. Кожна країна розробляє механізми попередження та подолання корупції, які є дієвими саме з врахуванням особливостей соціально-економічного та політичного життя в їх країнах. Доцільно звернути увагу на такі країни як Данія, Фінляндія, Нова Зеландія, Швеція, Франція, Норвегія, які успішно долають корупційні прояви, а також цікавим для України буде досвід країн колишнього соціалістичного табору, які пройшли подібні етапи становлення (табл. 1).

Успіх антикорупційної боротьби у кожній країні обумовлено національними особливостями: економічними, історичними, культурними тощо. Вагомих результатів здобули ті країни, в яких корупція

стала неприйнятним явищем і на провладному, і на побутовому рівні, і розглядається як потенційна загроза національній безпеці країни.

Виходячи з вищевикладеного можна сформулювати основні напрями антикорупційної діяльності: застосування превентивних заходів слід вважати базовим; формування в суспільстві почуття несприйняття корупції внаслідок застосування антикорупційної пропаганди в засобах масової інформації та завдяки формальній і неформальній освіті; створення «переліку посад» підвищеного ризику щодо корупції, що найбільш втягнуті у корупцію, для яких слід запропонувати перейти на строкові контракти з «компенсаційним пакетом», що становить часткову виплату з бюджетних коштів, які чиновник втратить, відмовляючись від хабара [5, с. 54]; розробка та впровадження правил морально-етичної поведінки службовців; забезпечення доброчесної поведінки учасників імовірної корупційної угоди; формування механізму прозорості прийняття управлінських рішень з обмеженням безпосереднього контакту з держслужбовцями; створення в органах державної влади структурних підрозділів, метою діяльності яких стане розслідування внутрішніх корупційних злочинів; створення дієвого механізму захисту людей, які повідомлятимуть про корупційні дії [5, с. 54]; доступ громадськості до фінансової звітності політичних партій, громадських організацій тощо; незалежність судових органів та органів прокуратури, попередження корупції

Таблиця 1

Досвід зарубіжних країн щодо подолання корупції

Країна	Принципи боротьби з корупцією
1	2
Данія	Сформовано почуття «нетерпимості» до будь-яких проявів корупції як на владному рівні, так і на побутовому. Розроблено дієву систему покарання за корупційні взаємовідносини. Відкритість та прозорість переміщення усіх державних коштів. Робота усіх організацій та установи ґрунтується на принципах відкритості та прозорості з публікацією звітних даних на сайтах. Високий рівень соціальних пільг для службовців. Чиновники зобов'язані продавати власні акції іноземних організацій.
Нова Зеландія	Усі організації та установи працюють на принципах відкритості та прозорості, публікуючи звітні дані на своїх сайтах. Незалежність засобів масової інформації. Створено відділ боротьби з корупційними проявами.
Фінляндія	Корупційні злочини вважаються кримінальним правопорушенням. Відсутність спеціальних антикорупційних органів. Правоохоронні та судові органи незалежні від політики, що забезпечується відкритістю та прозорістю звітних даних. Ратифіковано ряд міжнародних угод. Сформовано почуття «нетерпимості» до будь-яких проявів корупції як на владному рівні, так і на побутовому.

1	2
Швеція	Створено «Інститут протидії отриманню неправомірної вигоди». Організовано проведення семінарів для підприємців щодо попередження корупції.
Франція	Сформована система дієвих превентивних заходів. Розроблено систему боротьби з посадовими злочинами державних чиновників. Протидія незаконній діяльності політичних партій, в тому числі під час виборчої кампанії. Серед заходів покарання за корупційні дії перевага надається адміністративним заходам на противагу кримінальним.
Норвегія	Корупційні справи розслідує лише два органи: спеціалізована поліція та спеціалізована прокуратура. Сформовано почуття «нетерпимості» до будь-яких проявів корупції як на владному рівні, так і на побутовому.
Естонія	Метою діяльності кожного політика є викорінення корупції. Прихід до влади молодого покоління, яке не задіяне у радянських корумпованих схемах. Високий рівень зарплат держслужбовців.
Хорватія	Корупція прирівнюється до тяжких злочинів. Проблемні питання: неадекватність покарань за корупційні дії.
Румунія	Вдала система превентивних заходів. Сформовано дієву систему антикорупційних органів. Активна участь громадськості у боротьбі з корупцією.
Болгарія	Створюється система органів боротьби з корупцією. У кожній з гілок влади діє окремий антикорупційний орган. Створено координаційну раду, що узгоджує діяльність усіх органів антикорупційної системи. Створено Громадянську раду Національної ради із антикорупційної політики. Проблемні питання: недостатня узгодженість дій різних органів антикорупційної системи.
Словаччина	Доступність і прозорість інформації про власність високопосадовців та фінансової звітності політичних партій. Створено умови для прозорого фінансування діяльності політичних партій за рахунок державних ресурсів. Розроблено дієву систему законодавчих санкцій за порушення фінансового законодавства політичних партій. Високий рівень поінформованості суспільства про корупційні злочини.
Сінгапур	Широке застосування ефективних превентивних заходів корупційних проявів, що сприяє утвердженню переконання серед службовців: «втрати від корупційної угоди перевищують вигоду від неї».

Джерело: [2–4]

всередині цих органів; забезпечення доброчесності бізнесу, попередження конфліктів інтересів при створенні бізнесу колишніми держслужбовцями; запобігання відмиванню коштів – регулювання та моніторинг банків та небанківських фінансових установ, щоб запобігти відмиванню коштів у всіх формах [6]; створення такої системи превентивних заходів, яка формує переконання серед службовців, що втрати від корупційної угоди перевищують вигоду від них; уникнення дублювання виконуваних функцій різними органами антикорупційної

системи; запровадження постійного аудиту законодавчих актів та економічної політики; широке застосування соціологічних досліджень задля з'ясування думки громадськості щодо корупційних ризиків.

Підвищенню ефективності антикорупційної боротьби сприятиме створення єдиної інформаційної бази щодо виявлення та протидії корупційних злочинів. Необхідним також є прийняття єдиного антикорупційного законодавчого акту, який регламентуватиме діяльність усіх органів антикорупційної системи і узгоджуватиме їх функції між собою, забезпечуючи цілісність системи і усуваючи випадки дублювання.

Список використаних джерел:

1. Внутрішній звіт про антикорупційні заходи в Європі: сфери діяльності, досвід, інструменти. URL: https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/report-corruption_ukr.pdf.

2. Ярошенко А. С., Лактіонова В. В., Буряк А. С. Ефективність антикорупційної політики : позитивний досвід зарубіжних країн. *Прикарпатський юридичний вісник*. 2020. Вип. 2(31). С. 143–146.

3. Гжибовська Т. С. Антикорупційна політика в країнах Східної Європи: досвід для України. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія*. 2019. Вип. 25. С. 84–94.

4. Буряк К. Особливості антикорупційного законодавства в країнах Європейського Союзу. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. Вип. 2. С. 356–360.

5. Кравчук М., Петровська І. Основні напрямки антикорупційної діяльності в Україні та їх правове регулювання. *Актуальні проблеми правознавства*. 2021. № 2(26). С. 49–56.

6. Національне агентство з питань запобігання корупції. URL: <https://nazk.gov.ua/uk/pro-nazk/>.

ПЛАН ВІДНОВЛЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ

Череп Алла Василівна

*доктор економічних наук, професор,
Запорізький національний університет*

Лещенко Анатолій Анатолійович

аспірант

Запорізького національного університету

Сьогоднішня ситуація для нашої держави дуже складна та не стабільна. Україна кожного дня потерпає від звірств терористичної росії, а через постійні бомбардування страждає промисловість, енергетика, сільське господарство, малий та середній бізнес і головне мирне населення.

Ми віримо та знаємо про нашу неминучу перемогу, по іншому не може й бути. Постають питання: як відновити те, що кожен день руйнують? Як відновити нашу економічну, енергетичну, військову міць? А головне не просто відновити, а й прискорити і збільшити її до рівня передових країн світу, адже Україна на це заслуговує, тому що ми талановита, працююча нація нескорених.

Якщо розраховувати тільки на свої сили, то це буде складно зробити. Станом на лютий 2023 року загальна сума збитків, завдана інфраструктурі України через повномасштабне вторгнення росії, збільшилася ще на \$6 млрд і складає \$143.8 млрд (за вартістю заміщення) [1].

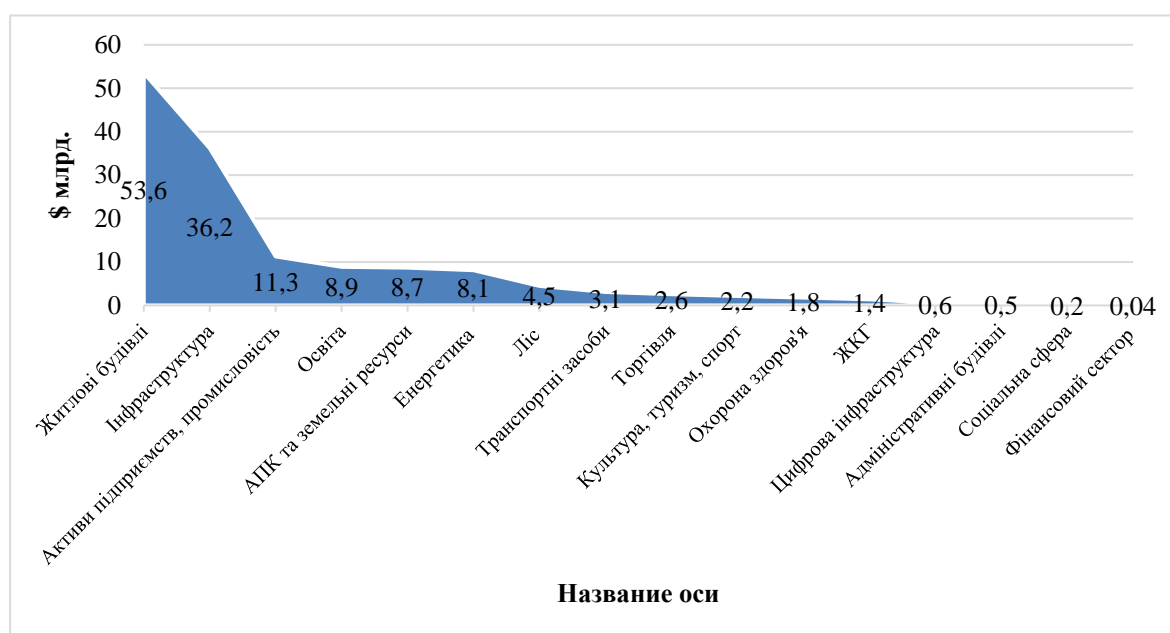


Рис. 1. Загальна оцінка збитків інфраструктури за галузями у грошовому вимірі, станом на лютий 2023 року

Джерело: сформовано на основі [1]

За оцінкою експертів проекту KSE «росія заплатить» продовжують зростати збитки таких сфер як інфраструктура, освіта, енергетика, транспорт, торгівля та охорона здоров'я [1].

Все частіше лунають від наших західних партнерів плани про відновлення України. Пропоную розглянути план відновлення, який 4 липня український уряд презентував у швейцарському Лугано. Цей план розрахований не тільки на відновлення, а й для побудови нової, сучасної економіки для України.

Презентований у м. Лугано план відновлення України складається з 15 національних програм у різних секторах економіки та суспільного життя. Кожна містить низку ключових проєктів, починати реалізовувати які потрібно було вже у 2022 році. Обсяги фінансування програм різняться, однак сумарно в наступні десять років на них необхідно залучити близько 750 млрд дол. План відновлення України розрахований на десять років і має три етапи [2].

Таблиця 1

Перелік національних програм виглядає так

1. Оборона та безпека	близько 50 млрд дол.
2. Інтеграція з ЄС	до 1 млрд дол.
3. Довкілля та сталий розвиток	близько 20 млрд дол.
4. Енергетична безпека	близько 130 млрд дол.
5. Бізнес-середовище	близько 5 млрд дол.
6. Доступ до фінансування	близько 75 млрд дол.
7. Макрофінансова стабільність	60-80 млрд дол.
8. Сектори з доданою вартістю	близько 40-50 млрд дол.
9. Логістика та сполучення	120-160 млрд дол.
10. Модернізація регіонів та житлового будівництва	150-250 млрд дол.
11. Сучасна соціальна інфраструктура	30-35 млрд дол.
12. Освіта	до 5 млрд дол.
13. Охорона здоров'я	до 5 млрд дол.
14. Культура та спорт	15-20 млрд дол.
15. Соціальна підтримка та міграційна політика	до 7 млрд дол.

Джерело: сформовано на основі [2]

Постає питання: де взяти кошти? Пріоритетним джерелом мають стати російські репарації і заморожені активи країни-агресора та її олігархів. Міжнародні партнери повинні відіграти ключову роль у фінансуванні відбудови країни під час та після завершення війни.

За даними агентства Bloomberg, у Єврокомісії планують виділити на ці потреби 523 млрд дол. [2].

Наша держава не готова до повноцінного відтворення зазначеного плану дій, тому що має низку недоліків: потрібно провести інвестиційні реформи, які потрібні Україні для подальшого розвитку. Корупція – головний біль України, ми маємо погану репутацію, а в рейтингу «Індекс сприйняття корупції» Україна посіла 116-те місце зі 180 країн [3]. Виходячи з рейтингу, для подальшого розвитку, нам потрібно боротися з корупцією на всіх внутрішніх флангах в першу чергу. На мій погляд, також потрібно збільшити видатки на переозброєння сил оборони та розвиток оборонно-промислового комплексу.

Імперіалістичні погляди терористичної росії не згаснуть з поразкою, а тільки зі зміною керівництва та поглядів самих росіян, тому Україні треба бути готовою до життя з таким не стабільним сусідом. Головне – світ вірить у нашу перемогу, тому 2023 – це рік поступового відновлення економіки у воєнних умовах.

Список використаних джерел:

1. За рік повномасштабної війни росія завдала збитків інфраструктурі України на майже \$144 млрд. *KSE.UA*. 22 березня 2023 р. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-rosiya-zavdala-zbitkiv-infrastrukturi-ukrayini-namayzhe-144-mlrd>.
2. План Маршалла з полів Луганю: як будуть відбудовувати Україну за 750 мільярдів доларів. *Економічна правда*. 05 липня 2022 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/07/5/688861>.
3. Україна піднялася в рейтингу «Індекс сприйняття корупції». *LB.UA*. 31 січня 2023 р. URL: https://lb.ua/news/2023/01/31/544297_ukraina_pidnyalasya_reytingu_indeks.html.

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ

Навроцький Ярослав Федорович

*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник відділу інвестиційного
та матеріально-технічного забезпечення
Національного наукового центру “Інститут аграрної економіки”*

Петров Вадим Миколайович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Державного біотехнологічного університету*

У процесі становлення й розвитку товарно-грошових відносин формується такий найважливіший їх системо утворюючий елемент, як ринок. Тому причини виникнення товарно-грошових відносин певною мірою пояснюють становлення та формування товарного обігу й ринку [1, с. 48].

Суб'єкти ринкової економіки або господарюючі суб'єкти (економічні агенти) – дійові особи в економіці, які самостійно приймають рішення і здійснюють економічні дії [2].

Основними суб'єктами господарської діяльності в ринковій економіці є:

- домашні господарства;
- підприємства або організації бізнесу;
- держава.

Такий поділ суб'єктів, в сутності, відображає дві головні сфери економічної активності людей. Домашнє господарство – це узагальнений елемент споживчої сфери економіки. Його основна функція в економіці: споживання кінцевих продуктів і послуг. Хоча, у сільському господарстві України особисті селянські господарства займають не останнє місце у виробництві деяких видів продукції, наприклад картопля, овочі, деякі види продукції тваринництва і успішно реалізують їх надлишки, збільшуючи свій дохід.

Домашні господарства – це економічний спосіб середньої сім'ї, яка веде окреме господарство, володіє сумісною власністю, отримує загальний дохід і має в середньому стійку структуру витрат, є зручною структурною одиницею при описі економічного життя суспільства. Вони прагнуть максимізувати корисність придбаних благ: ранжують свої потреби і здійснюють витрати в межах отриманої суми доходу.

Підприємства і держава є структурними елементами другої головної сфери людської діяльності в області економіки – сфери ділової активності.

Саме завдяки цій сфері домашні господарства одержують доходи.

Держава (урядові інститути) – це, як правило, неприбуткові бюджетні організації, що реалізують функції державного управління країною і регулювання економіки на різних рівнях – від загальнонаціонального до місцевого.

Метою держави як економічного суб'єкта є забезпечення стабільного економічного порядку та економічного розвитку країни.

Підприємства – це, здебільшого, приватні фірми різного господарського статусу – від індивідуальних до великих акціонерних компаній.

Бізнес – це будь-який вид безпосередньої діяльності з метою отримання доходу, яка передбачає залучення власних коштів або опосередковану участь у такій діяльності шляхом вкладення у діло власного капіталу. У цьому сенсі службовцям працювати у державній установі або працювати по найму в компанії не бізнес, а володіння акціями або робота на власній бензоколонці – бізнес [2].

Бізнес пропонує повну самостійність у прийнятті господарських рішень і відповідну відповідальність за результати цих рішень. Основна функція організацій бізнесу – це виробництво всієї маси товарів і послуг і доведення їх до споживача. Метою їх діяльності є максимізація прибутку.

Наведена структура (рис. 1) господарюючих суб'єктів відображає не відокремлені сфери участі людей в суспільному виробництві, а розподіл кожного члена суспільства в різних сферах економічного життя.

Що стосується ринку сільськогосподарської техніки, на нашу думку головними операторами його є, з одного боку, виробники сільськогосподарських машин і обладнання, а з іншого – споживачі цієї техніки. Це головні контрагенти пропозицій і попиту. До учасників ринку техніки відносяться машинобудівні підприємства, що виробляють окремі види технічних засобів, запасні частини, а також відповідні науково-дослідні та проектно-конструкторські і експериментально-дослідницькі організації, машино випробувальні станції, постачальницькі та ремонтно-обслуговуючі підприємства. Іншими учасниками ринку техніки є сільськогосподарські виробничі кооперативи, господарські товариства, приватні підприємства, фермерські господарства, державні підприємства, особисті селянські господарства, інші виробники сільськогосподарської продукції, орендні підприємства тощо.

Окремою, важливою ланкою ринку є надавачі агротехнологічних (виробничих) послуг. Адже, “виробничі послуги в АПК являють собою корисну роботу у виробничій сфері, яка виконується силами і засобами

сервісного підприємства (організації) для сільських товаровиробників та інших учасників агропромислового виробництва” [3, с. 217].

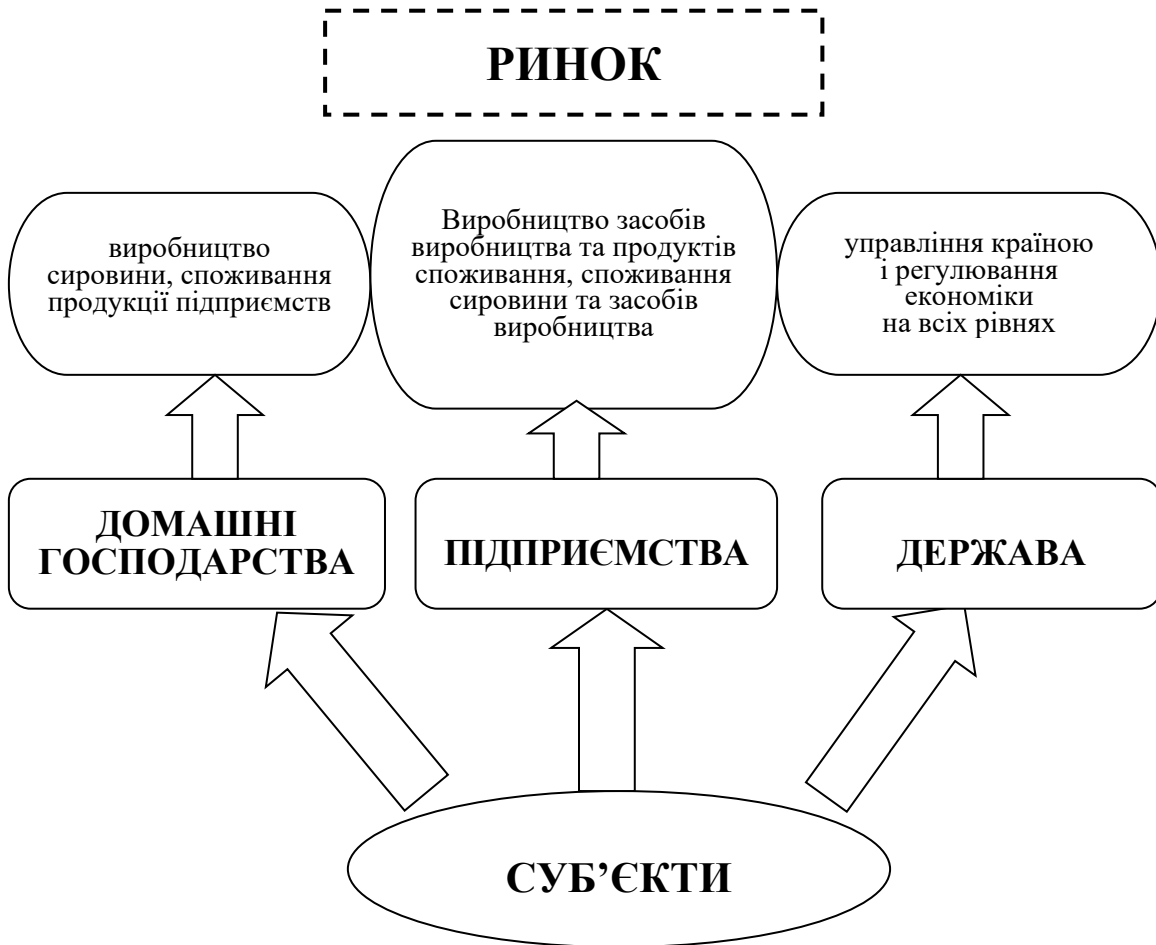


Рис. 1. Суб'єкти ринкових відносин

Джерело: розроблено автором

Через взаємну віддаленість, обмежену можливість машинобудівних підприємств безпосередньо підтримувати роботоздатність твоїх виробів під час їх експлуатації у споживачів відсутній прямий зв'язок між обома операторами ринку техніки. Це викликає потребу формування ринкової посередницької інфраструктури. Вона має забезпечувати постачання машин, обладнання та запасних частин до безпосередніх споживачів – сільськогосподарських підприємств, забезпечувати перепродажну підготовку і підтримання у робочому стані реалізованих технічних засобів протягом усього періоду їх використання.

Інфраструктура ринку техніки є загальною основою для здійснення обмінних процесів, контактування, взаємодії між головними його контрагентами, тобто покупців і продавців.

До інфраструктури ринку техніки відносяться фірмові технічні центри, дилерські сервісні підприємства заводів-виробників або незалежні приватні підприємства, що діють на основі договорів з

заводами-виробниками, фірмові магазини з реалізації технічних засобів і запасних частин до них, машинно-технологічні формування з надання виробничих послуг, прокатні пункти, підприємства, які надають технічні засоби в оренду, підприємства агротехнічного сервісу, дистриб'ютори виробників техніки. Фінансова складова інфраструктури ринку сільськогосподарської техніки представлена лізинговими компаніями, банками та іншими фінансово-кредитними інститутами, що надають техніку у користування споживачам за лізинговими угодами безпосередньо аграрним виробникам або підприємствам, які постачають та обслуговують технічні засоби, організовують ярмарки, аукціони, виставки тощо. Основне призначення цих підрозділів інфраструктури ринку техніки полягає в забезпеченні високої концентрації попиту та пропозиції [4, с. 38]. Важливим елементом інфраструктури ринку техніки є також інформаційно-маркетингове обслуговування.

Стабільне функціонування ринку сільськогосподарської техніки можливе лише при чіткій взаємодії усіх суб'єктів. Ключовим чинником при цьому є взаємодія між заводами-виробниками та посередницькими підприємствами, що беруть на себе, разом з виробником, зобов'язання не лише реалізувати технічні засоби, а й забезпечити їх технічне обслуговування протягом усього терміну експлуатації. Такий підхід до торгівлі технічними засобами є вирішальним для зростання попиту на продукцію таких виробників техніки, робить її більш конкурентоспроможною на ринку, а покупцеві забезпечує мінімізацію виникнення ризиків втрат через несвоєчасне постачання техніки та її обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Навроцький Я. Ф. Теоретичні та практичні засади формування ринку сільськогосподарської техніки. *Економіка АПК*. 2016. № 10. С. 47–52
2. Seidel, Horst & Rudolf Temmen (2008) *Grundlagen der Volkswirtschaftslehre*, 26. Auflage Bildungsverlag Eins, Troisdorf.
3. Петров В. М. Ринок виробних послуг у сільському господарстві України. *Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (12–13 лютого 2020 р.): у 2 ч.* Запоріжжя : ЗНУ, 2020. Ч. 1. С. 217–220.
4. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : практ. посіб. / за ред. П. Т. Саблука. Київ : ІАЕ, 2000. 556 с.

НАПРЯМ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-14>

THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP IN ENSURING REGIONAL DEVELOPMENT

Musayev Abbas Elchin oglu

*Doctoral Student of Department of Economics
«Nakhchivan State University»*

In recent years, serious economic measures have been implemented in the direction of regional development in the Republic of Azerbaijan. The COVID-19 pandemic has had a huge negative impact on the country's economy. Nakhchivan Autonomous Republic, which is part of the Republic of Azerbaijan and most economically developed region. The solution of modern socio-economic problems of Nakhchivan is organized taking into account the modern economic development of Azerbaijan [1].

In the Republic of Azerbaijan, including the Nakhchivan Autonomous Republic, has been constantly implementing measures to expand entrepreneurial activity in economic areas and its state regulation.

In recent years, has observed the development of entrepreneurship in the field of production and services sectors and the implementation of fundamental reforms in order to create a favorable business environment in the Republic of Azerbaijan. All this is based on the economic development strategy consistently implemented by the country's leadership. An important condition is to ensure sustainable and balanced development of the national economy, acceleration of regional development. They are also one of the main priorities of the socio-economic development of Azerbaijan Republic. The mentioned is being successfully implemented within the framework of the adopted targeted state programs [2].

In recent years, has also observed a significant increase in the number of business entities in the industrial sector of Nakhchivan Autonomous Republic.

For example, if in 2018 the number of economic entities was 824 person, then in 2020 this indicator increased and reached 985 person. In 2021, the number of economic entities amounted to 1013 person (Figure 1).

The analysis shows that the activity of business entities in the field of industry is expanding in the Nakhchivan Autonomous Republic.

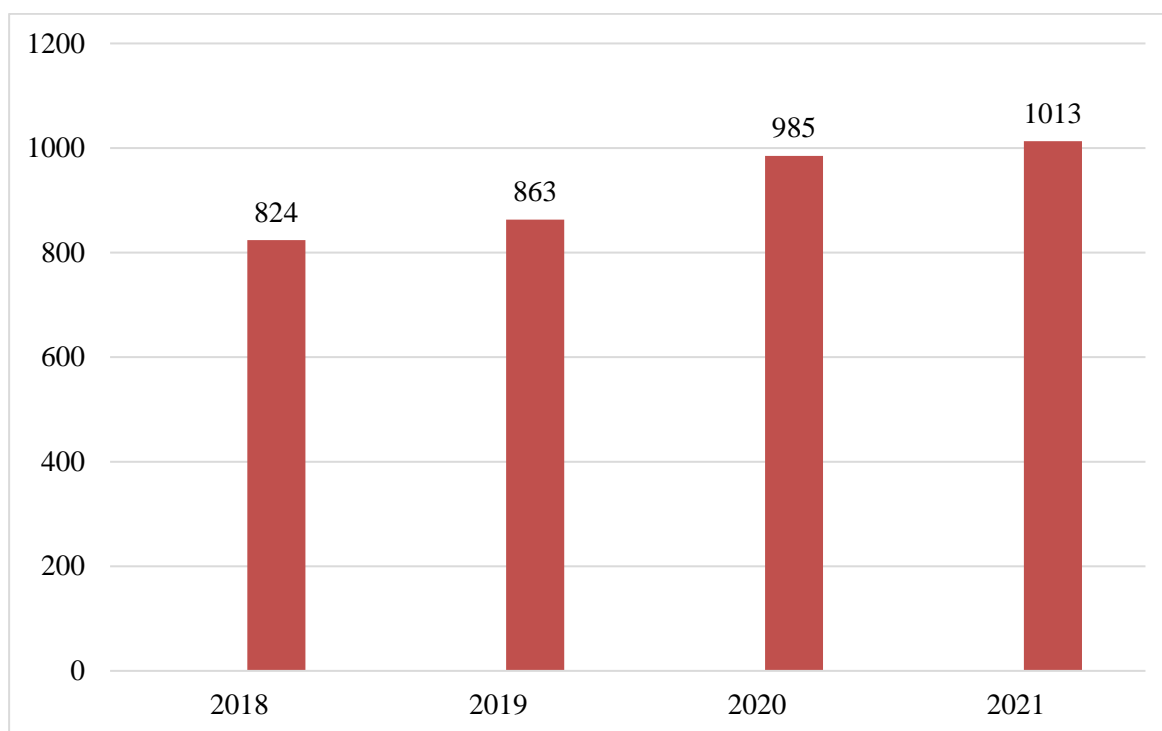


Figure 1. The number of entrepreneurship in the industrial sphere of the Nakhchivan Autonomous Republic

Source: https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/Industry_of_Azerbaijan_2022

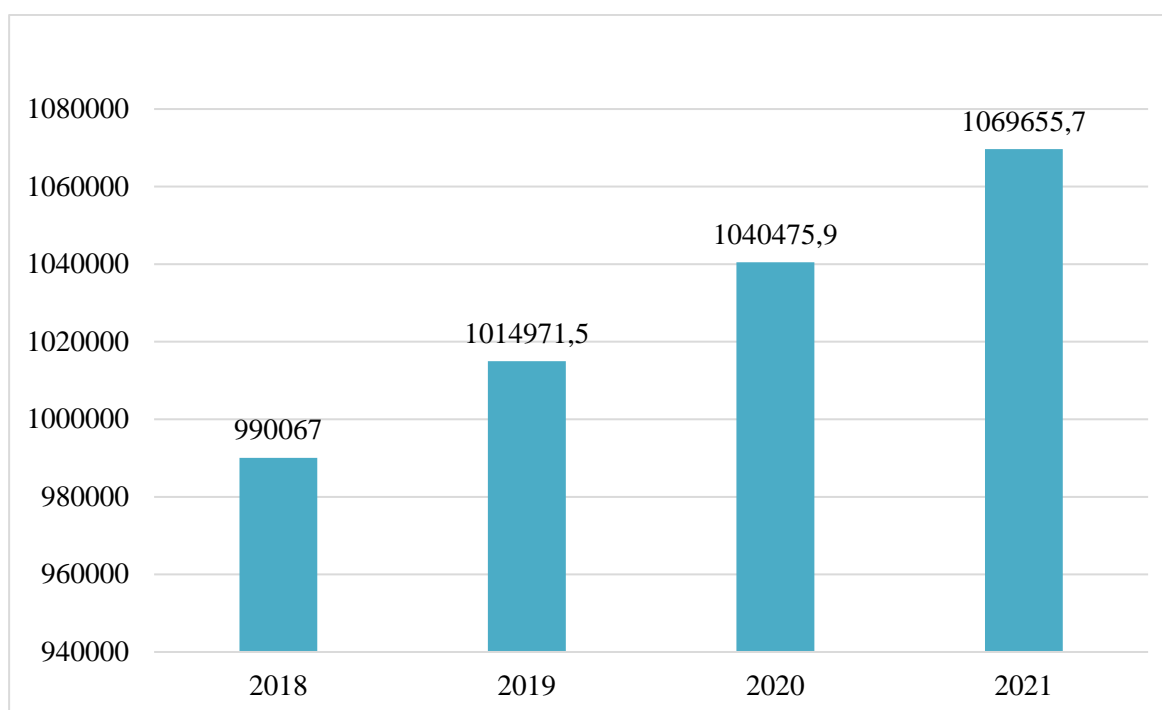


Figure 2. The cost of industrial products produced by business entities in the Nakhchivan Autonomous Republic (thousand manats, 1 USD=1.70 manat (AZN))

Source: https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/Industry_of_Azerbaijan_2022

In recent years, has also observed a significant increase cost of industrial products produced by business entities in the Nakhchivan Autonomous Republic. For example, compared to 2018–2020, the cost of industrial products produced in 2021 increased and amounted to 1069655.7 thousand manats. All this testifies to the dynamic development of the private sector (Figure 2).

In general, the purpose of regulating the entrepreneurial activity of the state is to ensure the normal functioning of the country's economy and the achievement by entrepreneurs of an optimal effect in the international division of labor in the regions [3]. The analysis shows that the tasks of state regulation of entrepreneurial activity include:

- increasing control over the implementation of legislation in the interests of business entities in the regions;
- improving the efficiency of state regulation of national economy sectors by region and reducing budget expenditures;
- elimination of all problems hindering the activities of private enterprises;
- creating favorable conditions for the free activity of private entrepreneurs in the domestic market, stimulating the export of manufactured products to the world markets;
- stimulating the expansion of the use of innovative technologies in the sectors of the national economy;
- providing low-interest loans to the private sector through banks;
- ensuring the distribution of domestic and foreign investments by sectors of the economy in which private entrepreneurs operate;
- ensuring social balance in the regions and increasing the incomes of the majority of the population [6].

The tasks of state regulation aimed directly at entrepreneurial activity are noted. The economic policy constantly pursued in Azerbaijan Republic is also aimed at the development of national entrepreneurship, ultimately influencing business activities in the country [4]. Recently, the regulation of the activities of production and service industries by the state is considered as one of the main priorities. In this direction, the state should implement the following tasks:

- it is necessary to reformat the production and service sectors in the regions in terms of the introduction of modern innovative technologies. The main goal here is to create new export-oriented sectors of the economy, modernize traditional industries and adapt their products to the requirements of world markets;
- increasing the competitiveness of export products by service and production sectors in the regions;
- linking the cumulative impact on demand in the regions with the state regulation of foreign economic relations.

Nakhchivan Autonomous Republic, located in the region, has its own legislative base and organizational and economic management structure. It is separated from Azerbaijan by economic and living conditions and has its own characteristics. In recent years, the directions of Nakhchivan's socio-economic development have been solved in cooperation with a number of international and other countries. Nakhchivan Autonomous Republic differs from other regions of Azerbaijan in its existing potential, natural and climatic conditions and features of population growth.

Fundamental and constructive changes in the region are carried out with the planning and new methods [5]. Thus, in each region there are economic structures that are formed by internal and external factors.

The analysis shows that in the Republic of Azerbaijan, including in the Nakhchivan Autonomous Republic, it is necessary to expand the activities of private entrepreneurship in the areas of production and services. The expansion of entrepreneurial activity in the regions can eliminate the problem of unemployment, stimulate the attraction of foreign investment.

References:

1. Alirzaev A. G. (2005) Problems of the socio-economic development of Azerbaijan in the context of the reform and acceleration strategy: trends in practice and perspective directions. Baku: Science. 535 p.

2. Rzaev I. (2010) Sustainable socio-economic development of the regions of the Azerbaijan Republic: current situation and prospects for the future. Baku: Science. 351 p.

3. Abdullayev K. N. and etc. (2022) The role of Creative Potential in the Project Management Process for the Implementation of the Company's Strategies. Review of Economics and Finance, London: Finance publ. house. № 20, pp. 255–262.

4. Shakaraliev A. Sh. (2011) Economic policy of the state: the triumph of sustainable and stable development. Baku: Ed. Victory. 542 p.

5. Abdullayev K. N. and etc. (2022) Regulation of the Digital Economy in Modern Condition of Competitiveness. "WSEAS Transactions on Business and Economics". New Jersey: WSEAS publ. house. № 19, pp. 1289–1295.

6. Kolesov V. P. (2009) International economy. Moscow: Infra – M. 345 p.

РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Богородицька Ганна Євгенівна

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

Університету митної справи та фінансів

Ладчук Вікторія Олександрівна

*магістр
Університету митної справи та фінансів*

На сьогоднішній день малі та середні підприємства в Україні більш поширені, аніж великі. Взагалі, мале підприємство – це фірма, якою керує незалежний власник, яка не посідає у своїй галузі домінуючого становища і відповідає певним критеріям за кількістю зайнятих і щорічним критеріям продажів [1]. Мале підприємство це те, у якого балансова вартість активів від 350 тис. до 4 млн євро на рік, чистий дохід – від реалізації від 700 тис. до 8 млн. євро на рік, а середня кількість працівників – від 10 до 50 осіб.

Роль і місце малих підприємств в національній економіці найкраще виявляється у виконуваних ними функціях: малий бізнес сприяє становленню конкурентних відносин, оскільки є антимонопольним за своєю природою. Здатність малого бізнесу швидко реагувати на тенденції ринку й розробляти нові товари для задоволення потреб споживачів визнана великими компаніями, надає ринковій економіці гнучкості, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, особливо, в умовах швидкої індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, зростання номенклатури товарів та послуг. Невеликий обсяг виробництва і обмежені ресурси змушують мале підприємство швидко пристосовуватись до нових умов, а великі компанії є менш повороткими в плані пристосування власної стратегії до нових тенденцій в економіці, прискорення реалізації новітніх технічних та комерційних ідей, наукоємкої продукції. Понад 60% новизни ХХ ст. створено незалежними винахідниками й невеликими компаніями. Основою таких досягнень є вільні організаційні умови на малих підприємствах, більше індивідуального підходу в розробках, створення нових робочих місць і поглинання надлишкової робочої сили під час циклічних спадів та циклічних зрушень економіки (вирішення проблеми зайнятості), пом'якшення соціальної напруги, демократизація ринкових відносин, передумова створення середнього класу. Малий бізнес виконує функцію послаблення притаманній ринковій економіці тенденції до соціальної диференціації та розширення соціальної бази реформ [2].

У 2018 році було зареєстровано всього 355 877 підприємств, з них 446 – це великі підприємства, 16 057 – середні підприємства, 339 374 – малі підприємств (з них 292 772 – мікропідприємства) [3].

Великі підприємства в Україні у 2018 році зайняли лише 0,1%, середні – 4,5%, а малі – 95,4 % (з них 82,3% – це мікропідприємства). Тому особливо увагу слід приділяти малому бізнесу. Найбільше малих підприємств було відкрито у Києві, Дніпрі, Одесі, Львові та Харкові, а найменше – у Сумах, Тернополі, Чернівцях, на Волині та Закарпатті. Основними причинами гальмування розвитку малого підприємництва в Україні та її регіонах є: війна; відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва; неймовірно важкий тягар оподаткування, що примушує багатьох суб'єктів малого підприємництва розвивати тіньову економіку; низькі темпи та перекося в процесі реформування власності; відсутність належного нормативно-правового забезпечення розвитку малого бізнесу, як підприємництва в цілому; обмеженість або повна відсутність матеріальних фінансових ресурсів. Багато малих підприємств розпочали свою діяльність через відсутність достатньої суми стартового капіталу, власних виробничих площ та устаткування; недосконалість системи обліку та статистичної звітності малого підприємництва, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення, недосконалість системи навчання та перепідготовки персоналу для підприємницької діяльності.

Вирішення цього завдання має зосереджуватися на таких основних напрямках: створення відповідної нормативно-правової бази; впровадження спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності малих підприємств; розробити єдину систему реєстрації та легалізації суб'єктів підприємництва; удосконалити мережу та підвищити дієвість роботи громадських об'єднань малого підприємництва; формування та розвиток системи фінансової підтримки малого підприємництва; впровадити порядок кредитування малого підприємництва комерційними банками під гарантії бюджетних коштів; забезпечити надання малим підприємствам державних гарантій, у тому числі у вигляді високо ліквідних державних боргових зобов'язань; розробити методику прогнозування розвитку малого підприємництва; створити мережу інформаційно-аналітичних центрів малого підприємництва; проводити необхідну пропагандистську роботу, спрямовану на формування сприятливої громадської думки щодо підприємницької діяльності; організувати підготовку та перепідготовку кадрів; запровадити в учбові програми навчальних закладів основи підприємницької діяльності та організації малого підприємництва.

Особливо важко відкривати та розвивати свій бізнес під час війни. Наприклад, найбільше реєстрацій у 2022 році припало на січень, коли зареєстровано було 24 442 ФОП, а найменше – на березень та становило всього 2 049 ФОП. Вже у квітні ситуація покращилась, коли українці

зареєстрували більше благодійних організацій, ніж за весь 2021 рік, і у 12 разів більше, ніж у квітні 2021 року. Особливо негативно впливають обстріли критичної інфраструктури. Можна помітити зменшення кількості нових реєстрацій з 1 жовтня по 30 листопада включно. У цей час в Україні було зареєстровано 33 490 ФОПів та 5 584 юридичних осіб. У порівнянні з аналогічним періодом за минулий рік, приріст нових компаній та ФОП дещо знизився. Зокрема, тоді було зареєстровано 9 015 компаній, це на 40% більше ніж цього року. А ФОПів у жовтні-листопаді 2021 зареєструвалося близько 50 523 що на 50% більше ніж 2022 р. [4].

У 2022 році було на 30% менше зареєстрованих фізичних осіб підприємців та на 40% менше юридичних осіб, порівнюючи з 2021 роком. Найбільш популярні такі сектори: оптова та роздрібна торгівля, інформація та телекомунікації, професійна, наукова та технічна діяльність та транспорт, кур'єрська діяльність.

Вплив війни на малий бізнес також відрізняється, залежно від галузі та географічного знаходження. Так, сфери послуг у прифронтових містах більш страждають через скорочення населення в містах, що викликає як скорочення попиту на окремі види послуг (готельний та ресторанний бізнес, салони краси, надавачі позашкільних освітніх послуг), так і скорочення пропозиції висококваліфікованих спеціалістів (ІТ сектор, експерти в сфері фінансових, дизайнерських та консалтингових послуг). ІТ сектор почав страждати у 2022 році не лише в Україні, а й по всьому світі. Почалися масові звільнення, скорочення зарплат та ІТ продуктів. Сфери обробної промисловості страждають через перебіг ланцюгів поставок компонентів, зростання вартості експорту та падіння попиту на кінцеву продукцію. Аграрний сектор страждає від здорожчання логістики через блокування портів та від безпосередніх втрат від війни, як-от мінування полів, пошкодження сільськогосподарської техніки, окупація території та незаконне вивезення українського зерна. На додаток до цього, малі аграрії обмежені у можливості залучати банківське кредитування, враховуючи обмежений обсяг банківських ресурсів та здорожчання капіталу. Пільгові програми, запропоновані Урядом, не покривають потребу в їх фінансуванні достатньою мірою.

Також малим підприємствам в Україні складно рости у великий бізнес через відсутність доступних програм кредитування на ранніх стадіях розвитку. Крім того, низька привабливість країни для іноземних інвесторів перешкоджає залученню іноземного капіталу. Багато малих підприємств використовують незрілі практики управління, що унеможливорює переростання у великі компанії. Нарешті традиційна орієнтація українських компаній на ринки СНД означає, що їм не доводилося працювати в умовах сильної конкуренції. Виходити на нові ринки в Західній Європі нелегко через обмежене розуміння нових ринків і правил гри.

Але після війни все піде на покращення, тому державі потрібно вже зараз готуватися до цього, приділяючи увагу таким областям: ринкове стимулювання, фінансування малого підприємства, страхування, запровадження податкової реформи, проводити антикорупційні заходи, відбудова пошкодженої та знищеної інфраструктури, залучення людського капіталу через велику еміграцію, стимулювання експорту.

До війни мале підприємство поступово розвивалось. Під час війни більше реєструються саме благодійні фонди. Для того, аби мале підприємство з'являлося та розвивалося, державі необхідно запроваджувати низку заходів: створення нормативно-правової бази, впровадження антимонопольної та антикорупційної політики, покращити порядок кредитування, проводити лояльну політику щодо сплати податків та навчання спеціалістів.

Список використаних джерел:

1. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>.
2. Поповенко Н. С. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2012. № 1(2). С. 126–132.
3. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Міністерство фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua>.

ОРЕНДА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЯК СПОСІБ ОНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Боднарюк Володимир Анатолійович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки

Львівського торговельно-економічного університету

В умовах постійної нестачі оборотних засобів (і, перш, за все, грошових коштів) у більшості українських підприємств, що особливо гостро постала в період військових дій на території України, важливого значення для забезпечення господарської діяльності основними засобами набуває їх оренда. Орендні відносини сприяють відтворенню основних засобів, дають змогу підняти рівень екстенсивного та інтенсивного використання майна, а також поєднати виробника з необхідними йому засобами виробництва, поліпшити умови розвитку підприємництва.

Рівень і різноманітність орендних взаємовідносин у всі часи були тим вищими, чим більше свободи (зокрема, й економічної) мали члени суспільства, чим вищим був ступінь соціального прогресу. Оренду розглядали як спосіб реалізації відносин власності, що проявлялися у розмежуванні прав володіння, користування, розпорядження майном.

На сьогодні суб'єкти господарської діяльності використовують два найпоширеніших види орендних відносин:

- 1) оперативна оренда;
- 2) фінансова оренда.

Оперативна оренда – це вид правовідносин, за яких право користування активом від власника передається іншій особі в обмін на періодичний (як правило, щомісячний) платіж (орендну плату). Ця угода виконується протягом певного періоду часу і дуже схожа на загальну оренду. Як правило, він використовується для таких технологічних предметів, як комп'ютери та інше офісне обладнання, що амортизуються протягом середнього періоду, наприклад, п'ять років.

Натомість, фінансова оренда поряд з користуванням майном визначений період часу на платній основі передбачає передачу у власність орендаря такого майна після закінчення перебігу такого періоду.

Як бачимо, основною відмінністю між цими двома видами орендних відносин є можливість придбання орендарем у власність об'єкта оренди.

Слід також зазначити, що фінансова оренда найчастіше використовується для таких активів, як будівлі та складне виробниче обладнання. Вони зношуються набагато повільніше, ніж технологічні активи.

Кожен з цих видів оренди має свої переваги та недоліки. До переваг оперативної оренди відносять:

1) відсутність необхідності орендареві нести окремі витрати. Наприклад, орендуючи транспортні засоби, орендар не сплачує збір за першу реєстрацію такого засобу та податок з власників транспортних засобів;

2) відсутність значних витрат коштів перед отриманням майна в користування. Договір оперативної оренди майже ніколи не передбачає зобов'язання орендаря сплатити перший внесок, на відміну від фінансової оренди;

3) можливість оновлення майна за потреби. Наприклад, оренда дозволяє поновлювати оргтехніку кожні так часто, наприклад, п'ять років. Таким чином, компанія може залишатися на передовій технологічної точки зору;

4) відсутність ризиків, пов'язаних з правом власності на майно (арешт, знищення, конфіскація, вилучення активів тощо).

Перевагами фінансової оренди є:

1) можливість отримання майна у власність без вилучення з обороту значної суми оборотних засобів (грошових коштів). Особливо актуальним це є для підприємств, що беруть у фінансову оренду особливе (унікальне) майно, що не втрачає своєї цінності й після закінчення нормативного періоду його експлуатації;

2) можливість нарахування амортизації на отримане майно та, відповідно, оптимізації податкових зобов'язань з податку на прибуток.

Поряд з цим недоліком оперативної оренди є її корисність лише для швидкозношуваних активів (оргтехніка, транспортні засоби), тоді як у випадку, наприклад, з нерухомістю її вартість, як правило, зростає, відтак, доцільним є використання механізму фінансової оренди, щоб надалі мати можливість придбати орендоване майно.

На нашу думку, на сучасному етапі, та, особливо, після закінчення воєнних дій на території України, орендні правовідносини між суб'єктами господарювання лише набиратимуть розповсюдження. Особливо це стосуватиметься сфери будівництва, торгівлі будівельною (спеціальною) технікою та спеціальним обладнанням тощо.

Список використаних джерел:

1. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00#Text>.

3. Папінова О. Операційна оренда основних засобів URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-hozyajstvennye-operacii-9-operacionnaya-arenda-osnovnyx-sredstv>.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК БІОЕКОНОМІКИ З ІНШИМИ НАУКОВИМИ ПІДХОДАМИ

Вострякова Вікторія Іванівна

*кандидат економічних наук,
докторант кафедри економіки підприємства
та виробничого менеджменту
Вінницького національного технічного університету*

Біоекономіка – не єдина концепція, метою якої є досягнення економічного зростання на засадах сталого розвитку. Ранні визначення біоекономіки, не включали досягнення явних екологічних цілей, навіть незважаючи на те, що екологічна сталість передбачалася як перспективою впровадження біотехнологічних інновацій, так і перспективою заміщення біоресурсів. З подальшим розвитком концепції біоекономіки у другому десятилітті XXI століття все більше визнавалося, що екологічні цілі необхідно включати в концепцію, оскільки використання біотехнологічних інновацій і використання біоресурсів не є априорі більш екологічним за альтернативні варіанти. Яскравим прикладом цього стала зростаюча критика експансії біоенергетичних культур в сільському господарстві, пов'язана з кризою цін на продукти харчування 2008-2009 років.

Зростання занепокоєння щодо забезпечення стійкості відображається в зміні визначення біоекономіки у комюніке Глобального саміту з питань біоекономіки 2015 року під назвою «Змусити біоекономіку працювати для сталого розвитку» [1]. У цьому розумінні сталість можна трактувати в контексті ширшої суспільної мети «сталого розвитку». Ця концепція увійшла до порядку денного міжнародної політики ще у 1980-х роках. Комісія ООН з охорони навколишнього природного середовища та розвитку визначила «сталий розвиток» у своїй доповіді «Наше спільне майбутнє» таким чином: розвиток, який відповідає потребам сьогодення, не ставлячи під загрозу добробут майбутніх поколінь» [2, с. 41]. Концепція сталого розвитку була затверджена на «Міжнародній конференції з навколишнього середовища та розвитку» в Ріо-де-Жанейро в 1992 році, яку також називають Самітом Землі. На цій конференції представники понад 170 країн прийняли велику глобальну програму дій під назвою «Порядок денний 21», яка мала чотири програмні напрями: соціальні та економічні виміри; збереження та управління ресурсами; зміцнення основних груп населення, включаючи організації громадянського суспільства; і засоби реалізації порядку денного [3]. Порядок денний на XXI століття сприяв тому, що «сталий

розвиток» має три виміри: економічний, соціальний та екологічний. Відповідно, принцип того, що біоекономіка має бути стійкою, охоплює не лише екологічний, але й економічний та соціальний аспекти.

На конференції Rio-20 у Ріо-де-Жанейро в 2002 році учасники ухвалили резолюцію під назвою «Майбутнє, якого ми прагнемо» [4]. Ця резолюція підтверджує необхідність дотримання принципів сталого розвитку та висвітлює концепцію «зеленої економіки» як одного з важливих доступних інструментів для досягнення цілей сталого розвитку. Програма Організації Об'єднаних Націй з навколишнього середовища (ЮНЕП) трактує «зелену» економіку як таку, впровадження якої призводить до покращення добробуту людей і соціальної справедливості, одночасно значно зменшуючи екологічні ризики та екологічне навантаження. У найпростішому вираженні «зелена» економіка може розглядатися як низьковуглецева, ресурсоефективна і соціально інклюзивна [5]. Поняття біоекономіки тісно пов'язане з поняттям «зеленої» економіки, що зрештою впливає з їх визначення. Біоекономіку часто розглядають як невід'ємну складову «зеленої» економіки. Відповідно до цієї точки зору, можна розглядати відновлювані джерела енергії, які не залежать від біологічних ресурсів, таких як енергія вітру та сонця, як частину «зеленої» економіки, але не як частину біоекономіки.

Поруч із концепцією «зеленої» економіки останніми роками набула популярності інша концепція, яка найбільш тісно пов'язана з біоекономікою: концепція «економіки замкнутого циклу», або циркулярна економіка. Циркулярна економіка базується на трьох принципах, або 3R: скорочення (Reduce) – оптимізація використання ресурсів, використання поновлюваних ресурсів, повторне використання (Reuse) – ефективне повторне використання матеріалів та переробка (Recycle) – відновлення природних систем [6]. У Комюніке Саміту Глобальної Біоекономіки, наголошується на необхідності узгодження принципів сталої біоекономіки з принципами економіки замкнутого циклу, яка «включала б системні підходи між секторами (тобто некусне мислення), зокрема заходи інноваційної політики, спрямовані на оптимізацію біоекономічних мереж ланцюгів доданої вартості та мінімізацію відходів і втрат» [1, ст. 5]. Концепція циркулярної економіки була популяризована в класичному підручнику з економіки навколишнього природного середовища Девідом Пірсом і Керрі Тернером у 1989 році [7]. Автори посилаються на думку Кеннета Боулдінга, опубліковану в 1966 році, де К. Боулдінг наголосив на необхідності управління економікою не як відкритою системою, а як «космічним кораблем», де «людина повинна знайти своє місце в циклічній екологічній системі», яка здатна до безперервного відтворення» [8, ст. 11]. Концепція циркулярної економіки здебільшого асоціюється із впровадженням виробничих систем

замкнутого циклу та підвищення ефективності використання ресурсів на основі підходів управління відходами [9]. Таким чином, концепція циркулярної економіки є вужчою за концепції «зеленої» економіки та біоекономіки. Однак вимога пов'язати біоекономіку з принципами циркулярної економіки може зіграти важливу роль у забезпеченні її сталості (рис. 1).



Рис. 1. Взаємозв'язок біоекономіки з іншими науковими підходами

Крім того, акцент на відновлюваних ресурсах і біотехнологічних інноваціях, які є центральними елементами біоекономіки, може відігравати важливу роль у реалізації принципів циркулярної економіки. Поєднання біоекономічної концепції з принципами циркулярної економіки також призвело до розробки концепції «мережі доданої вартості біоресурсів» (Biomassbased Value Web) [10]. Ця концепція передбачає каскадне використання біомаси та використання побічних продуктів переробки біомаси, що призводить до створення мереж різних ланцюгів створення вартості. До прикладу в Бразилії створено мережу цінності на основі біомаси цукрової тростини, у якій побічні продукти переробки цукрової тростини, такі як осад на фільтрі, барда та жом, використовуються для виробництва біогазу або біоенергії, а не утилізуються як відходи. Ці побічні продукти також можна використовувати для нових типів біоекономічних продуктів, таких як ароматизатори або фармацевтичні препарати, таким чином відкриваючи нові ланцюги в мережі цінностей, заснованих на біомасі.

Провівши аналіз трьох найбільш популярних концепцій щодо їх сталості, парадигми розвитку та засобів трансформації: циркулярна економіка, біоекономіка та зелена економіка, ми прийшли до висновку, що не зважаючи на те, що концепція біоекономіки сама по собі не відповідає принципам екоефективності та ресурсозбереження, біоекономіка є ширшим поняттям, ніж циклічна економіка. Циркулярна економіка зосереджена виключно на каскадуванні та формуванні замкненого циклу, тоді як біоекономіка спрямована не лише на трансформацію галузей, а й на соціальну трансформацію [11]. Деякі науковці констатують той факт, що біоекономіка є циклічною за своєю природою [12]. Біоекономіка відкриває нові шляхи для циркулярної економіки, надаючи високоякісні біологічні ресурси для промислових процесів. Переваги поєднання двох концепцій є взаємними: поєднання біоекономіки з циркулярною економікою з урахуванням її принципів забезпечить сталість концепції біоекономіки і надасть унікальні можливості для соціально-економічного розвитку. Біоекономіка тісно пов'язана з 12 із 17 цілей сталого розвитку (ЦСР) [13] і має потенціал для скорочення значних обсягів парникових газів. Однак сама по собі біоекономічна трансформація в чистому вигляді навряд чи спроможна досягати цілей декарбонізації.

Список використаних джерел:

1. Bioeconomy Summit. Communique of the global bioeconomy summit 2015: making bioeconomy work for sustainable development, Berlin. 2015.
2. World Commission on Environment and Development (WCED) Our common future. Oxford University Press, Oxford. 1987.
3. United Nations. Agenda 21. Conference on Environment and Development Rio de Janeiro Brazil 3 to 14 June 1992. URL: <https://sustainabledevelopment.un>.
4. United Nations. The future we want. Resolution adopted by the General Assembly United Nations Sixth Session 22 September 2012. A/Res/66/288.
5. United Nations Environment Programme (UNEP). Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication. 2011. URL: <https://www.unep.org/greeneconomy>.
6. Ellen MacArthur Foundation. What is a circular economy? Accessed May. 16, 2019. URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept>.
7. Pearce D.W., Turner K.R. Economics of natural resources and the environment. Johns Hopkins University Press, Baltimore. 1989.
8. Boulding K.E. The economics of the coming spaceship earth – environmental quality in a growing economy. In: Jarrent H (ed) Essays from the sixth resources for the future forum on environmental quality in a growing economy. Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1966. P. 3–14.
9. Ghisellini P., Cialani C., Ulgiati S. A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *J Clean Prod*, 2016. Vol. 114. P. 11–32.
10. Virchow D., Beuchelt T.D., Kuhn A. Biomassbased value webs: a novel perspective for emerging bioeconomies in Sub-Saharan Africa. In: Gatzweiler FW, von

Braun J (eds) Technological and institutional innovations for marginalized smallholders in agricultural development. *Springer*, 2016. P. 225–238.

11. Wesseler J., von Braun J. Measuring the bioeconomy: Economics and policies”. *Annual Review of Resource Economics*, 2017. Vol. 9. P. 275–298

12. Dupont-Inglis J., Borg A. Destination bioeconomy–The path towards a smarter, more sustainable future. *New biotechnology*, 2017. Vol. 40. P. 140–143.

13. Bracco S., Ozgul C., Gomez M., Juan S., Flammini A. Assessing the Contribution of Bioeconomy to the Total Economy: A Review of National Frameworks. *Sustainability*, 2018. Vol. 10. № 6. P. 16–98.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Гайова Діана Олександрівна

студентка

Київського національного університету технологій та дизайну

Науковий керівник:

Бугас Наталія Валеріївна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри управління та смарт-інновацій

Київського національного університету технологій та дизайну

Повномасштабне вторгнення росії поділило життя кожного українця на «до» та «після». І бізнес не є винятком. Війна вдарила по виробництву, логістиці та ланцюжкам постачання, які підприємці напрацьовували роками.

Підприємці та бізнес, здатні стабільно працювати в умовах війни, – це справжній хребет української економіки. Налагодження роботи національного бізнесу є запорукою того, що державний бюджет буде наповнюватися, а населення зберігатиме платоспроможність. Активізація бізнес-діяльності – ключовий фактор посилення економічної стійкості держави, а отже, і її здатності ефективно протистояти агресору.

На сьогодні, близько 50% бізнесу не працюють, 46,8% підприємств повністю або майже повністю припинили роботу з 24 лютого. При цьому 4,5% вказують на те, що знайшли можливість навіть збільшити обороти, порівнюючи з довоєнним періодом. Ситуація майже не змінилася, порівнюючи з травнем 2022 року. Так, більшість бізнесу бере активну участь у боротьбі за незалежність: 93,4% – залучені в допомогу країні під час війни, близько 70% – безпосередньо залучені у волонтерську діяльність [1].

Відновлення української економіки залежить від активізації роботи українського бізнесу. Станом на 26 серпня 2022 р. [2] від старту програми релокації 745 підприємств перемістились у безпечні регіони, 558 з них відновили свою діяльність на новому місці. Ще 286 компаній шукали придатну локацію або спосіб транспортування. Найбільше бізнесів релокувалися з Харківської області – 193 підприємства, Київської – 180, Донецької – 106, Дніпропетровської – 27, Запорізької – 26. Найчастіше (25%) підприємці обирають переїзд до Львівської області. Також бізнес переміщується до Закарпатської (16%),

Чернівецької (11%), Тернопільської (8%), Дніпропетровської (7%) та Івано-Франківської (7%) областей [3].

Так, ми можемо спостерігати збільшення підприємств, які переорієнтовують свою діяльність на експорт, а не переводять свій бізнес за кордон. Загалом 38% бізнесу зорієнтовано на експорт, з них 5,5% експортували ще до повномасштабної війни, а 15,3% починали розвивати цей напрям. У регіональному розрізі найбільша частка підприємств, які планують розвивати експорт зі Сходу (20,5%) та Півночі (20,1%). Загалом станом на липень-серпень 39,9% всіх підприємств в Україні повністю або майже зупинені. Проте ситуація щодо стану бізнесу відрізняється в кожному регіоні. Тож, на Сході України показник підприємств, які повністю або майже припинили діяльність, більший, ніж середній по Україні, та становить 63,9%. На Заході та Півночі більша частина всіх підприємств зменшили обсяги робіт або працюють частково – це 57,3% і 56,6% відповідно. У Центрі України та на Півдні таких підприємств 44,9% і 46,9%, найменше на Сході – 29,1%. По всій Україні 11,5% підприємств змогли зберегти або навіть збільшити обсяги робіт, порівнюючи з 23.02.2022 р. Найбільше таких підприємств на Заході України – 16,9%, проте більшість підприємств, які стверджують, що суттєво збільшили свої доходи (140%+), розташовані на Півдні – 2,3% [4].

Конкурентоспроможність є критично важливим фактором для мереж магазинів в Україні, особливо під час криз, таких як війна та пандемія. Здатність надавати якісні продукти, відмінне обслуговування клієнтів і конкурентоспроможні ціни можуть визначити успіх або поразку мережі магазинів на висококонкурентному ринку. Це есе має на меті проаналізувати конкурентоспроможність різних мереж магазинів в Україні під час війни та пандемії, визначити можливості та загрози для мереж магазинів, а також порекомендувати стратегії для підвищення їхньої конкурентної позиції. Основними мережами магазинів, що працюють в Україні, є ТОВ «Фора», «АТБ Маркет», «Сільпо», «Ашан». Кожна з цих мереж магазинів має унікальну конкурентну перевагу, яка допомогла їм зберегти сильні позиції на ринку [5].

Війна та пандемія створили значні виклики для мереж магазинів в Україні. Війна вплинула на ланцюг постачання, оскільки закриття кордонів і обмеження на пересування ускладнили закупівлю продуктів. Крім того, пандемія призвела до зниження попиту на товари не першої необхідності, зростання витрат і переходу на онлайн-магазини. Першою головною проблемою з якою зіткнулись мережі магазинів в Україні-війна, що значно вплинула на економіку України. Агресія росії призвела до скорочення іноземних інвестицій та зниження споживчої довіри, що вплинуло на купівельну спроможність українських споживачів. У результаті мережам магазинів довелося коригувати свої цінові

стратегії та пропозиції продуктів відповідно до мінливих уподобань споживачів. Крім того, війна порушила ланцюги поставок, що призвело до дефіциту певних продуктів, а також збільшила витрати на транспортування, що вплинуло на прибутковість мереж магазинів [7].

Основними факторами, що зменшили попит на продукцію в магазинах є: по-перше, порушення ланцюгів поставок: конфлікт в Україні спричинив перебої в транспорті та розповсюдженні товарів, що ускладнювало магазини отримувати продукцію, необхідну для запасу їх полиць. Це, в свою чергу, призвело до дефіциту певних товарів та більш високих цін на деякі товари [7]. Магазини в районах, на які постраждали від конфлікту, ризикували пошкодженням або знищенням від обстрілу, бомбардувань чи інших нападів. Це ускладнювало власників магазинів, щоб їхній бізнес відкритим та забезпечити безпеку своїх працівників та клієнтів. Війна в Україні призвела до значної економічної нестабільності, при цьому інфляція та коливання валюти ускладнюють магазини точно цінувати їх продукцію та ефективно керувати своїми фінансами. Це, у свою чергу, вплинуло на їх здатність інвестувати в нові продукти або розширювати їхні операції [3]. Так, зменшення персоналу: конфлікт в Україні призвів до переміщення та міграції, що ускладнювало магазини знаходити та зберегти кваліфікованого персоналу. Крім того, багато працівників були змушені працювати в складних умовах, наприклад, у районах з обмеженим доступом до основних послуг, таких як електроенергія та вода. Війна в Україні також призвела до зменшення попиту на багато продуктів, оскільки люди зосереджувались на придбанні основних предметів та скорочення дискреційних витрат. Це ускладнило магазини підтримувати їх продаж та прибутковість, особливо в районах, які безпосередньо впливали на конфлікт [4]. Також однією з головних проблем є пандемія COVID-19, що значно вплинула на індустрію роздрібною торгівлі в усьому світі, і Україна не є винятком. Карантини та заходи соціального дистанціювання призвели до зміни поведінки споживачів у бік онлайн-покупок, що вплинуло на кількість людей у звичайних магазинах. Незважаючи на ці виклики, мережам магазинів в Україні вдалося зберегти свою конкурентоспроможність на ринку за допомогою різних стратегій. По-перше, вони інвестували в платформи електронної комерції та служби доставки, щоб задовольнити мінливу поведінку споживачів. По-друге, вони зосередилися на наданні високоякісних продуктів і послуг для формування лояльності клієнтів. По-третє, вони прийняли інноваційні маркетингові стратегії, щоб виділитися серед своїх конкурентів [7].

Так, підсумовуючи вищесказане, малі та середні підприємства в Україні стикаються зі значними викликами під час війни та пандемії, але також мають можливості підвищити свої конкурентні позиції. На нашу думку серед головних завдань підтримки бізнесу це – зберегти

робочі місця й посилити економіку України, інтегрувати внутрішньо переміщених осіб та жінок у місцеві ланцюги створення доданої вартості та бізнес-мережі, допомогти ММСП диверсифікувати свої бізнес-моделі та розглянути можливість цифрової доставки продуктів і послуг, залучити українську діаспору в допомогу українському бізнесу [3].

Список використаних джерел:

1. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. URL: <https://cid.center/the-state-and-needs-of-business-in-wartime-survey-results>.
2. 558 релокованих підприємств вже відновили роботу в безпечних регіонах країни / Міністерство економіки України. 2022. 26 вер. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=bd6e0089-4472-41b1-bf71>.
3. Огляд інструментів підтримки бізнесу в період воєнного стану в Україні (вересень 2022). URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-instrumentiv-pidtrymky-biznesu-v-period-voennoho-stanu-v-2>.
4. Зварич Р. Локальні конфлікти в глобальній економіці. Актуальні питання розвитку економіки. 2020. Т. 2. С. 88–101. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/40881/1/%D0%97%D0%92%D0%90%D0%A0%D0%98%D0%A7.pdf>.
5. Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології : матеріали XXIII Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. 28 квіт. 2022 р. Одеса : ДУ «Одеська політехніка», 2022. 250 с. URL: https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/studolympconf/xxiii_konferenciya_suchasnyu_menedzhment_modeli_strategiyi_tehnologiyi_2022.pdf.
6. Шатун В. Т. Основи менеджменту: навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. 376 с. URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/191/1.pdf>
7. Стояненко І. В., Урсатій А. Е. Війна в Україні: наслідки для національної економіки та світу. Advancing in research, practice and education : матеріали конф., м. Флоренція, 11–13 трав. 2022 р. Флоренція, 2022. с. 171–180. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-60619288>.

POSITIVE CONSEQUENCES OF REFORMS OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS OF ENTERPRISES WITH FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF UKRAINE

Gryza Anatolii

*fourth-year Graduate Student
of the Department of Accounting and Auditing
Odesa National Academy of Food Technologies*

The reforms of international economic relations of enterprises with foreign economic activity of Ukraine have several positive consequences, including:

1. Increased competitiveness: By aligning regulations and standards with the EU and diversifying trade partners, Ukrainian enterprises are better positioned to compete in international markets. This can result in increased export volumes, higher revenues, and improved profitability.

2. Enhanced economic growth: The reforms can stimulate economic growth by attracting foreign investment, encouraging innovation, and expanding export industries. This can lead to job creation, improved living standards, and increased tax revenues for the government.

3. Improved access to finance: Improved international economic relations can help Ukrainian enterprises access international finance, such as loans, grants, and investments. This can provide additional capital for investment in technology, research, and development.

4. Reduced corruption: Reforms can help reduce corruption by introducing transparency, accountability, and fair competition in international economic relations. This can improve the business environment and create a level playing field for all enterprises, regardless of their size or connections.

5. Strengthened international partnerships: Reforms can help build trust and confidence in Ukraine's international partnerships, leading to stronger economic and political ties. This can result in increased cooperation, trade, and investment between Ukraine and other countries, promoting economic stability and prosperity.

6. Improved quality and safety standards: By aligning with international quality and safety standards, Ukrainian enterprises can improve the quality and safety of their products and services. This can enhance their reputation in international markets and lead to increased demand for their goods and services.

7. Foreign investment: Reforms can attract foreign investment to Ukraine by creating a more transparent and predictable business environment.

This can provide additional capital for investment in technology, research, and development, leading to innovation and improved competitiveness.

8. Job creation: Increased trade and foreign investment can lead to job creation in Ukraine, particularly in export industries. This can help reduce unemployment and improve living standards for the population.

9. Economic growth: The reforms can stimulate economic growth by expanding export industries and creating new opportunities for businesses. This can result in higher GDP growth rates and increased tax revenues for the government.

10. Improved access to finance: Improved international economic relations can help Ukrainian enterprises access international finance, such as loans, grants, and investments. This can provide additional capital for investment in technology, research, and development.

11. Increased trade: By aligning regulations and standards with international norms and diversifying trade partners, Ukrainian enterprises are better positioned to compete in global markets. This can result in increased export volumes, higher revenues, and improved profitability.

Overall, the reforms of international economic relations of enterprises with foreign economic activity of Ukraine can have a range of positive consequences, including increased competitiveness, enhanced economic growth, improved access to finance, reduced corruption, and strengthened international partnerships. These benefits can help Ukraine build a more robust and resilient economy, contributing to the country's overall development and prosperity.

References:

1. Social economy, Education. manual / Qty. author O. O. Belyaev, M. I. Dyba, V. I. Kyrylenko and others. Kyiv: KNEU, 2005. P. 125–132.
2. Enterprise strategy, Sayenko M.H. Textbook. Ternopil: «Economic thought». 2006. P. 201–225.

РОЗСЛІДУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗЛОЧИНІВ: СУТНІСТЬ, ОЗНАКИ ТА ВИДИ

Мисник Катерина

*Заслужений юрист України, аспірантка,
Інститут економіки промисловості
Національної академії наук України*

Забезпечення економічної безпеки компаній має велике значення для власників і керівників бізнесу. Шахрайство, розкрадання, зловживання посадовими обов'язками, рейдерські атаки, замахы на інтелектуальну власність, корупція [1] віднесено до економічних злочинів і загроз, з якими стикаються компанії у процесі своєї господарської діяльності.

Процес, що проводиться з метою запобігання проблем, пов'язаних із зазіханням на майно компанії та його неналежним використанням, а також збирання доказів за фактами, що вже трапилися, називають економічним або фінансовим розслідуванням (Forensic Accounting або Forensic) [2].

Економічне розслідування є всебічним процесом вивчення фінансово-господарської діяльності компанії, який спрямовано на виявлення шахрайства, неправомірних чи зловмисних дій як її персоналу усіх рівнів, так і третіх осіб, які є контрагентами. Корпоративне шахрайство розповсюджено у сучасному бізнесі. Його форми та мотивація мають різні наслідки для діяльності підприємств та установ.

Завданням економічного розслідування є документування ознак об'єктивної сторони економічного злочину. Іншими словами, завданням економічного розслідування є виявлення, дослідження та фіксування ознак загроз фінансово-господарській діяльності, встановлення причинно-наслідкового зв'язку між загрозами, відхиленнями від нормальної господарської діяльності та причинами, що їх викликали [3]. У рамках проведення розслідування консультант забезпечує збирання та формування доказової бази для здійснення фактичного захисту фінансових інтересів досить широкого кола осіб. Унаслідок встановлення тих чи інших відхилень або порушень консультант виявляє причину їх виникнення – або з'явилися вони наслідком збігу обставин, непрофесіоналізму, або тут проглядаються навмисні дії з підготовки та скоєння економічних злочинів.

Очевидно, що саме визначення причинно-наслідкових зв'язків між загрозами (чинниками) та причинами, що їх зумовили, буде головним завданням і одночасно метою економічного розслідування. Суть у тому, що тільки після того, як у результаті розслідування будуть встановлені

погрози та ризики [4], що мали місце, причини, що їх зумовили, з'явиться можливість ухвалити правильно обгрунтоване управлінське рішення. Таким чином, можна виділити три основні завдання економічного розслідування: 1) виявлення загроз або негативних чинників, що настали; 2) визначення розміру шкоди у зв'язку з їх настанням; 3) виявлення справжніх причин загроз і ризиків.

Якщо узагальнити, то економічне розслідування – це виявлення усіх ознак несприятливого явища. Ознаками можуть бути різні дані, за сукупністю яких можна дізнатися, визначити або описати предмет чи явище. Ці ознаки необхідно розглядати та оцінювати у сукупності з іншими фактами або обставинами. Своєчасне виявлення загроз і встановлення причин, що сприяли їх появі, є необхідною умовою для прийняття ефективних управлінських рішень. До передумов проведення економічного розслідування можна віднести таке: власник бізнесу не впевнений у постачальниках, покупцях і партнерах; у власника бізнесу чи керівника є побоювання щодо шахрайства; власник має підозри про маніпуляцію бухгалтерською звітністю; є підозри чи вже зафіксовано факт розкрадання активів; не дотримуються правил внутрішнього контролю або існують інші припущення щодо фінансових/економічних махінацій з боку співробітників організації.

Варто зазначити, що різні форми, які приймає процес розслідування, не мають впливати на цілі, завдання та методи, що застосовуються на практиці. Але від форми проведення економічного розслідування безпосередньо залежать наслідки розслідування, інструменти, що застосовуються, і, звичайно, суб'єкти, які безпосередньо проводять розслідування. За сферою інтересів економічні розслідування можуть ділитися на: розслідування для захисту державних інтересів; розслідування для захисту корпоративних інтересів. Суб'єктами економічного розслідування є державні підприємства, суб'єкти приватного сектору економіки (насамперед, консалтингові компанії).

Головна особливість економічного розслідування полягає в тому, що воно проводиться у випадках, коли передбачається настання загроз. Отже, розслідування завжди є ретроспективним поглядом. Під час аудиту також проводиться перевірка і збір інформації, але на цьому схожість аудиту з економічним розслідуванням закінчується. Відмінності між аудитом та економічним розслідуванням можна розділити за кількома аспектами:

1) мета (аудит проводиться з метою висловлення думки про достовірність бухгалтерської (фінансової) звітності, тоді як економічні розслідування проводяться з метою виявлення загрози шахрайства або встановлення винної особи та збору доказів за фактом порушення);

2) періодичність (аудит проводиться на регулярній основі, а економічні розслідування лише при виникненні передумов для цього);

3) характер взаємодії з компанією, яка є об'єктом перевірки (на відміну від аудиту при економічному розслідуванні консультант перебуває у відносинах протистояння з об'єктом, оскільки метою розслідування є підтвердження провини та пошук винного);

4) презумпція невинуватості (аудитор має проводити аудит, керуючись професійним скептицизмом, відповідно до законодавства, тоді як будь-яке економічне розслідування здійснюється для підтвердження складу зловживання чи підтвердження його відсутності).

Економічні розслідування можна розділити за кількома напрямками, які можуть проводитися самостійно або бути складовими частинами єдиного проєкту. Безпосереднє розслідування спотворення фінансових показників як експертиза в аналізі слідів шахрайських дій у сфері фінансів, бухгалтерського обліку, первинної документації, а також проведення інтерв'ю із співробітниками клієнта, серед яких можуть бути підозрювані особи. У ході проведення цього напрямку економічного розслідування консультант проводить: детальний аналіз звітності компанії/групи з урахуванням суттєвості статей доходів, витрат, активів і зобов'язань; оцінювання фінансової звітності на наявність позабалансових операцій; оцінку ймовірності свідомо неправдивих операцій щодо кожного з видів активів і зобов'язань, а також доходів і витрат; тестування фінансової звітності про наявність операцій, проведених заднім числом; фінансовий аналіз господарських операцій тощо. Запобігання недобросовісних дій шляхом оцінювання ризику недобросовісних дій і засобів контролю, спрямованих на зниження цього ризику, тобто оцінка ефективності системи внутрішнього контролю та запобігання шахрайству включає: підготовку схеми основних бізнес-процесів компанії з урахуванням суттєвості та ліквідності активів, а також кількості та віддаленості філій/підрозділів/дочірніх компаній; аналіз існуючої системи контролю та проектування продуктивних змін у ній; оцінку ступеня надійності існуючої системи контролю за кожним бізнес-циклом, включаючи тестування стійкості до типових схем шахрайства.

Після закінчення економічного розслідування консультант отримує результат залежно від поставлених завдань і побажань замовника. Такі результати можна розділити на групи: (1) усунення наслідків несумлінних дій, а саме підготовка експертних висновків для подальшого використання їх у суді; (2) при розслідуванні фактів шахрайства консультант має надати резюме достатності доказів і фактів для притягнення до одного з видів відповідальності, зробити розрахунок прямої та, при можливості, непрямої шкоди від протиправних дій з добіркою документального підтвердження цієї інформації, підготувати рекомендації щодо впровадження превентивних заходів у підрозділах підприємства для мінімізації ризиків виникнення аналогічного виду

шахрайських процесів; (3) результатами оцінки ефективності системи внутрішнього контролю та запобігання шахрайствам консультант готує детальний аналіз схеми з розрахунком економічної шкоди, пропонує варіанти подальших дій для власника; (4) у результаті аналізу існуючої системи кадрової роботи розробляє рекомендації щодо проведення превентивних заходів, здійснення програми забезпечення неминучості покарання за протиправні дії; (5) при необхідності незалежної оцінки дотримання партнерських відносин консультант готує висновок про виконання взаємних зобов'язань, а також розрахунок економічного ефекту від невиконання (пізнього виконання) умов і може виступити як арбітр під час обговорення виконання взаємних зобов'язань партнерами.

Отже, виходячи з вищевикладеного можна зробити такий висновок. Економічне розслідування визнано одним із дієвих інструментів, що дозволяють істотно мінімізувати ризики неправомірних або зловмисних дій, а іноді залишається єдиним способом вирішення несприятливої ситуації. Своєчасне виявлення загроз і встановлення причин, що сприяли їх появі, є необхідною умовою для прийняття ефективних рішень.

У перспективі подальших досліджень планується обґрунтувати комплексний підхід до управління ризиками, пов'язаними з шахрайством та економічними злочинами.

Список використаних джерел:

1. Мисник К. П. Розвиток системи економічних злочинів у сфері господарської діяльності: особливості Німеччини, Польщі та Франції. *Управління економікою: теорія та практика. Чумаченківські читання : зб. наук. праць / НАН України, Ін-т економіки пром-сті; редкол.: О. О. Хандій (голов. ред.), В. І. Ляшенко (відп. ред.), В. Є. Куриляк та ін. Київ. 2021. С. 148–163. DOI: <https://doi.org/10.37405/2221-1187.2021.148-163>.*

2. Мисник К. П. Інституційні умови розвитку системи економічних розслідувань на підприємствах. *Вісник економічної науки України. 2020. № 2(39). С. 158–165. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).158-165](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).158-165).*

3. Mysnyk K. Organizational and Economic Mechanism of Prevention of Economic Crimes at Enterprises: the Essence and Structure. *Moderní aspekty vědy: XII Díl mezinárodní kolektivní monografie. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2021. P. 50–64.*

4. Мисник К. Удосконалення організаційно-економічного механізму попередження економічних злочинів на підприємствах: наукові та практичні засади. *Věda a perspektivy. 2023. № 3(22). P. 81–93. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-3\(22\)-81-93](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-3(22)-81-93).*

НАПРЯМ 5. ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-21>

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ

Панченко Марина Миколаївна

аспірант

Національного університету «Чернігівська політехніка»

Інноваційно-інвестиційна привабливість – це відносне поняття, що виражає думку певної групи інвесторів відносно співвідношення ризиків до прибутковості і вартості фінансових ресурсів в якійсь із галузей.

Головними цілями оцінки інноваційно-інвестиційної привабливості є: визначення поточного стану в галузі або підприємстві та перспектив його розвитку; розробка заходів підвищення інноваційно-інвестиційної привабливості; залучення інвестицій у відповідних до інноваційно-інвестиційної привабливості обсягах та отримання комплексного позитивного ефекту освоєння залученого капіталу.

Головною вимогою до моментів визначення рівня інноваційно-інвестиційної привабливості є можливість інтерпретації отриманої інформації та прийняття на основі визначених показників ефективних і доцільних управлінських рішень, як з боку інвестора щодо вкладання коштів, так і з боку підприємства-реципієнта щодо підвищення власного інноваційно-інвестиційного рейтингу [1].

На інноваційно-інвестиційну привабливість конкретного суб'єкта впливають економічні умови функціонування й розвитку галузі. Можна стверджувати, що інноваційно-інвестиційна привабливість є основним фактором забезпечення ефективного процесу інвестування на всіх рівнях. З іншого боку, ефективна інвестиційна діяльність сприяє зростанню інноваційно-інвестиційної привабливості.

Рівень інвестиційної привабливості держави визначається різними методами, серед більшості методик використовується індекс інвестиційної привабливості. Інтегральний показник індексу інвестиційної привабливості України у першій половині 2022 року впав на пів пункту. Він становив 2,17 бала з 5,0 можливих – це найнижче значення з 2013 року. А от вже в другій половині 2022 року відновився до 2,48 балів, що спів ставно зі значенням 2020 року під час активної фази пандемії Covid-19 [2].

Усі розроблені методики у вітчизняній та світовій практиці залежно від інформації можна поділити на три групи: методики, що базуються на експертних оцінках; методики які базуються на статистичній інформації, методики які базуються на експертно-статистичних розрахунках [3]. Проблема усіх методик – визначення показників для розрахунку інтегрального показника інвестиційного клімату регіону. Необхідно удосконалити систему показників, які характеризують інноваційно-інвестиційні переваги в регіоні, розробити методику збору інформації показників, за якими можна розрахувати економічні індекси інвестиційних переваг регіону, а також методику їх розрахунку та аналізу на їх основі.

На інноваційно-інвестиційний потенціал впливає інноваційно-інвестиційна привабливість, зокрема: поточний стан в галузі або підприємстві, перспективи його розвитку; розробка заходів підвищення інноваційно-інвестиційної привабливості; залучення інвестицій у відповідних до інноваційно-інвестиційної привабливості обсягах та отримання комплексного позитивного ефекту освоєння залученого капіталу.

Таким чином, можна зробити висновок, що «інноваційно-інвестиційний потенціал» і «інноваційно-інвестиційна привабливість» тісно пов'язані між собою. Інноваційно-інвестиційна привабливість – це фактор, що обумовлює і стимулює інноваційно-інвестиційний потенціал. Отже, інноваційно-інвестиційний потенціал значною мірою залежить від ступеня інноваційно-інвестиційної привабливості. Тому створення відповідних умов для ефективного інвестування на всіх рівнях буде основою для підвищення ефективності як інноваційно-інвестиційного потенціалу на рівні підприємства, галузі, ринку, так й інвестиційного процесу в цілому.

Список використаних джерел:

1. Носова О. В. Оцінка інвестиційної привабливості України: основні підходи. *Економіка та прогнозування*. 2003. № 3. С. 119–137.
2. Європейська Бізнес Асоціація. URL: <https://eba.com.ua/> (дата звернення: 15.12.2022).
3. Кичко І. І., Савченко В. Ф. Стратегічні орієнтири інвестиційно-інноваційного розвитку в Україні. Здобутки і проблеми євроінтеграційних зрушень в Україні на сучасному етапі: монографія / за заг. ред. В. Ф. Савченка, Л. М. Мекшун. Чернівці : ЧНТУ, 2018. 328 с. С. 8–29.

НАПРЯМ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ І ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-22>

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ РЕКРЕАЦІЙНОГО ЛІСОКОРИСТУВАННЯ: СТУНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ

Гюлтекін Оксана Олександрівна
*аспірант кафедри земельного кадастру
Національного університету
біоресурсів і природокористування України*

Інституціональне середовище рекреаційного лісокористування являє собою комплекс інститутів-правил та інститутів-організацій, котрі забезпечують господарське освоєння рекреаційного потенціалу лісів і подальшу його комерціалізацію через різноманітні форми ринкових товарно-грошових відносин. Традиційні інститути-правила рекреаційної діяльності не завжди доцільно імплементувати у сферу рекреаційного лісокористування, оскільки вони не враховують значний комплекс особливостей господарського освоєння рекреаційного потенціалу лісів. Більше того, виходячи з того, що основними суб'єктами рекреаційного лісокористування виступають постійні лісокористувачі, котрі користуються лісоресурсними активами, як правило, державної власності, доцільним є формування набору інститутів-правил, котрі дадуть змогу суб'єктам лісогосподарського підприємництва формувати і просувати на ринок рекреаційних послуг продукт, отриманий на основі використання корисних властивостей лісів.

Комплекс сучасних інститутів-правил рекреаційного лісокористування спрямований на те, щоб сформувати у лісівників та інших суб'єктів лісогосподарського підприємництва такі світоглядні орієнтації, котрі передбачатимуть більш ефективне використання екосистемних послуг лісів замість першочергового освоєння найбільш ліквідної деревної складової лісового фонду. Такі світоглядні орієнтації передбачатимуть перманентне відтворення усіх складових лісоресурсного потенціалу, зокрема на самозаліснених сільськогосподарських землях, для нарощення природно-ресурсного потенціалу рекреаційного лісокористування, що дасть змогу кардинально переглянути традиційні методи ведення лісового господарства і переорієнтувати його з ресурсної спрямованості на багатофункціональне використання сировинної та несировинної складових лісових біогеоценозів.

Фактично таким чином буде формуватися перевіреним передовою іноземною практикою формат комплексного використання лісоресурсного потенціалу з максимізацією форм комерціалізації залучення у відтворювальний процес корисних властивостей лісів, в першу чергу їх рекреаційної цінності. Більше того, рекреаційне лісівництво за таких умов стає магістральним елементом лісогосподарського підприємництва в цілому, оскільки функціонування мережі об'єктів лісової рекреаційної інфраструктури також підтягуватиме процеси розширеного відтворення побічного лісокористування, рибальства та мисливства.

Формальне та неформальне умонтування в систему лісівничих відносин інститутів-правил рекреаційного лісокористування також сформує модернізовані системи наближеного до природи та соціального лісівництва. Наближене до природи лісівництво являє собою комплекс заходів з лісовідновлення, лісовідтворення, охорони та захисту лісів і передбачає максимізацію примноження складових лісового біорізноманіття. Якраз заходи рекреаційного лісівництва мають доповнюватися запровадженням системи вибіркового рубок, переформуванням одновікових деревостанів у різновікові, забезпеченням безперервного відтворення лісової рослинності та лісового біорізноманіття в цілому.

Суб'єкти рекреаційного лісокористування з метою запровадження сучасних систем наближеного до природи лісівництва мають здійснювати заходи по лісовідновленню в місцях проведення суцільних рубок через природне поновлення лісових насаджень, а також створення високопродуктивних швидкорослих насаджень. Розширення масштабів рекреаційного лісокористування через спорудження мережі суб'єктів лісової рекреаційної інфраструктури частково дозволить оптимізувати породний склад насаджень, прискорити заліснення малопродуктивних сільськогосподарських угідь, упорядкувати полезахисні і схилоукріплювальні лісопосадки, створити водоохоронні ліси.

Необхідним є також формування комплексу інститутів-організацій, котрі забезпечуватимуть сприяння просуванню продуктів рекреаційного лісокористування на ринок рекреаційних послуг, зокрема надаватимуть консультаційні послуги стовно специфікації видів лісогосподарської діяльності, яка пов'язана з організацією туристично-рекреаційної діяльності на території лісових біогеоценозів. Такими інститутами-організаціями виступають, зокрема, органи місцевого самоврядування, муніципальні підприємства, котрі функціонують на основі використання комунального майна, а також інститути дорадницької діяльності. Органи місцевого самоврядування в умовах поглиблення децентралізації влади отримали додатковий перелік повноважень, зокрема в частині користування землями комунальної власності і зміни їх цільового призначення, що створює нові можливості для розширення ареалу здійснення рекреаційного лісокористування. Водночас інститути

дорадництва мають доносити увесь необхідний спектр інформації до власників та користувачів лісових угідь щодо можливостей налагодження рекреаційного лісокористування, зокрема через спорудження мережі суб'єктів лісової рекреаційної інфраструктури.

Водночас поєднання зусиль щодо формування інститутів-правил та інститутів-організацій здійснення рекреаційного лісокористування має відбуватися по відношенню до суб'єктів лісогосподарського підприємництва (філій Державного підприємства «Ліси України» та комунальних лісових господарств), щоб зробити їх повноцінними суб'єктами ринку рекреаційних послуг, а це у підсумку дасть змогу підвищити ефективність виробничо-господарської діяльності цих суб'єктів в цілому.

Належне підґрунтя для формування повноцінних інститутів-правил та інститутів-організацій вже сформовано у зв'язку зі схваленням Державної стратегії управління лісами до 2035 року [1], де рекреаційна діяльність визначена як пріоритет в системі управління лісовим господарством з огляду на наявні ендегенні та екзогенні ризики розвитку національного господарства, існуючий рівень розвитку мережі об'єктів лісогосподарської інфраструктури та структуру лісоресурсного потенціалу країни, а також здатність лісових біогеоценозів продукувати екосистемні послуги.

Враховуючи те, що певна частина земель лісового фонду відноситься до земель природно-заповідного фонду, складовою інституціонального середовища рекреаційного лісокористування виступає Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України [2], де визначено базові складові організації рекреаційної діяльності, умови укладання договору про рекреаційну діяльність, основні напрями і види рекреаційної діяльності в межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду, які частково можна використати при регламентації рекреаційної діяльності на базі лісових господарств.

Однак незважаючи на критично необхідні інституціональні підвалини здійснення рекреаційного лісокористування, які регламентуються вказаними вище нормативно-правовими актами, повноцінна розбудова мережі об'єктів лісової рекреаційної інфраструктури стане можливою при умові розроблення спеціального Положення про рекреаційну діяльність у лісах України.

Список використаних джерел:

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Державної стратегії управління лісами України до 2035 року» від 29 грудня 2021 р. № 1777-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-2021-%D1%80#Text>.

2. Наказ Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України «Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України». 12 вересня 2022 р. за № 1043/38379. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/re38379?an=1>.

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

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-23>

МІГРАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ТА КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Жовнір Світлана Михайлівна

*кандидат географічних наук,
старший науковий співробітник відділу соціоекономіки праці
Державної установи «Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України»*

Повномасштабна російська збройна агресія проти українського народу і держави Україна від 24.02.2022 р. спричинила кардинальні зміни у військово-політичному, соціально-економічному, культурному житті українського суспільства. Виступаючи на засіданні Ради Безпеки ООН 24.02.2023 р. стосовно України, Генеральний Секретар ООН Антоніу Гутерреш наголосив, що російське вторгнення, будучи грубим порушенням Статуту ООН і міжнародного права, призвело до масової загибелі людей, руйнувань, кризи вимушеного переміщення, якої Європа не знала багато десятиліть [1].

Мільйони постраждалих цивільних осіб були вимушені покинути свої домівки і переміщатись як в межах країни, так і за кордон у пошуках тимчасового захисту. Обрахувати точну кількість вимушених переселенців за кордоном досить складно, адже багато українців повертаються додому, змінюють країну або місце проживання. За даними Агентства ООН у справах біженців (УВКБ ООН), станом на 20.03.2023 р. в країнах Європи зафіксовано понад 8,1 млн біженців з України, для отримання статусу тимчасового захисту або аналогічних національних схем захисту в Європі зареєстровано понад 4,9 млн біженців [2].

Крім того, в Україні наразі обліковано 4,8 млн внутрішньо переміщених осіб (ВПО), але їх реальна кількість становить близько 7 млн. осіб [3]. Ці переміщення можуть бути пов'язані як зі спробами воз'єднання сім'ї, так і з намаганням убезпечити найбільш вразливих членів родин шляхом подальшого вивезення їх за кордон. Можлива ескалація збройного конфлікту підвищує ризики збільшення кількості

ВПО й загострення проблем із забезпеченням їх житлом, роботою відповідно до освіти, кваліфікації.

Серед основних міграційних викликів – насильницьке переміщення і депортація населення тимчасово окупованих територій, які здійснює країна-агресор. Часто вони відбуваються під виглядом евакуації. Громадян України змушують проходити так звану «фільтрацію» у спеціальних таборах, позбавляють документів, засобів зв'язку, залякують і переміщують до віддалених російських регіонів, щоб обмежити можливість повернення на Батьківщину. Число осіб, які зазнали насильницького переміщення і депортації, наразі невідоме і обчислюється мільйонами.

Гуманітарна ситуація в Україні залишається складною, в багатьох регіонах жахливою, наближеною до гуманітарної катастрофи, внаслідок високої смертності і поранень населення через невибіркові терористичні атаки, підриви на мінах і боєприпасах, нагальні потреби, викликані руйнуванням житла, втратою майна, вимушеним переміщенням, а також суттєвим скороченням можливостей працевлаштування. Тимчасова окупація частини території країни, знищення чи пошкодження багатьох місць прикладання праці внаслідок військових дій призвели до значного звуження простору продуктивної зайнятості на вітчизняному ринку праці, збільшення числа безробітних, «працюючих бідних» та незахищених зайнятих. За оцінками ООН, гуманітарної допомоги та захисту потребують 17,6 млн людей або майже 40% населення, зруйновано 30% робочих місць, які існували до війни [1].

Зростаючі масштаби трудової еміграції українців ще до початку повномасштабної війни у поєднанні з безпрецедентними масштабами вимушеного переміщення для тимчасового захисту, в перспективі є реальною загрозою кадрового дефіциту для національного ринку праці. Головними викликами стануть незворотна еміграція висококваліфікованих фахівців та неповернення молоді після отримання освіти за кордоном. Ризики зростають через новий підхід ЄС до міграційного менеджменту, який відзначається комплексністю, об'єднує політики у сфері міграції, притулку, інтеграції та заохочення імміграції необхідних європейському ринку праці фахівців.

Країни, які приймають біженців, намагаються заохотити найбільш працездатних громадян залишитися жити та працювати в еміграції. Деякі країни навіть спростили умови для започаткування бізнесу. Українці, які переїхали після початку повномасштабної війни, освоюються на новому місці, працевлаштовуються або відкривають власний бізнес. При цьому спостерігається тенденція до скорішого врегулювання статусу проживання і працевлаштування в країнах ЄС.

В довгостроковій перспективі дуже важливо, щоб переміщені у пошуку тимчасового захисту громадяни згодом повернулись в Україну,

працювали або розвивали свій бізнес на користь української економіки. Однак частина українців, адаптувавшись до умов проживання в приймаючих спільнотах (вивчивши мову, працевлаштувавшись, поступивши на навчання до учбових закладів, створивши сім'ї з іноземними громадянами), ймовірно залишиться там на довгий період або назавжди.

Отже, можна виокремити такі міграційні виклики для розвитку національного ринку праці в умовах воєнної та повоєнної економіки:

- хаотичні та неконтрольовані переміщення робочої сили внаслідок бойових дій, нерівномірне навантаження на соціальну та виробничу інфраструктуру, пов'язана з цим розбалансованість ринку праці;

- проблеми забезпечення робочою силою підприємств, які беруть участь в програмі релокації з областей, де тривають бойові дії або зберігається загроза повторного вторгнення, до західних областей України;

- відтік робочої сили та потенційної робочої сили за кордон, можлива асиміляція в місцевих громадах, подальша еміграція членів родини;

- неповернення висококваліфікованих фахівців і молоді після здобуття освіти за кордоном через політику залучення кваліфікованих працівників на ринки праці країн ЄС.

Надалі темпи відтоку і повернення населення залежатимуть, насамперед, від безпекових факторів, фінансово-економічних факторів, а також політики приймаючих країн щодо надання притулку і політики на ринку праці [4].

В цьому контексті українській владі необхідно сформулювати чіткі перспективи повоєнного відновлення економіки і розвитку громадянського суспільства, які б стимулювали повернення громадян.

В умовах євроінтеграції розроблення національного інструментарію регулювання міграційних процесів має узгоджуватись із розвитком європейської системи управління у цій сфері. З метою удосконалення міграційної політики в Україні слід запроваджувати кращі світові та європейські практики політики у сфері міграції, притулку, інтеграції, управління кордонами, боротьби з нелегальною міграцією та диференційованого підходу до імміграції.

Головним завданням є створення в Україні соціально-економічних умов для рееміграції українських громадян. Необхідно спрямувати зусилля на створення можливостей для гідної зайнятості в Україні, стимулювання створення робочих місць з високою оплатою праці, модернізацію ринків праці шляхом сприяння мобільності робочої сили, розвиток знань і навичок упродовж життя з метою розширення можливостей працевлаштування, поліпшення співвідношення між попитом і пропозицією на регіональних ринках праці. Серед важливих завдань – якнайширше залучення і використання політичного і фінансово-економічного потенціалу української діаспори.

Список використаних джерел:

1. Генеральний Секретар ООН – Виступ на засіданні Ради Безпеки ООН стосовно України. URL: <https://ukraine.un.org/uk/220537>.
2. Operational Data Portal: Ukraine Refugee Situation. URL: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine#category-2-348481>.
3. Завдання Мінреінтеграції на 2023 рік – інтеграція внутрішніх переселенців. URL: <https://minre.gov.ua/2023/02/06/zavdannya-minreintegracziyi-na-2023-rik-integracziya-vnutrishnih-pereselencziv>.
4. Жовнір С.М. Сучасні міграційні процеси в Україні та напрями удосконалення державної міграційної політики в умовах глобальних загроз. *Соціоекономіка та менеджмент: стан, тенденції, управлінські рішення*: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Київ, 11 травня 2022 р.) у 2-х частинах. Частина 2. Київ : КНЕУ, 2022. С. 44–46. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/37810/25722_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ СПРИЧИНЕНІ ВІЙНОЮ: СТАН ТА НАСЛІДКИ

Кротевич Михайло Станіславович

здобувач магістратури

Національного університету охорони здоров'я України

імені П. Л. Шупика

Гбур Зоряна Володимирівна

доктор наук державного управління, професор,

професор кафедри управління охороною здоров'я

та публічного адміністрування

Національного університету охорони здоров'я України

імені П. Л. Шупика

Масштабна військова агресія РФ проти України та бойові дії, розпочаті російськими військами 24 лютого 2022 року, призвели до загибелі та поранень мирних жителів у різних регіонах країни, руйнування багатьох об'єктів критичної інфраструктури або порушення їх функціонування, а також масового руйнування цивільних об'єктів. Усе це та інші негативні наслідки військового вторгнення, у свою чергу, спричинили масштабну міграцію.

За прогнозами Ради ЄС, населення України внаслідок міграції може скоротитися на 24–33% в залежності від тривалості бойових дій і нестабільної роботи інфраструктури. Через війну за кордон виїхало понад 7,9 млн. українців. Про це йдеться на сайті управління у справах біженців ООН. Ще 5,9 млн. осіб є внутрішньо переміщеними особами. Змінилася статево – вікова структура населення, зокрема зменшується частка молоді до 20 років та жінок працездатного віку. Готовність українців виїхати в пошуках безпеки за кордон змінювалась протягом 2022 р., на що впливали різні чинники: рівень безпеки в конкретному регіоні, забезпеченість основними інфраструктурними послугами та роботою, фінансові та інші можливості родини.

Найбільше мігрантів прийняла Польща (3 167 805 осіб). До десятки європейських країн, які прийняли найбільше українців, які рятуються від війни, також увійшли Румунія (857 846 осіб), Угорщина (557 001 особа), Німеччина (402 651 особа), Словаччина (391 592 особи), Чехія (330 226 осіб), Болгарія (231 188 осіб), Італії (110 771 осіб), Туреччини (85 000 осіб), Іспанії (74 965 осіб) і Росії (739 418 осіб) (див. рис. 1) [1].

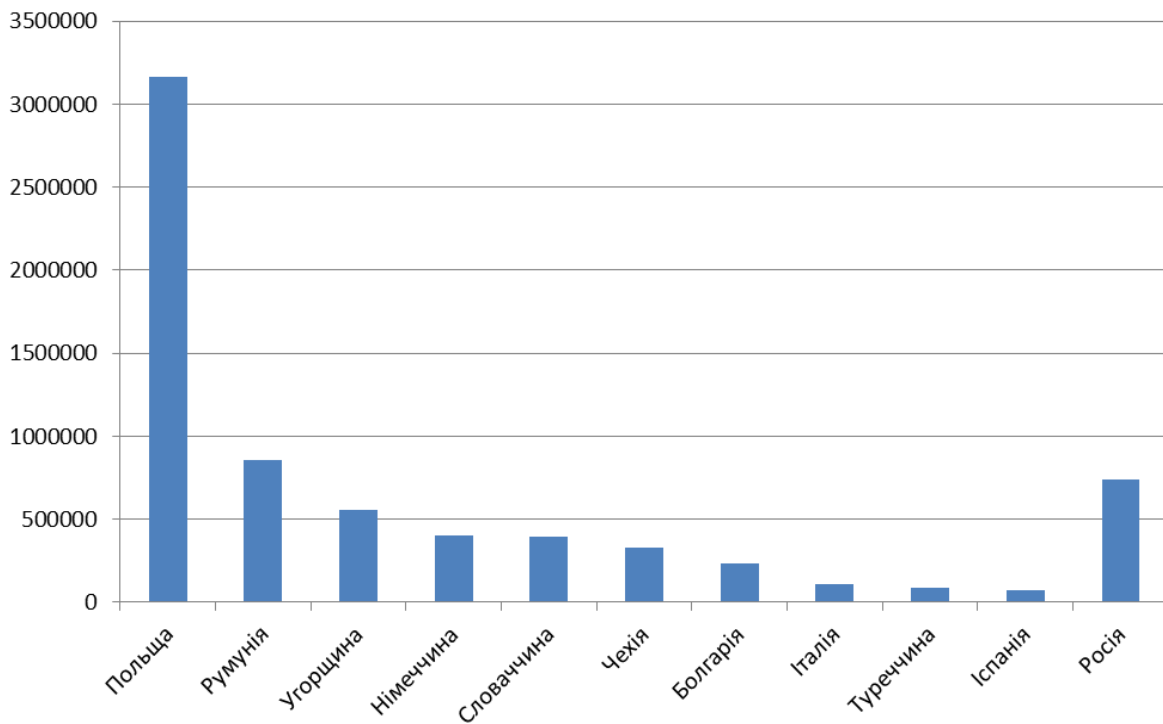


Рис. 1. Кількість українських мігрантів по країнах світу

Джерело: розроблено автором за [1]

Республіка Польща виявилася найбільш підготовленою – інфраструктурно, матеріально-фінансово, морально-психологічно – до прийому масової хвилі іммігрантів з України. Основними аргументами на користь вибору польського напрямку евакуації були:

- мовний фактор, тобто достатня близькість української та польської мов, що дозволяє прибулим з України максимально швидко та якомога краще порозумітися в Польщі;

- близькість та доступність українсько-польського державного кордону, протяжність якого становить понад 500 км і вздовж якого традиційно розташовані декілька пунктів пропуску, які у форс-мажорній ситуації виявилися повністю відкритими для біженців з України;

- початкове знайомство з польською дійсністю – багато іммігрантів з України приїхали до Польщі перед війною як трудові мігранти, туристи або студенти польських університетів. Але війна внесла свої корективи: раніше йшлося про економічну/трудова та освітню хвилю, а тепер – про хаотичну, неконтрольовану, багаторівневу із соціальної, професійної та освітньої точок зору еміграцію;

- вищий рівень розвитку Польщі як країни-члена Європейського Союзу порівняно з Україною, в якій багато емігрантів в цій країні бачать не лише кращий рівень життя в польських реаліях, а й нові можливості для самореалізації. Нинішні українські вимушені емігранти – не дешеві працівники, готові до будь-якої роботи, щоб швидко заробити гроші, як більшість їхніх попередників, а, як правило, вже сформовані

висококваліфіковані спеціалісти, бізнесмени, носії високого рівня знань, що шукають у Польщі аналогічні або кращі умови праці та самореалізації, які в них були в Україні;

– спрощена можливість виїзду з Польщі до третіх країн, насамперед до розвинених країн Західної Європи, до США, Канади, Австралії тощо. З Польщі організовано регулярні пасажирські потяги для українських емігрантів до Німеччини, Чехії, Нідерландів тощо [2].

Незважаючи на те, що росія є агресором, майже 740 тисяч людей емігрували до російської федерації. Така ситуація може бути пов'язана з тим, що частина росіян, які проживали в Україні, виїхала до Росії або була депортована, але лівова частка українського населення була примусово вивезена з окупованих територій, мобілізована до російської армії та поміщена в російські фільтраційні табори.

Серед основних типів міграцій населення, що спостерігаються в Україні, можна виділити наступні: міграція за кордон. Станом на січень 2023 року понад 14,5 млн. українців виїхали після 24 лютого 2022 року, а щонайменше 11,7 млн. в'їхали до Європейського Союзу. У Європі зареєстровано 7,9 млн. осіб із тимчасовим захистом. Обсяг міграції перевищує всі показники періоду незалежності України з 1991 року; внутрішні переміщення в країні. За даними Міжнародної організації з міграції (МОМ), в межах України було переселено близько 8 млн. осіб; незаконні депортації громадян України до Російської Федерації. За даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ ООН), станом на січень 2023 року до РФ було переселено 2,9 млн. осіб, а 9,4 тис. українських дітей; імміграція в Україну. За розрахунками демографів, Україну очікує подальше скорочення чисельності населення, збільшення в його структурі частки етнічних українців і зменшення частки росіян, зростання чисельності кримських татар, а також зростання частки мігрантів з Північного та Південного Кавказу, країн Азії, Африки. Станом на січень 2023 року в Україні зареєстровано 304 167 іммігрантів; 187 389 – іноземці та особи без громадянства (тимчасові).

Нині темпи виїзду за кордон сповільнилися. Проте продовження війни може призвести до подальшої міграції українського населення за кордон, інтенсивність та напрямок якої залежатиме від багатьох факторів, зокрема: розширення або звуження району бойових дій; прогрес у деокупації решти тимчасово окупованих територій; стійкість місцевої критичної інфраструктури; безпосередні обстріли російськими військами населених пунктів; виникнення антропогенних або природних кризових явищ; ступінь соціально-економічного відновлення звільнених земель; зміни на ринку праці та в економічній структурі різних регіонів України [3].

Відомо, що на 1 січня 1993 року українців було 52 мільйони. Фактично кількість померлих перевищила кількість народжених вперше в 1991 році, але протягом двох років Україну підтримував наплив мігрантів. А далі показник тільки зменшувався. Згідно з доволі непрямими за методами оцінки даними Головного статистичного управління станом на жовтень 2021 року чисельність населення держави становила 41 мільйон 319 тисяч громадян. На основі цих даних розраховувались основні макроекономічні показники [4].

У 2021 році в НАН повідомляли, що в Україні без окупованих територій проживає 38 мільйонів людей. Нинішні цифри ще більш песимістичні – 27,8 млн. осіб, що свідчить про колосальне скорочення населення буквально за місяці, чого ще не було в новітній історії країни. Основними причинами такого різкого скорочення населення є окупація та міграція у зв'язку з початком великої війни.

І якщо статистика тих, хто покинув країну, ще ведеться, кількість внутрішньо переміщених осіб (ВПО) можна певною мірою порахувати (через звернення про матеріальну допомогу), то щодо тих, хто залишився на окупованих територіях, цифри досить варіативні. Наведені дані свідчать про те, що понад 20 мільйонів громадян України з різних причин залишили місця постійного проживання або перебувають на тимчасово окупованих територіях. Більшість примусово виселених, мобілізованих або мешканців тимчасово окупованих територій – це працездатні громадяни, які втратили довоєнну роботу. Від 5 до 15 мільйонів працездатних громадян України через війну втратили роботу. Розрахувати рівень безробіття в гарячу фазу війни практично неможливо, але навіть за «найоптимістичнішим» сценарієм він у кілька разів перевищує середній показник 2020 року.

Тимчасова міграція громадян України у пошуках безпеки набула масового характеру у 2022 році. Більшість мігрантів шукають притулку в європейських країнах. Водночас багато українців опинились на території держави-агресора, і не завжди добровільно. Всупереч реаліям російської федерації, міграція українців до країн ЄС має відповідне правове забезпечення, яке гарантує право на поселення, роботу та навчання. Українські мігранти охоче користуються правом на працевлаштування, оскільки це переважно люди працездатного віку, переважно жінки.

Українські мігранти – велика цінність. У сучасному світі на глобальному рівні існує жорстка конкуренція за високоякісні трудові ресурси та людський капітал. Людський капітал сам по собі є найціннішим ресурсом будь-якої країни. Україна повинна докласти максимум зусиль, щоб наші переселенці після нашої Перемоги повернулися в Україну, щоб відбудувати країну.

Список використаних джерел:

1. Міграційна криза внаслідок російсько-української війни. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8>.
2. Рендюк, Т. Вимушена міграція в надзвичайних умовах російсько-української війни та її негативні наслідки для генофонду України. *Народна творчість та етнологія*. № 3 (395). С. 5–14. URL: <https://doi.org/10.15407/nte2022.03.005>.
3. Вплив міграції на соціально-економічну ситуацію в Україні : аналіт. доп. / [В. Потапенко, А. Головка, О. Валевський та ін.] ; за ред. В. Потапенка. Київ : НІСД, 2023. 33 с. DOI: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2023.01>.
4. Міграційний рух населення 2021 рік. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ds.htm.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДТРИМКИ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПРИ ВІДНОВЛЕННІ ЕКОНОМІКИ

Перегудова Тетяна В'ячеславівна

кандидат економічних наук,

старший науковий співробітник сектору економіки праці

відділу соціоекономіки праці

*Державної установи «Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України»*

Тривалий час в Україні формувалося інституційне середовище із забезпечення принципів гідної праці, соціально-відповідального бізнесу, формування засад соціальної мобільності для більш високого рівня соціальної якості та інклюзивного суспільства. Безумовно, залишалися сфери, які потребували на інституціалізацію, особливо такі як освітня, медична, соціальна, наукова, сфери регулювання економічної активності тощо.

Війна України та Росії призвела до катастрофічного впливу на економіку, ринок праці та соціальну сферу. Війна відкидає Україну у своєму розвитку на десятки років, що негативно відобразиться на індексі людського розвитку, тенденції за яким до пандемії Covid-19 були позитивними. Одним із негативних соціальних наслідків національного ринку праці в наслідок війни є зниження рівня доходів громадян через спади в економіці. Економічний спад спричинив проблеми на національному ринку праці. Вже втрачено біля 5 млн робочих місць. Відбулося зниження рівня зайнятості, що призвело до зниження рівня доходів та збільшення чисельності осіб, які зіткнулися з проблемою бідності. Подальше затягування війни створює передумови адаптації українців у країнах-реципієнтах, що створює загрозу безповоротної еміграції.

За даними НБУ спад ВВП у четвертому кварталі 2022 р. поглибився до 35% у річному вимірі. Рівень безробіття в середньому у 2022 р. сягнув рівня 25–26%, що відповідає 3,2 млн безробітних осіб [1, с. 5, 26].

Спади в економіці, безробіття негативно вплинули на доходи населення. Реальна заробітна плата у 2022 р. зменшилася на 27% у порівнянні з попереднім роком. Тенденцію змін за 2010–2022 рр. наведено в табл. 1.

Як свідчить тенденція реальна заробітна плата завжди відставала від номінальної, але зараз зниження є колосальним і тягне за собою низку критичних наслідків щодо купівельної спроможності населення та виживання.

**Темпи зміни номінальної та реальної заробітної плати у 2010–2022 рр.
(у відсотках до попереднього року)**

	Номінальна заробітна плата	Реальна заробітна плата
2010	117.6	110.2
2011	117.7	108.7
2012	114.9	114.4
2013	107.4	108.2
2014	106.0	93.5
2015	120.5	79.8
2016	123.6	109.0
2017	137.1	119.1
2018	124.8	112.5
2019	118.4	109.8
2020	110.4	107.4
2021	120.9	110.5
2022	-112.0	-127.0

Джерело: [2; 3]

За результатами аналітичного звіту «Міграція та соціально-політичні настрої під час повномасштабної війни Росії проти України – дванадцята хвиля дослідження», підготовленого Центром економічного відновлення, НДО та Gradus Research, 36% опитаних втратили роботу після початку війни; для 76% зменшився дохід; 48% не впевнені, що будуть отримувати дохід у майбутньому [4, с. 94–95].

Особливостями підтримки доходів в умовах воєнного стану є збільшення видатків на соціальне забезпечення населення. Варто зазначити, що в умовах війни рівень доходів населення підтримується здебільшого за рахунок соціальних виплат, а не за рахунок продуктивності праці, що з одного боку підтримує купівельну спроможність населення, а з іншого порушує економічні закони.

В бюджеті України на 2023 р. передбачено 447,6 млрд грн на соціальний захист та забезпечення, що є другим пріоритетом видатків, і становить 16,95%. На першому місці – національна безпека і оборона країни, що складає 1141,1 млрд грн або 18,2% ВВП [5]. Нагадаємо, що в 2021 р. сума державних витрат на соціальний захист та забезпечення населення становило 354,95 млрд грн., що відповідає 19,2% до загальних видатків та 6,5% до ВВП [6, с. 13].

Доходи населення підтримуються виплатами на проживання ВПО (Постанова Кабінету Міністрів від 20 березня 2022 р. № 332). З метою вирішення проблеми розміщення ВПО у регіонах-реципієнтах надається компенсація витрат за тимчасове розміщення (перебування) ВПО (Постанова Кабінету Міністрів України від 19 березня 2022 р. № 333).

Серед програм підтримки бізнесу набула попиту з боку роботодавців така допомога як отримання компенсацій витрат роботодавців на

заробітну плату при працевлаштуванні ВПО під час дії воєнного стану (Постанова Кабінету Міністрів України від 20 березня 2022 р. № 331). Відбувається релокація бізнесу. Уряд намагається підтримати бізнес шляхом програми «Доступні кредити 5-7-9%» та грантової програми «єРобота» тощо. Завдяки урядовій підтримці бізнес поступово адаптується до військових умов, хоча і в надзвичайно складних умовах.

Для збереження економічних та соціальних досягнень ПРООН запускає нову програму для подолання соціально-економічних наслідків війни в Україні, яка буде спрямована на підтримку урядового реагування на кризу та надання державних послуг; залучення людського капіталу, економічного потенціалу та природних ресурсів України для забезпечення термінових гуманітарних потреб та посилення стійкості, соціально-економічного відновлення; зміцнення установ та громадянського суспільства для підтримки соціальної структури, захисту прав людини та забезпечення інклюзивних підходів, захисту і розширення можливостей усіх людей [7].

Під час відновлення економіки після війни для забезпечення відповідного рівня доходів варто звернути увагу на наступні моменти. Відновлення економіки України має відбуватися на основі комплексної стратегії соціально-економічного розвитку на основі чіткого визначення проблем національного ринку праці та в системі соціального захисту населення. При формуванні національної стратегії соціально-економічного розвитку слід враховувати норми Концепцій соціальної якості життя, інклюзивного розвитку, соціальної мобільності та гідної праці.

Збільшення приросту ВВП є необхідною умовою вирішення проблем ринку праці України, але щоб середньостатистичне населення відчувало позитивні зміни в економіці важливо, щоб частка фонду оплати праці у ВВП збільшувалась.

Слід звернути увагу на удосконалення державного регулювання зайнятості, що має полягати у перегляді структури ВВП та зайнятості за секторами економіки з урахуванням як досягнень розвинених країн світу, так і національних особливостей. На основі дослідження структури попиту та пропозиції робочої сили визначити пріоритети її зміни.

Слід продовжити роботу з забезпечення рівної оплати за працю рівної цінності, над чим проводилась активна робота до війни.

Слід подолати проблеми стагнації, трудової вичерпності та нераціонального попиту на робочу силу, низького рівня зайнятості та продуктивності праці, спрямованості роботодавців на дешеву робочу силу, що обмежує інноваційний розвиток.

Проблема неефективного використання трудового потенціалу охоплює низку питань, пов'язаних із продуктивністю праці, гідною

працею та її оплатою тощо, що потребує комплексного моніторингу та розробки комплексної програми дій з її дотримання.

Важливим є розвиток інклюзивних інститутів реєміграції населення.

Слід спрямувати політичні, наукові та освітні ресурси на удосконалення освіти в Україні відповідно до сформованої в подальшому стратегії соціально-економічного розвитку.

Слід приділити увагу подальшому удосконаленню системи соціального захисту населення з посиленням активної політики зайнятості та практик підтримки молоді при переході від освіти до роботи.

Важливо сприяти розвитку інклюзивного суспільства, сприяти повній та продуктивній зайнятості, гідній праці для подолання проблем виключення, бідності та забезпечення підвищенню соціальної якості суспільства для стійкого підвищення рівня життя населення, що відповідає меті 8 порядку денного сталого розвитку до 2030 р. [8].

Список використаних джерел:

1. Інфляційний звіт Національного банку України. Січень 2023 року. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiyuniy-zvit-sichen-2023-roku>.

2. Праця України 2021. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Відповідальний за випуск І. В. Сенік. 208 с. С. 82. URL: ukrstat.gov.ua.

3. Ukraine. Request for purchase under the rapid financing instrument – press release; staff report; and statement by the executive director for Ukraine. International Monetary Fund. IMF Country Report № 22/323. 37 p. P. 16. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2022/10/19/Ukraine-Request-for-Purchase-Under-the-Rapid-Financing-Instrument-Press-Release-Staff-524913>.

4. «Міграція та соціально-політичні настрої під час повномасштабної війни Росії проти України – дванадцята хвиля дослідження». Аналітичний звіт. Жовтень 2022 р. Центр економічного відновлення, НДО та Gradus Research. URL: https://gradus.app/documents/317/Gradus_EU_wave_12_UA.pdf.

5. Бюджет 2023 року. Міністерство фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_2023-582.

6. Соціальний захист населення України 2021. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Відповідальний за випуск І. В. Сенік. 129 с.

7. ПРООН запускає нову програму для подолання соціально-економічних наслідків війни в Україні. UNDP Україна. 11 квітня 2022. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2022/undp-launches-new-programme-to-address-the-socio-economic-impact.html>

8. Decent work and the 2030 Agenda for sustainable development. URL: <http://www.ilo.org/global/topics/sdg-2030/lang--en/index.htm>.

БІРЮЗОВА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ ПЕРСОНАЛУ

Сорока Олександра Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Одеського національного економічного університету*

Досвід використання бірюзових організацій давно застосовують за кордоном. У роботі з персоналом вітчизняних організацій це нова технологія, яка представляє інтерес з погляду теоретиків та практиків

Слід зазначити, що концепція бірюзової стратегії ґрунтується на принципах системи менеджменту «холакратії». Цей термін є соціальною технологією чи системою управління компанією, де делегуються повноваження, а відповідальність розподіляється рівномірно серед усіх членів команди на противагу управлінській ієрархії [1].

Бірюзова організація («організації майбутнього», «жива організація», «еволюційна організація») – сучасна інноваційна стадія розвитку організації, що характеризується низьким рівнем ієрархічності структури, високою часткою прозорості діяльності, відчутною свободою персоналу у прийнятті рішень, самовираженні та наявністю трьох основних принципів діяльності: «еволюційна мета», «самоврядування», «цілісність».

Принцип «самоорганізації» побудований на відсутності жорсткої ієрархії, натомість існує командна робота та розподілена структура.

Принцип «еволюційної мети» – місія організації не диктується беззаперечно зверху, а постійно змінюється разом із еволюційним рухом компанії, еволюціонує разом із нею, з урахуванням цієї мети приймаються рішення.

Принцип «цілісності» побудований на сприйнятті співробітників як особистостей, як інструментів задля досягнення цілей. Посадові інструкції розвиваються під людей, під співробітників, а не навпаки.

Всі ці принципи характеризуються уявленням про те, що кожен співробітник – це не бездушна машина, яка просто виконує свої зобов'язання перед компанією як робот, а людина, яка має душу, свої мотиви, окремі думки та почуття. І вона здатна розвивати себе без постійного контролю з боку керівництва та різних стратегічних планів, що розробляються менеджментом компанії.

У таких компаніях керівники працюють разом із співробітниками, які поділені на команди. У цих командах керівник не диктатор, а наставник. Він не контролює роботу, а навчає та дає рекомендації.

Замість планування та бюджетування бірюзові команди практикують внутрішнє консультування, в якому бере участь вся команда. Це стосується всіх сфер бізнесу, включаючи підготовку кадрів. Вживаються всі заходи для створення сприятливих, комфортних умов праці [2].

Питання розміру заробітної плати працівників вирішується всередині групи, а прибуток розподіляється між працівниками залежно від своїх обов'язків. У бірюзових організаціях немає назв посад та, відповідно, посадових інструкцій, а обов'язки перерозподіляються усередині групи у робочому порядку. Працівники бірюзових організацій розкриваються, підтримують один одного всередині компанії та одночасно виконують зовнішню роботу заради спільної мети організації.

У бірюзовій компанії немає статусних кабінетів для керівництва. Робочі приміщення оздоблюють співробітники так, як їм подобається. Деякі компанії навіть дозволяють приводити із собою дітей та тварин – так працівникові не потрібно буде поспішати додому.

У бірюзових організаціях прийнято прописувати принципи щодо безпечного середовища спілкування, охорони праці в інтересах зміцнення здоров'я персоналу [3]. В таких компаніях практикують групові медитації та навчальні курси, які влаштовують колеги. Працівники самі обирають, у якому семінарі брати участь, яку послухати лекцію. Активно впроваджуються інновації у всі елементи управління та взаємодії співробітників компанії [4].

Співбесіду щодо прийому на роботу також проводять майбутні колеги. Вони ж допомагають новачкові адаптуватися до колективу. Спочатку кожен працівник вважає своїм обов'язком допомогти новому співробітнику впоратися із завданнями.

Ще кілька характерних рис, які варто згадати для більшого розуміння бірюзових організацій, це відсутність вираженого дрескоду, чіткого розкладу та плану дій. Крім того, співробітник завжди може відволіктися на те, щоб забрати дитину зі школи, піти по важливій сімейній справі або раніше відпроситися з роботи з будь-якої іншої поважної причини, адже в колективі переважає довіра та розуміння, а також особиста відповідальність перед компанією. Колеги чудово розуміють, що найчастіше від їхнього обсягу виконаної роботи, від якості та своєчасності залежить робота іншої людини, відділу, а можливо і цілої організації, тому вона цілком може доробити частину проекту позаурочно пізно ввечері.

Крім перерахованого вище в бірюзовій організації практично відсутня сувора звітність щодо виконаної роботи. На сучасних підприємствах у світі витрачається дуже багато часу на виконання тижневої, місячної, річної звітності. Така діяльність стомлює, забирає сили і відволікає від по-справжньому важливих завдань.

Щодо відповідальності, а також покарання, то працівники можуть самостійно приймати рішення, що стосуються клієнтів, оплати за проекти, а також інших речей, які так чи інакше стосуються та позначаються на оперативному, тактичному та стратегічному майбутньому організації.

Штрафів як таких у бірюзовій організації не передбачається, адже вважається що це здебільшого застарілі методи впливу на продуктивність штатних співробітників.

Таким чином, бірюзові організації – це новий рівень розвитку бізнесу, що враховує інтереси всіх працівників, а не одного керівника.

Як і будь-яка система, бірюзові організації мають свої переваги та недоліки.

Переваги: реальна цінність для людей (бізнес із змістом); відсутність довгих ієрархічних пірамід при впровадженні рішень (висока швидкість реакції на виклики ринку); висока якість продукту (відповідають власним ім'ям); залучення співробітників; свобода для керівника (можливість відлучитися); гнучкий робочий графік; повний доступ до інформації; відсутність довгих нарад.

Недоліки: відсутність посадових інструкцій (можливе надмірне використання людських ресурсів); мінімум або повна відсутність планування роботи; відсутність бонусної системи; відсутність кар'єрного зростання.

Вважаємо, що розробка та застосування бірюзової моделі в організаціях є практично важливою для українських компаній, які хочуть закріпитися на вітчизняному та міжнародному ринку у складний час трансформацій.

Проблеми на шляху реалізації бірюзової моделі:

1. Психологічна звичка до стабільності. Щоб витримувати невизначеність, потрібен певний рівень зрілості, яким володіє невелика кількість людей. «Бірюзова філософія» може бути незвичною, а десь незрозумілою, тож швидко провести зміни не вдасться.

2. Високий рівень особистої відповідальності. У бірюзових організаціях немає традиційного механізму управління, тому особиста відповідальність виступає стрижнем внутрішньої самоорганізації.

3. Безпервний розвиток співробітників. Бірюзова трансформація вимагатиме від співробітників особистісних якостей, які потрібно буде розкривати. Розвиток співробітників має займати в організації 90% часу всіх змін.

4. Відбір кадрів під нові цінності компанії. З початком трансформації компанії у бірюзову організацію за сучасних умов складно знайти співробітників під нові цінності компанії.

Таким чином, враховуючи вищевикладене, під час реалізації бірюзових моделей, на наш погляд, необхідні такі компетенції для

зацікавлених сторін: Компетенції керівників: емоційний інтелект; довіра; цілісність сприйняття співробітників як команди однодумців. Компетенції працівників: особиста відповідальність; проактивність; емоційний інтелект; спрямованість на результат.

Перехід від усталеної моделі управління персоналом до моделі бірюзового типу – де є новаторство, креатив, реалізація знань, таланти, задоволеність працею та набуття нового досвіду, де працівник може бачити результат на власні очі та отримувати високу оцінку від колег, що є корисним для діяльності організації, – збільшить фінансовий простір підприємства, і так чи інакше сприятиме формування позитивного іміджу організації та персонал-іміджу.

Список використаних джерел:

1. Rudd O. *Business Intelligence Success Factors: Tools for Aligning Your Business in the Global Economy*. John Wiley & Sons, 2009. 256 p.
2. Rogach O. V., Frolova E. V., Kirillov A. V., Bondaletov V. V., Vinichenko M. V. Development of favourable learning environment and labor protection in the context of harmonization of social interaction of educational system objects. *IEJME – MATHEMATICS EDUCATION*, 2016, vol. 11, № 7, 2547–2558.
3. Vinichenko M. V., Frolova E. V., Maloletko A. N., Bondaletov V. V., Rogach O. V. Main directions of creating a favorable learning environment and labor protection in the interest of enhancing health of the personnel and students in education foundation. *IEJME – MATHEMATICS EDUCATION*, 2016, vol. 11, № 5, 1163–1174, ISSN: 2468-4945.
4. Gureva M. A., Kirillov A. V., Vinichenko M. V., Melnichuk A. V., Melnychuk Y. A. Management of innovations and innovative process: concept, essence, classification and diffusion. *International Review of Management and Marketing*, 2016, 6(S6) 147–153.

НАПРЯМ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І АУДИТ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-27>

ПЛАНУВАННЯ АУДИТУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кожушко Ольга Вікторівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку та бізнес-консалтингу

Харківського національного економічного університету

імені Семена Кузнеця

У величині фінансових результатів безпосередньо віддзеркалюються технологія й організація виробництва, особливості діяльності суб'єкта господарювання. Тому зовнішніх і внутрішніх користувачів цікавить інформація про отримані фінансові результати. Одержання високих фінансових результатів є основною метою діяльності кожного господарюючого суб'єкта, тому аудит фінансових результатів є однією із основних складових діяльності суб'єкта господарювання.

Проблеми аудиту фінансових результатів становлять науковий інтерес вітчизняних вчених і дослідників. Серед них варто зазначити праці М. Т. Білухи, В. П. Бондаря, Ф. Ф. Бутинця, Б. І. Валуєва, О. Д. Василика, Н. І. Дорош, М. В. Кужельного, Н. М. Малюги, О. А. Петрик, І. І. Пилипенка, О. Ю. Редька, В. С. Рудницького, Д. Є. Свідерського, В. О. Шевчука.

Однак не зважаючи на значні наукові доробки, які існують в сфері аудиту фінансових результатів діяльності підприємства, й досі залишаються невирішеними проблеми його теоретичного та методичного забезпечення, що й визначає актуальність обраної теми дослідження.

Мета роботи полягає у розробці рекомендацій щодо вдосконалення планування аудиту фінансових результатів діяльності підприємства.

В результаті проведеного дослідження визначено, що більшість провідних теоретиків, виділяє 4 етапи проведення експертизи [1–3]: організаційний, підготовчий; дослідний та результативний етап. Втім, слід зауважити, що на даний момент не існує єдиного оптимального підходу в плануванні аудиту. Тому автором пропонується методичний підхід до планування аудиту фінансових результатів підприємства, який базується на побудові сітьового графіку.

Беручи до уваги виділені вище етапи, автором складено таблицю, що містить характеристики робіт, включених до сітьового графіку аудиту фінансових результатів, наведену в додатку в табл. 1.

Характеристика робіт, включених до сітьового графіку аудиту фінансових результатів діяльності підприємства

Номер шляху	Найменування роботи	Характеристика інформації та документів, які підлягають аудиту	Етап аудиту
1	2	3	4
1.1	Вивчення діяльності суб'єкта господарювання, його засновницьких документів	Ознайомлення зі статутом підприємства, ліцензіями за видами діяльності, структурою підприємства. Накази, розпорядження, службові записки, протоколи засідань, зборів засновників, штатний розпис, інші документи.	Організаційний
1.2	Облікова політика підприємства	Перевірка робочих документів в методологічних, технічних та організаційних аспектах облікової політики підприємства.	Організаційний
2.1	Формування аудиторської групи	-	Підготовчий
3.1	Складання програми проведення аудиту	Визначення в ній етапи проведення аудиту та перелік робіт, що виконуватимуться протягом його проведення	Дослідний
3.2	Аудиторська перевірка основних засобів та нематеріальних активів, аналітичний та синтетичний облік основних засобів	Нарахування зносу майна, переоцінка основних засобів, реалізація та вибуття основних засобів, облік капітальних вкладень в основні засоби, облік оренди основних засобів, облік віднесення затрат на ремонт, облік надходження та створення нематеріальних активів, облік амортизації нематеріальних активів, облік вибуття і реалізації нематеріальних активів, розрахунки по оподаткуванню в операціях із нематеріальними активами.	Дослідний
3.3	Аудиторська перевірка виробничих запасів, аналітичний облік руху нематеріальних цінностей на складах підприємства	Списання матеріальних цінностей на витрати виробництва, списання нестач, втрат і розкрадань матеріальних цінностей, облік малоцінних та швидкозношуваних предметів, зведений облік матеріальних цінностей, аналіз використання матеріальних ресурсів.	Дослідний
3.4	Аудиторська перевірка розрахунків з оплати праці	Облік чисельності працюючих, робочого часу працівників, нарахувань заробітної плати працівникам-відрядникам. Аналітичний облік оплати праці працівників, облік утримань. Синтетичний облік розрахунків з оплати праці, розрахунки по нарахування платежів до бюджету та позабюджетні фонди.	Дослідний

Продовження Таблиці 1

1	2	3	4
3.5	Аудиторська перевірка витрат на виробництво	Виявлення та розподіл прямих затрат, облік і розподіл непрямих витрат, витрат у виробництво, незавершеного виробництва, зведений облік затрат на виробництво, калькулювання собівартості продукції.	Дослідний
3.6	Аудиторська перевірка готової продукції, товарів і їх реалізація	Облік випуску та руху готової продукції на складах, відвантаженої і реалізованої продукції, облік комерційних витрат.	Дослідний
3.7	Аудиторська перевірка грошових коштів	Облік касових операцій, операцій із поточного рахунка, із валютного рахунка, короткострокових фінансових вкладень, інших операцій із грошовими коштами.	Дослідний
3.8	Аудиторська перевірка розрахунків	Розрахунки з постачальниками і підрядниками, з покупцями і замовниками, з бюджетом, з позабюджетними фондами, із соціального страхування, з підзвітними особами, з персоналом по інших операціях, з різними дебіторами та кредиторами, із засновниками, зі спільною діяльністю.	Дослідний
3.9	Аудиторська перевірка та аналіз фінансових результатів і використання прибутку	Облік доходів, фінансових результатів, використання прибутку, оціночні резерви, доходи майбутніх періодів	Дослідний
3.10	Аудиторська перевірка капіталу та резервів	Облік статутного капіталу, резервного капіталу, додаткового капіталу, нерозподіленого прибутку (непокритего збитку).	Дослідний
3.11	Аудиторська перевірка кредитів та фінансування	Облік кредитів банків, інших позик, цільового фінансування та надходжень.	Дослідний
3.12	Аудиторська перевірка обліку позабалансових рахунків	Облік товарів, прийнятих на комісію, заборгованості неплатоспроможних дебіторів, інших операцій по позабалансових рахунках	Дослідний
4.1	Узагальнення результатів аудиторської перевірки	Підготовка та надання письмової інформації замовнику за результатами проведеного аудиту; погодження результатів аудиту із замовником; складання аудиторського звіту і висновку.	Результативний
4.2	Передача висновку підприємству на якому проводився аудит та його оцінка	-	Результативний

На основі даних стосовно робіт, представлених в табл. 1, автором розраховано час, необхідний для виконання кожного виду роботи. За допомогою табл. 2 слід визначити напругу в сітьовому графіку.

Таблиця 2

Встановлення напруги у сітьовому графіку планування аудиту фінансових результатів

Номер шляху	Роботи, що утворюють послідовні шляхи	Необхідний час, дні
1	(1.2 – 2.1); (2.1 – 3.1); (3.1 – 3.2); (3.2 – 3.3); (3.3 – 3.4); (3.4 – 3.9); (3.9 – 3.12); (3.12 – 4.1); (4.1 – 4.2)	23
2	(1.2 – 2.1); (2.1 – 3.1); (3.1 – 3.2); (3.2 – 3.3); (3.3 – 3.6); (3.6 – 3.8); (3.8 – 3.12); (3.12 – 4.1); (4.1 – 4.2)	22
3	(1.2 – 2.1); (2.1 – 3.1); (3.1 – 3.2); (3.2 – 3.3); (3.3 – 3.8); (3.8 – 3.10); (3.10 – 3.12); (3.12 – 4.1); (4.1 – 4.2)	23

Таким чином, для проведення комплексного аудиту фінансових результатів аудиторською групою знадобиться 23 робочі дні.

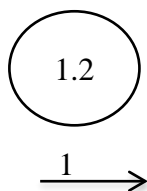
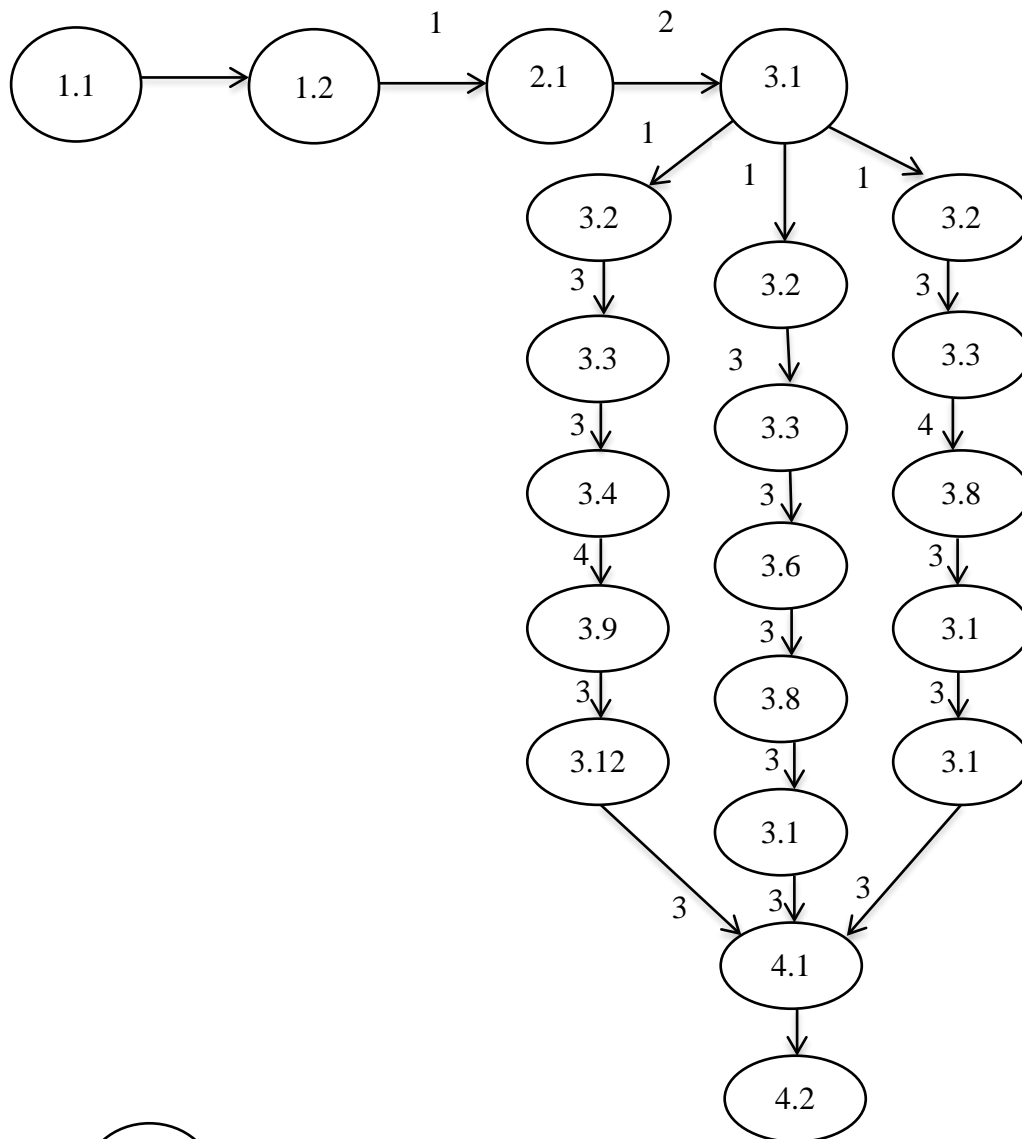
Спираючись на вищесказане, був отриманий строк проведення аудиту фінансових результатів, який не виходить за межі 3-х календарних місяців. Так, на основі визначеного часу, необхідного для виконання процедур аудиту, можна скласти сітьовий графік планування та проведення аудиту фінансових результатів підприємства (рис. 1).

З отриманих даних видно, що група, яка проводитиме аудит фінансових результатів діяльності підприємства, зосередить свою роботу на трьох основних напрямках, а саме:

- 1) на перевірці правильності оформлення первинних документів по розділам або видам робіт, їх достовірність і законність;
- 2) на перевірку фінансових результатів і використання прибутку;
- 3) на аналіз показників фінансових результатів, що містяться у фінансовій звітності.

Виходячи з даних, зображених на рис. 1, слід зазначити, що для проведення подібного комплексного аудиту фінансових результатів, в ході якої дослідження буде проводитися за трьома основними напрямками, необхідно затратити 23 робочі дні. Тобто, подібний аудит проводитиметься декількома аудиторами не більше, аніж впродовж одного календарного місяця.

Варто зазначити, якщо правильно управляти і постійно контролювати аудиторський процес, тоді можлива мінімізація витрат часу на проведення перевірки. Це в свою чергу призведе до прискорення часу та оперативності проведення аудиту на конкретному об'єкті, підвищить його ефективність, призведе до економії фонду робочого часу аудитора та дозволить контролювати ще більше підприємств.



- подія згідно з програмою проведення аудиту
- послідовність та необхідний час (в днях) для виконання завдання згідно програми аудиту

Рис. 1. Сітьовий графік планування та проведення аудиту фінансових результатів діяльності підприємства

Джерело: розроблено автором

Отже, слід зазначити, що застосування методів сітьового планування для проведення аудиту фінансових результатів діяльності підприємства дає змогу управляти аудиторським процесом у оптимальні строки, та має наукову достовірність результатів аудиту. Тому сітьовий графік, наведений автором, здатний оптимізувати строки виконання аудиту фінансових результатів діяльності та підвищити якість контролю.

Список використаних джерел:

1. Бондар В. П. Концепція розвитку аудиту в Україні: теорія, методологія, організація : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2008. 456 с.
2. Бутинець Ф. Ф., Малюга Н. М., Петренко Н. І. Аудит: стан та тенденції розвитку в Україні та світі : монографія / за ред. Ф. Ф. Бутиця. Житомир : ЖДТУ, 2004. 564 с.
3. Гончарук Я. А., Рудницький В. С. Аудит : навч. Посібник. 3-тє вид., переробл. та доп. Київ : Знання, 2007. 443 с.

НАПРЯМ 9. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-28>

ГЕЙМИФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В БАНКУ

Залюбовська Ірина Миколаївна

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Львівського національного університету імені Івана Франка
Науковий керівник:*

Лапішко Зоряна Ярославівна

*кандидат економічних наук, доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Цифрова трансформація прискорюється. Компанії переходять на цифрові технології, щоб залишатися конкурентоспроможними та залучати нових клієнтів. І це відбувається не лише в технологічному секторі – це відбувається всюди, зокрема і в банківській сфері. Чинниками такого процесу виступають: глобалізація світового ринку банківських послуг (вступ України до Світової організації торгівлі, євроінтеграційні процеси), вплив іноземного капіталу через проникнення його на український ринок, розвиток інформаційних технологій, посилення конкуренції на ринку банківських послуг, зміни у вимогах споживачів, що надають перевагу дистанційному обслуговуванню. Під впливом цих факторів вітчизняні банки змушені ширше застосовувати сучасні технології у своїй діяльності. На сьогодні головний виклик фінансового сектору – максимальний перехід в онлайн. Рівень цифрового маркетингу конкретного банку визначає лояльність його клієнтів і масштабування на ринку.

У табл. 1 узагальнено погляди вчених щодо сутності поняття «цифровий маркетинг».

За даними досліджень Гірченко Т.Д. та Пархоменко К.С. банкам потрібно активно впроваджувати цифровий маркетинг, продовжувати діджиталізацію своїх послуг і фінансових сервісів та формувати цифрову екосистему на стику фінансових послуг, ритейлу та е-комерс, щоб ставати конкурентоспроможними, технологічними, інноваційними і гнучкими фінансовими установами, а одним із інструментів є гейміфікація [5].

Сутність поняття «цифровий маркетинг»

Автор	Зміст «цифрового маркетингу»
Американська асоціація маркетингу	Цифровий маркетинг – це маркетингова діяльність компаній, які використовують цифрові технології для створення, передачі, надання цінностей для їх клієнтів та іншим зацікавленим колам громадськості [2].
Карпіщенко О. О., Логінова Ю. Е.	Цифровий маркетинг – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу [3]
Окландер М. А.	Цифровий маркетинг – це сучасний маркетинг, якому властива дуальність через його гібридний характер: частина функцій виконується онлайн, а частина в оффлайн-середовищі [4].

Джерело: сформовано за [2–4]

Сфера гейміфікації ще зовсім молода, і незважаючи на порівняно короткий час свого розвитку існує вже чимало досліджень і публікацій з означеної проблематики, серед них праці: Майкла Барбера, Джейн Макгонігел, Дональда Кларка, Лі Шелдон, Кевіна Вербаха, Мачей Ласковські та ін.

Термін гейміфікація був введений британським консультантом Ніком Пеллінгом у 2002 році для опису «застосування ігрового дизайну інтерфейсу, щоб зробити електронні транзакції приємними та швидкими на комерційних електронних пристроях, таких як банкомати, торговельні автомати, мобільні телефони тощо». З тих пір гейміфікація почала розповсюджуватись і використовуватись в різних галузях [1].

Так, у дослідженні Мачей Ласковські (Maciej Laskowski) встановлено, що разом зі збільшенням ролі різних соціальних медіа з'явився новий тренд в області розробки програмного забезпечення – гейміфікація, головною метою якого є підвищення активності користувачів при роботі з програмним забезпеченням, зроблено спробу проаналізувати це явище, зокрема його позитивні та негативні сторони.

Професор Школи Уортона при Пенсильванському університеті Кевін Вербах (Kevin Werbach), вважає, що гейміфікація дозволяє об'єднати наші пізнання в іграх і бізнесі, а інструментарій розробників ігрових технік можна застосовувати у вирішенні проблем у діловій сфері [8].

Банківська гейміфікація, за своєю суттю, – це процес перетворення повсякденних банківських процесів у діяльність типу завдань і винагород на основі етапів, часто шляхом включення ігрової механіки з відеоігор. Імітуючи інтерактивність і занурення у відеоігри, гейміфікація в банківській справі та фінансах збільшує залученість клієнтів, підвищує їхній інтерес до банківських продуктів і послуг і примножує

знання про них, а також робить весь досвід приємним. Винагороди, пов'язані з цією діяльністю, забезпечують відчуття миттєвого задоволення. Деякі банки додають соціальну співпрацю, інтеграцію з іншими програмами тощо, щоб ще більше підвищити цінність свого бренду та впізнаваність.

Загалом, впровадження ігрової психології зачіпає різні аспекти банківської сфери, від маркетингу та продажів до управління персоналом. Фінансові установи запускають мобільні або веб-додатки, які навчають користувачів здійснювати транзакції, платити податки та заощаджувати гроші. Для цього вони отримують доступ до унікальних можливостей програми:

- кешбек;
- підвищення рівня карти;
- участь в інтернет-аукціонах;
- ексклюзивна система досягнень.

Банківські програми – це не лише цифри та статистика. Щоб програма виділялася, вона має бути інтуїтивно зрозумілою, добре візуалізованою та безпроблемною. Ідея гейміфікації полягає не в тому, щоб фактично перетворити щось на гру, а радше в застосуванні принципів ігрового процесу та ігрових елементів дизайну.

Нещодавні бразильські дослідження показують, що існує прямий і міцний зв'язок між гейміфікацією та наміром користуватися послугами мобільного банкінгу. Інше дослідження підтверджує, що простота використання та задоволення взаємопов'язані, і обидва мають вплив на використання електронного банкінгу. Таким чином, за належного використання та розробки гейміфікація може допомогти зробити банківську діяльність більш захоплюючою та приємною, таким чином підвищуючи сприйняття, залученість та задоволення клієнтів.

Серед реальних закордонних прикладів застосування гейміфікації в банківській сфері можна назвати: Emirates NBD, один із найбільших банків ОАЕ, запустив фітнес-додаток, щоб мотивувати клієнтів економити під час тренувань. Банк запропонував клієнтам відкрити спеціальні ощадні рахунки та синхронізувати їх зі своїми фітнес-трекерами. Якщо клієнти щодня досягали своїх цілей (наприклад, проходили 10 км), вони отримували винагороду у вигляді процентної ставки у розмірі 2%. Програма допомогла користувачам заощадити \$4,37 млн, а банку вдалося залучити нових клієнтів. Або досвід іспанського банку Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, який створив ігри, які зосереджуються на економії грошей і навчають дітей управлінню бюджетом. За допомогою цього додатка на розумному годиннику клієнти зможуть перевірити баланс своїх рахунків чи карток або скористатися конвертером валют. Вони також можуть відкрити програму за допомогою голосових команд.

Яскравий приклад застосування гейміфікації представляє один з найбільш інноваційних мобільних банківських сервісів в Україні Monobank. Mono використовує різноманітні інноваційні технології для надання послуг своїм клієнтам. Більше того, у них є інтуїтивно зрозумілий мобільний додаток із високою візуалізацією з прихованими міні-іграми та деякими заходами, які можна винагородити фінансово. Досягненнями стають переважно звичайні фінансові операції: за 100 купівель через Google Pay або Apple Pay користувачі отримують ачивку «Будда», за першу покупку у фітнес-клубі – «Підсніжник» тощо. Це приклад однієї з базових механік – колекціонування. Людям подобається збирати речі за однією ознакою. Щоб підвищити інтерес клієнтів Mono постійно впроваджує різні ігри з різними цінними виграшами для переможців. Перед новорічними святами Monobank запустив у додатку збір, де пропонував клієнтам «натрусити» з новорічної ялинки грошей для ЗСУ. Ялинку трясли понад 1,55 млн клієнтів. Загальний сумарний час трясіння ялинки – 7 років та 7 місяців. Максимальна сума, яку натрусили, – 6442 грн, всього витрусили 10 106 407 грн. [6]

Гейміфікація банків та інших фінансових установ забезпечує численні переваги для організацій та їхніх клієнтів, від збільшення фінансування до посилення залучення клієнтів. Переваги банківської гейміфікації:

1. *Підвищення залученості, обізнаності та утримання клієнтів:* гейміфіковані фінансові та банківські програми є більш інтерактивними, захоплюючими та орієнтованими на клієнта, створеними, щоб дати клієнту відчуття гри. Ця унікальна комбінація є потужним способом залучити користувачів і утримати їх. Методи гейміфікації також можна використовувати для підвищення обізнаності про продукти та послуги серед клієнтів (наприклад, навчальні відео, які можна переглядати, щоб заробити бали). Такі методи утримання користувачів також підвищує лояльність до бренду.

2. *Зниження витрат:* гейміфіковані додатки представляють банкінг в Інтернеті. Віддаляючись від фізичних установ, вони економлять банківським компаніям багато грошей як на операційних, так і на капітальних видатках.

3. *Безцінний аналіз даних про клієнтів:* гейміфіковані програми можна використовувати для збору різноманітних даних про банківських клієнтів, які після аналізу дають банківським організаціям безцінне уявлення про їхні демографічні дані користувачів. Компанії можуть точно визначити сфери свого розвитку та вибирати продукти, які більше орієнтовані на базу користувачів.

4. *Відмінність від конкурентів:* впровадження ігрової механіки в цифрову банківську програму може допомогти їй виділитися серед

конкуренції. Гейміфікація банківської справи все ще перебуває на початковій стадії, тому перші користувачі виділяються та отримують більше уваги від користувачів завдяки приємному досвіду, який надають гейміфіковані програми.

5. *Можливість залучити більше клієнтів*: краще утримання користувачів у ігрових банківських додатках також залучає нових клієнтів. Оскільки існуючі клієнти стають щасливішими, вони поширюють інформацію: і реклама з вуст в уста викликає більше шуму, ніж традиційні методи, залучаючи нових клієнтів. [7]

Мета гейміфікації – мотивувати користувача частіше та продуктивніше користуватися банківськими продуктами та послугами за допомогою балів, відзнак, призів, нагород, рейтингів тощо. Водночас гейміфікація – це один з елементів бізнес-стратегії, який допомагає банкам підвищити лояльність клієнтів та вибудувати із ними тісні стосунки.

Отже, можна констатувати, гейміфікація може допомогти фінансовим установам покращити взаємодію з клієнтами та зробити банківські операції менш нудними. Завдяки цьому підходу банки підвищують фінансову чесність та заохочують здорові звички користувачів, такі як своєчасна оплата рахунків та економія грошей. Клієнтам стає легше розбиратися у складних банківських продуктах та приймати виважені фінансові рішення.

Список використаних джерел:

1. Лапішко З. Я., Євтух Л. Б. Перспективи діяльності фінансових супермаркетів в умовах цифрової трансформації в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1510>.

2. American Marketing Association. URL: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing>.

3. Карпіщенко О. О., Логінова Ю. Е. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. Електронний архів Сумського державного університету. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua>.

4. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : монографія / авт. кол. : М. А. Окландер, Д. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

5. Гірченко Т. Д., Пархоменко К. С. Цифровий маркетинг як важливий інструмент для забезпечення конкурентної позиції банку. URL: <https://ser.net.ua/index.php/SER/article/view/426/426>.

6. Gamification in Banking Industry: Examples and Best Practices. URL: <https://inoxoft.com/blog/gamification-in-banking-industry-examples-and-best-practices>.

7. How to Use Gamification in Banking. URL: <https://intellias.com/how-to-use-gamification-in-banking>.

8. Що таке гейміфікація і як вона допомагає розворушити співробітників. Офіційний сайт Запорізької обласної федерації роботодавців, Запорізький обласний союз промисловців і підприємців (роботодавців) «Потенціал». URL: <http://www.potencial.org.ua/view/news/shcho-take-geymifikatsiya-i-yak-vonadopomagaie-rozvorushiti-spivrobotnikiv.html>.

ЗАХОДИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Капустін Андрій Михайлович

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Науковий керівник:

Лапішко Зоряна Ярославівна

кандидат економічних наук, доцент

Львівського національного університету імені Івана Франка

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що війна суттєво впливає на економічний розвиток країни та її підприємств. Наслідки військових дій, зокрема зниження рівня виробництва, підвищення цін на ресурси та послуги, складнощі з поставками, зниження попиту на продукцію підприємств можуть призвести до серйозних труднощів у фінансовій сфері підприємств та загрожувати їхньому існуванню. Вагомий внесок у розвиток теорії, методології й організації аналізу зробили вітчизняні вчені: Князевич А. О., Олешко А. А., Шаповалова А. П., Кононенко Г. І., Короленко О. Б., Сойма С. Ю. Козій Н. С., Савків У. С., Мельник Т. Ю. та інші науковці у сферах фінансового аналізу та антикризового менеджменту.

У 2022 році Україна стикнулася з безпрецедентним падінням економіки на 30,4%, а споживча інфляція досягла 26,6%, що призвело до значного зростання цін на товари і послуги. Зростання курсу долара та євро до гривні також суттєво вплинули на роботу бізнесу в Україні

Крім того, з початку повномасштабної війни бізнес втратив можливість вести зовнішньоекономічну діяльність, оскільки кордони з РФ та Білоруссю були закриті, а робота вітчизняних морських портів була паралізована. Можливості західного кордону також були значно обмежені. В той же час, з України за кордон виїхало 8 млн осіб, щоб рятуватись від бойових дій, а в середині країни понад 5 млн. людей стали внутрішніми переселенцями.

Воєнний рік суттєво позначився на роботі бізнесу, зокрема й на фінансових результатах. Як повідомляє Європейська Бізнес Асоціація (ЄБА), за підсумками року, більшість компаній повідомляють про падіння їхніх доходів у доларах США: у 29% відбулось падіння до 20%, у 54% – падіння на 21% і більше. Тільки 6% опитаних повідомили про відсутність змін, і ще 11% можуть похвалитися зростанням доходів у такий складний рік [1].

Серед можливих заходів, які підприємства можуть вживати для забезпечення фінансової стабільності, можна виділити такі: раціоналізація виробництва та зниження витрат, розробка плану реорганізації підприємства, розширення асортименту продукції, залучення інвестицій, залучення зовнішніх джерел фінансування, вивчення та застосування нових технологій та інше.

Розробка плану реорганізації підприємства. Підприємства можуть змінити стратегію, перенаправити ресурси на більш прибуткові напрямки, зменшити витрати на неефективні проекти та виробництва. Реорганізація може допомогти зменшити витрати та збільшити ефективність діяльності.

Цей процес дозволяє підприємству переглянути свої внутрішні процеси, зміцнити свої прибуткові напрямки, збільшити ефективність виробництва та зменшити витрати. Крім того, реорганізація може допомогти підприємству знайти нові ринки збуту та розвинутися в нових напрямках, що може забезпечити його успішне функціонування навіть в умовах війни.

Залучення додаткових джерел фінансування під час війни є дуже важливим завданням для підприємств. Основна причина полягає в тому, що війна може суттєво знизити попит на продукцію підприємства, збільшити витрати на забезпечення безпеки працівників та інфраструктури, підвищити ризики для бізнесу.

Залучення додаткових джерел фінансування може допомогти підприємствам зберегти фінансову стабільність та забезпечити можливість для розвитку в умовах війни. Наприклад, підприємство може залучити додаткові кредитні ресурси від банків або інших фінансових установ, видати корпоративні облігації, залучити інвестиції від приватних інвесторів, взяти участь в державних програмах підтримки бізнесу, отримати дотації або субсидії.

Раціоналізація виробництва та зниження витрат є важливими завданнями для підприємств під час війни, оскільки забезпечення фінансової стабільності є ключовим фактором для здатності продовжувати діяльність в умовах воєнного конфлікту.

Війна може призвести до значного збільшення витрат на матеріали, транспорт, енергію та інші ресурси. Раціоналізація виробництва може допомогти зменшити витрати на ці ресурси, оптимізувати процес виробництва, підвищити продуктивність та якість продукції.

Крім того, раціоналізація виробництва та зниження витрат можуть допомогти підприємствам підтримувати ціни на свою продукцію на прийнятному рівні, що може бути особливо важливим в умовах зменшення попиту на товари та послуги під час війни.

Війна ставить підприємства перед складними фінансовими та економічними викликами. Реорганізація, залучення додаткових джерел

фінансування та раціоналізація виробництва допоможуть зберегти фінансову стабільність та забезпечити розвиток підприємств в умовах війни. Основною метою є збільшення обсягів виробництва та збуту продукції, збереження робочих місць та конкурентоспроможності на ринку.

В цьому аспекті бізнесу дуже важлива підтримка уряду, одним із кроків допомоги від держави стала урядова програма релокації підприємств з регіонів, що постраждали від бойових дій у більш безпечні, переважно західні області України [2]. Не менш важливими є грантування бізнесу, підтримка роботодавців за працевлаштованих з числа внутрішньо переміщених осіб, податкові канікули для ФОПів першої та другої групи, кредитування на пільгових умовах за програмою “Доступні кредити 5-7-9%”.

Не менш важливим для бізнесу є страхування інвестицій від воєнних ризиків. В Україні вже з’явилися пропозиції щодо програм страхування інвестицій для іноземних інвесторів, але і український бізнес потребує механізм страхування інвестицій, це могло б дозволити українським компаніям зменшити ризики та отримати додаткові джерела фінансування.

Також, необхідно продовжувати працювати з чергами на кордонах з західними країнами. Після повномасштабного вторгнення росії в Україну потік вантажних транспортних засобів на українських західних кордонах значно збільшився, через закриття повітряного простору і морських шляхів. Величезні затримки на кордонах безпосередньо впливають на роботу перевізників та, загалом, на український бізнес і всю країну, адже пропускна здатність кордону і його можливість обслуговувати експортно-імпорتنі операції надзвичайно важлива для розвитку національної економіки. Вже запущений проект з електронними чергами “eЧерга” дозволяє перевізникам полегшити перебування на кордоні, але не вирішує проблему. Держава має працювати над збільшенням кількості пропусків на західних кордонах, зменшенням бюрократичних процедур та автоматизацією процесу перетину кордону, що сильно полегшить роботу бізнесу з експортно-імпортними операціями.

Перемогти у війні буде важко без дієздатного українського бізнесу – і втриматись на ринку, продовжити розвиток, зберегти фінансову стабільність – це мета не лише самих підприємців, але й держави. Тож, спільні зусилля і заходи направлені на підтримку вітчизняних підприємств, реорганізацію бізнесу, пільгове кредитування, покращення логістики тощо дадуть позитивний ефект уже в найближчі роки.

Список використаних джерел:

1. Дослідження Європейської Бізнес Асоціації. Бізнес в умовах війни. URL: <https://eba.com.ua/u-83-kompanij-eva-vidbulosya-padinnya-biznesu-u-2022-rotsi>.

2. Програма релокації підприємств. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv>.

3. Слободян І. С. Вплив війни на фінансові результати діяльності підприємств. *Економічний часопис-XXI*. 2017. № 11–12. С. 64–68.

4. Білаш І. В. Особливості фінансування підприємств під час війни. *Економічний часопис-XXI*. 2022. № 1. С. 42–46.

5. Гринько А. Додаткові джерела фінансування для підприємств в умовах війни. *Фінанси України*. 2022. № 3. С. 20–25.

6. Діденко О. Вплив війни на виробництво та можливості раціоналізації в Україні. *Економіка і прогнозування*. 2022. № 2. С. 12–16.

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Реверчук Сергій Корнійович

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри банківського і страхового бізнесу
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Якимів Андрій Михайлович

*аспірант кафедри банківського і страхового бізнесу
Львівського національного університету імені Івана Франка*

У сучасних умовах українська економіка переживає одне з найбільших потрясінь з часів своєї незалежності. Повномасштабна війна росії проти України завдала удару по економічній системі нашої держави. Малий бізнес фактично виживає у таких умовах, зокрема виробництво основних видів продукції скорочується. Проте, малий бізнес безперечно виступає основою сталого економічного розвитку економіки країни через забезпечення конкурентоспроможності та надходжень ВВП, соціальної захищеності суспільства, формування та підтримку середнього класу тощо.

Причинами такого розвитку подій є відтік кадрів за кордон і часткове переселення в західну частину держави, сотні тисяч і навіть мільйони людей тимчасово витісняються з активного економічного життя. Саме тому, важливим за таких умов є підтримка вітчизняної економіки на належному рівні та у найближчій перспективі досягнення довоєнних економічних показників.

Поступове відновлення ринкової вартості ресурсів ускладнює доступ до кредитів для бізнесу та громадян, сприяє стриманому попиту в економіці та неадекватній заставі для позичальників. Своєчасним заходом, який реально сприяє покращенню ситуації, експерти називають програму релокації – перенесення виробництва (переведення в безпечнішу зону) [2]. З березня 2022 р. Уряд фактично розпочав програму підтримки підприємств з метою стабілізувати українську економіку шляхом переміщення бізнесу з регіонів поблизу або в зоні бойових дій у безпечніші регіони, що знаходяться на Заході України.

В умовах війни як для малого бізнесу, так і для самих банківських установ є беззаперечно ризиковими в питанні видачі та отриманні кредитних ресурсів. Звичайно, що банки намагаються підтримувати своїх клієнтів, надаючи кредитні канікули, переглядають процентні ставки за кредитами, знижують, або і скасовують деякі види комісій. Щодо державних органів влади, то також стараються у будь-який спосіб

підтримати малий бізнес. З березня 2022 р. стартувала програма з релокації бізнесу (перенесення 740 виробничих потужностей підприємств із зон бойових дій у більш безпечні місця (головним чином, у західні області України)). А тому переважна більшість банків України відновили видачу кредитів та особливо збільшилася кількість заявок на кредит від малого та середнього бізнесу.

Найбільшу частку кредитних коштів від банківських установ отримали аграрії, що, у свою чергу, фактично доводить необхідність підтримки розвитку саме цього сектору. Найбільше кредитів аграріям видали «ПриватБанк», «Райффайзен Банк», «Укргазбанк», «Ощадбанк», «Укрексімбанк», «Креді Агріколь Банк», «ПУМБ».

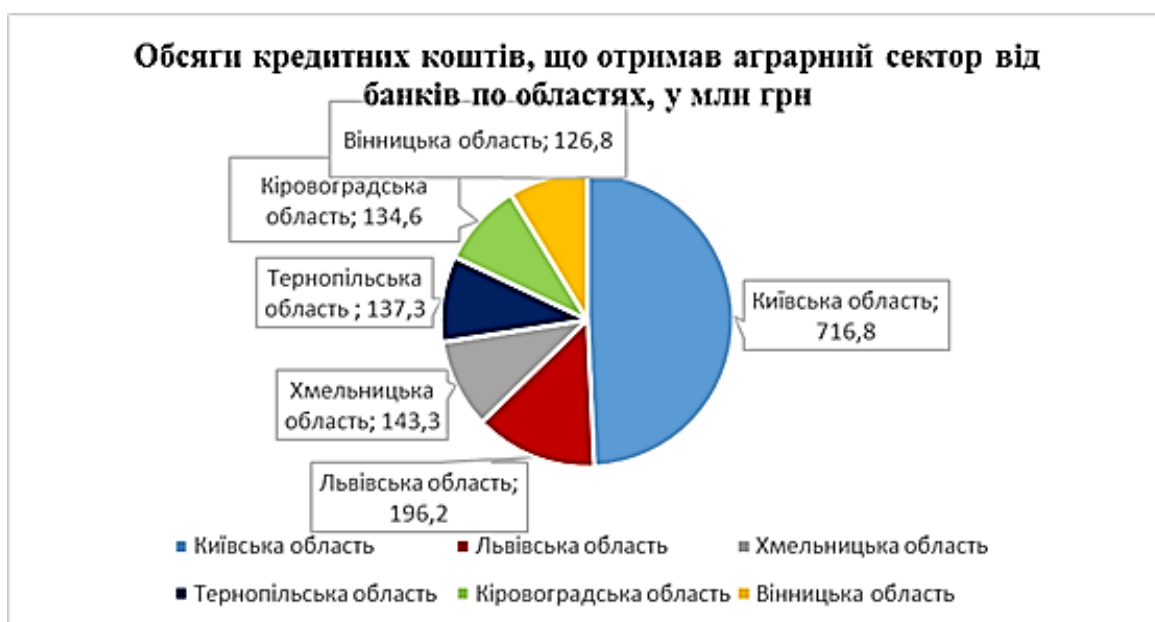


Рис. 1. Обсяги кредитних коштів, що отримав аграрний сектор від банків по областях, у млн грн

Джерело: складено автором на основі [1]

На рис. 1 зображено ключові області, які отримали від банків кредитні кошти. Як бачимо, банки активно прокредитували Київську обл. – 716,8 млн грн та Львівську обл. – 196,2 млн грн. Вінницька область отримала від банківських установ порівняно з Київською на 590 млн грн менше. Хмельницька, Тернопільська, Кіровоградська області отримали в середньому по 9% від усіх кредитних коштів.

У цілому ж за 2022 р. понад 41 193 аграрії залучили кредитів на 90 млрд 850 млн грн. Серед ТОП-5 регіонів за показником отриманих кредитів – Київщина (14,9 млрд грн), Вінниччина (8,8 млрд грн), Кіровоградщина (8,3 млрд грн), Дніпропетровщина (6,5 млрд грн), Одещина (5,8 млрд грн).

У часі війни уряд ухвалив рішення про надання фінансової підтримки мікро-, малому та середньому бізнесу на відновлення

частково або повністю зруйнованих внаслідок бойових дій виробничих потужностей. Агропідприємства також можуть розраховувати на таку підтримку. Саме за допомогою Державної програми «Доступні кредити 5-7-9%» Фонд розвитку підприємництва уклав угоди про співробітництво з 44 банками.

Крім того, банки кредитують бізнес на енергозабезпечення, купівлю та встановлення обладнання, що забезпечує безперебійну роботу енергосистеми бізнесу. Кредитування таких інвестицій здійснюється під процентну ставку 0% річних [1]. Станом на 05.12.2022 р. суб'єкти підприємництва отримали від уповноважених банків 51 158 кредитів на загальну суму 157,97 млрд грн, з яких 32 924 – від банків державного сектору економіки на загальну суму 63,37 млрд гривень [3].

Таким чином, розвиток малого бізнесу відіграє важливу роль в забезпеченні стабільності економіки країни. Однак у сучасних умовах все важче, а саме через нестачу доступних джерел фінансування, серед яких важливе значення належить банківському кредитуванню. Підсумовуючи вище наведене, можна чітко стверджувати, що банки кредитують малий бізнес, хоча і вони переживають складні часи в умовах війни. Банки з особливою обережністю ставляться до видачі кредитів малому бізнесу через високу ризиковість та низьку рентабельність таких операцій для банківських установ.

Список використаних джерел:

1. Аграрії вже залучили понад 90 млрд грн кредитів за 2022 рік. URL: <https://minagro.gov.ua/news/agrariyi-vzhe-zaluchili-ponad-90-mlrd-grn-kreditiv-za-2022-rik>.

2. Огляд реалізації програми релокації підприємств в Україні. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentarijeksportiv/ohlyad-realizatsiyi-prohramy-relokatsiyi-pidpryemstv-v-ukrayini>.

3. Українські банки кредитують бізнес на енергозабезпечення у рамках Державної програми «Доступні кредити 5-7-9%». URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-ukrainski-banky-kredytuiut-biznes-na-enerhozabezpechennia-u-ramkakh-derzhavnoi-prohramy-dostupni-kredyty-5-7-9>.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Ткач Микола Ярославович

*доктор економічних наук, доцент,
начальник кафедри*

*Національного університету оборони України
імені Івана Черняхівського*

Пархоменко Павло Петрович

*кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет оборони України
імені Івана Черняхівського*

Дриньов Дмитро

*старший науковий співробітник
Національного університету оборони України
імені Івана Черняхівського*

Початок 2022 року став початком не спровокованої повномасштабної військової агресії Російської Федерації проти України, що негативно вплинуло на всі сфери суспільного життя нашої країни. Бойові дії, які проходили і проходять на половині територій України призвели до масової загибелі населення, руйнувань житла, соціальної та промислової інфраструктури, масової міграції населення (переважно в країни-члени ЄС), відтоку капіталу, релокації промислових потужностей з небезпечних територій на умовно безпечні (що за собою тягне значні витрати для підприємств), ціленаправленого руйнування ворогом енергетичної інфраструктури по всій території України, втрати експортних потужностей, забруднення великої кількості територій небезпечними вибуховими речовинами, що не дозволяє вести на них господарську діяльність та ін. Масштабність таких подій призвела до економічної кризи в Україні та падінню ВВП, за оцінками аналітиків з Мінекономіки, Держстату та Національного банку України [1,2] падіння склало від 30 до 38%:

- у 1-му кварталі 2022 року зменшення порівняно з 1-м кварталом 2021 року падіння склало 15,1%;
- у 2-му кварталі 2022 року падіння вже було на рівні 37,2%;
- у 3-му кварталі падіння на 30,8;
- у 4-му кварталі падіння на 35,5%.

Значні втрати ВВП негативно вплинули на надходження до державного бюджету та зростанню його дефіциту, і це в умовах коли половина бюджету спрямовується на потреби безпеки і оборони.

Проблеми з експортом по основним групам товарів (продукція металургійної та сільськогосподарської галузей) та зменшення надходжень валюти від резидентів України, що працюють в закордонном, збільшення імпорту товарів (особливо для потреб оборони) та ін., призвели до значного зростання негативно сальдо торгового балансу, що підвищило негативний тиск на національну валюту. За підсумками 2022 року інфляція склала 26,6% [2], а девальвація гривні по відношенню до основних валют склала 34,1% [3].

Слід сказати, що закордонні експертні економічні установи прогнозували гірший сценарій для України – падіння ВВП до 50% та більш загрозливої девальвації гривні. Те, що вдалося втримати економіку і фінансову стабільність в умовно прийнятних межах є сукупністю факторів та заслугою, як українських фахівців, так і наших союзників:

- отримання фінансової допомоги від союзників в розмірі 31 млрд. дол. США у 2022 році [4];

- на початку вторгнення запровадження Національним банком України (НБУ) фіксації валютного курсу;

- підвищення НБУ облікової ставки з 10% до 25%, з метою зниження грошової пропозиції в економіку для мінімізації інфляційних ризиків;

- вчасні інтервенції НБУ на міжбанківському валютному ринку (у 2022 році продаж валюти НБУ склав 26,38 млрд. дол. США) [5];

- запровадження НБУ депозитних інструментів для хеджування валютного ризику з метою стабілізації готівкового валютного ринку;

- збалансована емісія гривні, у 2022 році, НБУ викупив в уряді облігацій внутрішнього державного займу (ОВДП) на суму 400 млрд. грн., що склало майже 52% від загального об'єму ОВДП [6].

У 2023 році війна продовжує деструктивно впливати на економіку України та її фінансову стабільність, ризики зберігаються очікувано високими, а інвестиційна привабливість низькою. Очікується, що у цьому році Україна отримає фінансову допомогу від союзників у розмірі 31,5 млрд. дол. США, при потребі у 37 млрд. дол. США. Також у 2023 році Україна повинна розрахуватися по боргам з МВФ у розмірі 2,5 млрд. дол. США, отже існує додатково потреба в розмірі 6,5 млрд. дол. США, а також додаткових 2,5 млрд. дол. США для розрахунку з МВФ.

Отже, у 2023 році, який повинен стати роком перемоги України у війні, державі потрібно буде вирішити ще ряд завдань, що допоможуть досягнути економічної макростабільності та в подальшому її зростання:

- продовження виваженої політики НБУ на ринку фінансових запозичень;

- вчасні інтервенції НБУ на міжбанківському валютному ринку;

- продовження збалансованої політики щодо емісії гривні;
- перехід від фіксованого курсу до плаваючого;
- проведення перемовин уряду з МВФ про реструктуризацію державного боргу та виділення додаткової фінансової допомоги;
- залучення урядом додаткового фінансування через розміщення ОВДП;
- переговори з союзниками про можливе збільшення фінансової підтримки через гранди або пільгове кредитування;
- робота уряду з іншими світовими фінансовими установами;
- спрямування зусиль уряду на отримання доступу до заарештованих активів РФ в союзних країнах (за оцінками союзників розмір активів складає біля 300 млрд. дол. США).

Список використаних джерел:

1. Економіка України за рік скоротилася на 30,4%. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2023/01/05/98478267/> (дата звернення: 15.03.2023).
2. Національний банк України зберіг облікову ставку на рівні 25%. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-ukrayini-zberig-oblikovu-stavku-na-rivni-25-15809> (дата звернення: 04.03.2023).
3. Девальвація української гривні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/valuation/> (дата звернення: 05.03.2023).
4. Міжнародна допомога: Хто та скільки виділив Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/valuation/> (дата звернення: 04.11.2019).
5. Результати валютних інтервенцій НБУ. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/nbu/intervention/> (дата звернення: 08.03.2023).
6. Результати валютних інтервенцій НБУ. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/nbu/intervention/> (дата звернення: 04.09.2023).

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

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-32>

ФАКТОР ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: СЦЕНАРНІ РОЗРАХУНКИ

Воргач Олена Анатоліївна

*PhD з економіки, науковий співробітник
Інституту економіки промисловості
Національної академії наук України*

Впровадження проривних технологій у виробництво, що зумовлене розгортанням Четвертої промислової революції, підвищує запит на висококваліфікований персонал з цифровими навичками. Тому важливим завданням стає підготовка таких кадрів. І якщо для розвинених країн нові виклики відкривають широкі можливості, то для України – малої відкритої економіки – вони можуть супроводжуватися значними фінансовими витратами, починаючи з розбудови системи освіти на всіх рівнях і до отримання готових фахівців.

Для аналізу та оцінки доцільності цих витрат побудовано модель довгострокового розвитку національної економіки під впливом змін людського капіталу, що представлена комплексом відповідних моделей (див. [1, с. 53–58; 2, с. 356–362]). Параметризовані на даних 2000–2020 рр. базові моделі комплексу:

$$IGDP_i = 540,1 IWP_i^{0,37} \cdot IGCF_i^{0,14} \cdot IUSDOLI_i^{-0,28}, \quad (1)$$

$$IVAI_i = 8,03 IGDP_i^{0,72} \cdot IUSDOLI_i^{-0,06}, \quad (2)$$

де $IGDP_i$ – реальний ВВП в i -му періоді; IWP_i – праця у формі агрегованої реальної заробітної плати населення в i -му періоді; $IGCF_i$ – реальне валове нагромадження капіталу (валові внутрішні інвестиції) в i -му періоді; $IUSDOLI_i$ – індекс долару США в i -му періоді; $IVAI_i$ – реальна додана вартість у промисловості в i -му періоді; i – індекс часу (рік).

Оскільки модель враховує інерційні складові національної економіки та побудована на основі «гладких» історичних даних [3], вона дозволяє передбачувати її поведінку у відносно стабільних умовах. За допомогою розробленої моделі розраховано показники для побудови двох сценаріїв

довгострокового зростання національної економіки до 2035 р., що ґрунтуються на регулюванні видатків на вищу освіту: *базового та форсованого*.

У *базовому сценарії* передбачається, що реальні державні видатки на вищу освіту одного студента у прогностному періоді 2022–2035 рр. зростатимуть за трендом попереднього періоду (до їх обвалу у 2014 р.). Внаслідок цього у прогностованому періоді середній темп їх приросту складатиме 3,8%. При цьому відзначається зростання чисельності висококваліфікованого зайнятого населення та продуктивності праці (середній темп приросту 2,1%), що спричиняє стабільне збільшення реальної заробітної плати (на 2,7% щорічно).

Під впливом цих факторів очікується поступове збільшення обсягів реального ВВП у періоді. Однак в окремі роки воно є незначним (внаслідок впливу різних чинників), тому середній темп зростання за період становить 1,7%. При цьому темпи приросту реальної доданої вартості в промисловості повторюють тренд ВВП по економіці в цілому, але мають дещо нижче середнє значення – 1,2%. Все це є наслідком, насамперед, сильного негативного впливу періодів зростання індексу долару США (рис. 1).

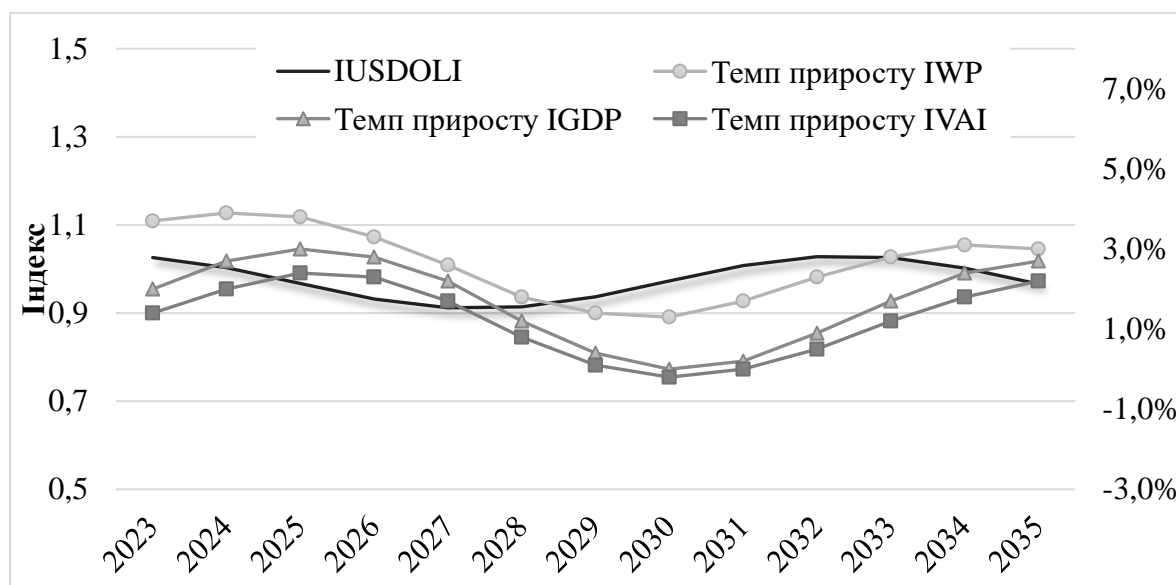


Рис. 1. Економіка України на період до 2035 р. за базовим сценарієм

Джерело: побудовано за результатами оцінки

Як показано на рисунку, у роки підвищення індексу знижуються темпи приросту реальних ВВП та доданої вартості, меншою мірою – заробітної плати. Це свідчить про те, що при збереженні сировинної спеціалізації, економіка країни буде залишатися у сильній залежності від індексу долару і продовжуватиме відставати у своєму розвитку, займаючи низькі позиції у світовому рейтингу.

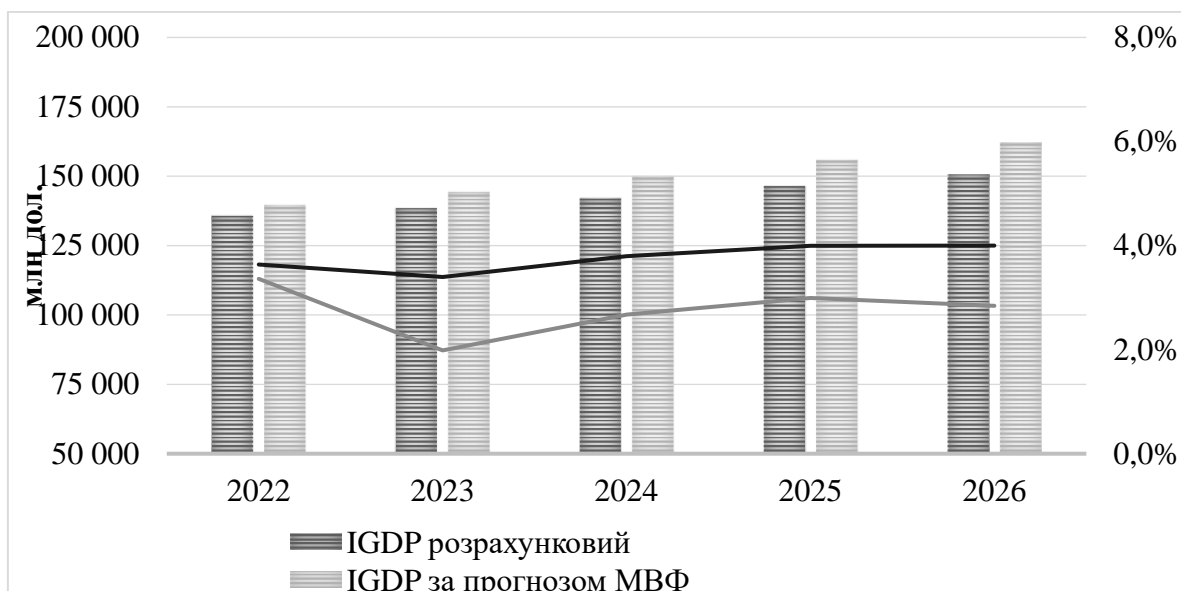


Рис. 2. Порівняння очікуваних обсягів і темпів приросту ВВП з прогнозом МВФ на 2022–2026 рр. при базовому сценарії

Джерело: результати оцінки; [4]

Порівняння очікуваних обсягів національного ВВП та темпів його приросту у базовому сценарії з прогнозом МВФ для України до 2026 р. (представленому у 2021 р. [4]), показало схожість тенденцій (середня відносна помилка апроксимації 5%) (рис. 2).

Як показали результати розрахунків за базовим сценарієм, реальні державні видатки на вищу освіту залишатимуться відносно невисокими і збільшуватимуться не такими темпами, які можуть сильно вплинути як на фактор праці, так і на ВВП. Якщо порівнювати за цим показником розраховані темпи приросту економіки України (4,7%) із зарубіжними країнами за більш-менш стабільний період 2000–2014 рр., то у колишніх планових економіках – Польщі (7,1%) і в середньому у Прибалтійських державах (8,2%) – він помітно вищий. При цьому, наприклад, у країнах Європейського союзу – 3,4%, Євросони – 4,6%, у середньому за скандинавськими країнами – 2,6% [5], витрати на вищу освіту зростали хоча із меншими темпами, але перевищували їх абсолютний обсяг в Україні в 7 і більше разів.

Форсований сценарій передбачає, що у період до 2035 р. реальні державні видатки на вищу освіту одного студента зростатимуть, орієнтуючись на Польщу, із щорічним темпом приросту 7,1%. Це призведе до збільшення середнього темпу приросту реальної заробітної плати до 4,2%, внаслідок чого збільшиться чисельність висококваліфікованих зайнятих в економіці та продуктивність праці, середній темп приросту якої становитиме 3,6%.

Зростання трудового фактору в комплексі з іншими чинниками, що впливають на національну економіку, сприятиме збільшенню обсягів

реального ВВП та прискоренню економічного зростання. Середній темп приросту ВВП за період зростає до 2,3%, а реальної доданої вартості у промисловості – до 1,6%. Такі темпи економічного зростання перевищують показники базового сценарію (1,7% та 1,2%), але вони все ще залишатимуться меншими за світові. Значний негативний вплив очікуваного підвищення індексу долару США також присутній (рис. 3).

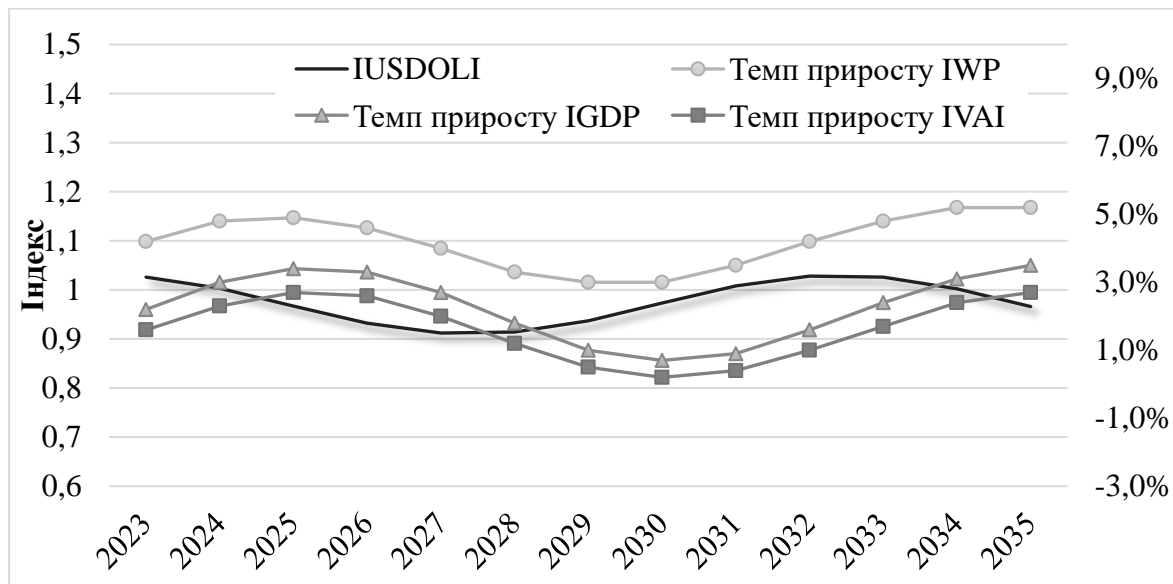


Рис. 3. Економіка України на період до 2035 р. при форсованому сценарії

Джерело: побудовано за результатами оцінки

Порівнюючи отримані дані про обсяги та темпи приросту ВВП за форсованим сценарієм з прогнозом МВФ до 2026 р., можна відзначити, що тепер результати модельних розрахунків відповідають йому ліпше – середня відносна помилка апроксимації становить менше 5%.

Тобто форсований сценарій, як і базовий, не забезпечує випереджальних темпів зростання національної економіки в цілому і промисловості зокрема. І хоча збільшення державних видатків на вищу освіту людей певною мірою сприятиме прискоренню соціально-економічного розвитку, але само по собі воно не є панацеєю. Тим паче з урахуванням абсолютного (у розрахунку на одну особу) обсягу видатків. Наприклад, при заданому в сценарії темпі приросту видатків, у Польщі вони будуть у 2,5 рази більшими, ніж в Україні.

Таким чином розроблена економіко-математична модель дозволяє визначати силу впливу накопичення людського капіталу на національну економіку і промисловість. Результати її параметризації та апробації показали, що шляхом регулювання державних видатків на вищу освіту можна збільшувати чисельність висококваліфікованого персоналу в країні і, тим самим (за інших рівних умов) – обсяги і темпи зростання виробництва. Проте успіх (або не успіх) такої політики багато в чому

залежить від технологічної інерції системи, а також впливу зовнішніх чинників, які знаходяться поза межами впливу уряду. А для визначення напрямів його практичних дій важливе значення має системний аналіз сучасних інструментів стимулювання інвестицій у розвиток людського капіталу, застосовуваних іншими країнами в умовах розвитку смарт-промисловості, що може становити предмет подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Смарт-система промислового прогнозування і форсайтингу: звіт про НДР (закл.) 72.20.3; НАН України, Ін-т економіки пром-сті; керівн. В. П. Вишневецький, Д. Ю. Череватський; викон.: О. М. Гаркушенко [та ін.]. Київ. 2022. 119 с.
2. Воргач О. А. Модель національної економіки з урахуванням впливу якості людського капіталу. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : матеріали XXVII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Ліон, Франція, 07 грудня 2022 р.). ГО «ВАДНД», 2022. С. 355–363.
3. Statistical Data. *Siforeca.net*. 2022. URL: <http://siforeca.net/#/indicators> (дата звернення: 25.12.2022).
4. World Economic Outlook Database. *IMF*. 2021, Oct. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/October> (дата звернення: 25.12.2022).
5. World Development Indicators. *The World Bank*. 2022. URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators?l> (дата звернення: 25.12.2022).

НАПРЯМ 11. МАРКЕТИНГ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-33>

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Акімов Кирило Едуардович

магістр 1 року навчання

Донбаської державної машинобудівної академії

Еволюція інформаційних технологій, а особливо мережі інтернет, поява електронної комерції, все це послужило розвитку нового напрямку в сучасній концепції маркетингу – інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетинг або online-маркетинг – це практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті з метою продажу продукту або послуги покупцям та управління взаємовідносинами з ними. Як окремих напрямків інтернет-маркетинг виділилися у 90-х роках ХХ століття. 1992 року Чарльз Стек відкрив перший інтернет-магазин, де основним товаром були книги. Слідом за ним відривається компанія Amazon, яка запустила свій інтернет-магазин. Першою електронною платіжною системою у 1994 році стала компанія First Virtual, а через кілька років MasterCard та Visa оголосили про створення відкритого єдиного стандарту захисту розрахунків в інтернеті із застосуванням пластикових карток. Трохи згодом почали з'являтися перші пошукові системи. Сьогодні на інтернет-ринку торгують компанії, здатні вкладати гроші з розрахунком на віддачу у майбутньому [2].

У сучасному світі інтернет-маркетинг має широке поширення, але його опис носить фрагментарний характер. Інтернет є новий ринок, який служить засобом масового впливу на споживачів. Тому електронна комерція та інтернет-маркетинг є невід'ємною частиною будь-якої нормальної маркетингової компанії.

Доступність інструментів інтернет-маркетингу відіграє велику роль у розвитку електронного бізнесу. Інструментарій інтернет-маркетингу, як і інструментарій традиційного маркетингу, відповідає концепції «4Р»: ціна, збут, реклама та товар. Чотирьох елементів достатньо для повного розкриття основних напрямків, інструментів та методів інтернет-маркетингу у цифровій економіці. Важливу роль відіграє реклама та канали збуту, де за допомогою digital просуваються товари та послуги. Просування сайту з трафіку та ключових слів – основні види реклами в інтернет-маркетингу. Також використання контекстної, медійної,

банерної реклами та SMM допомагає виводити сайт у перші ряди рейтингу. Сайт, будучи місцем продажу, має бути зручним, мати привабливий та функціональний дизайн, постійно вдосконалюватись, безперервно розвивати клієнтський сервіс. Але доступність інструментів інтернет-маркетингу стала проблемою: в цю сферу почала прагнути ввійти досить велика кількість людей, які не мають основних понять про маркетинг.

Порівняно з іншими ЗМІ інтернет-маркетинг має низку переваг:

1. Інтерактивність – оперативна подача інформації клієнтам, пряма взаємодія з аудиторією;
2. Зниження трансформаційних витрат – економія грошей, витрачених на рекламу, утримання співробітників, скорочення часу пошуку партнерів, укладання угод та ін.;
3. Можливість участі в онлайн-продажах із будь-якої точки країни;
4. Доступність;
5. Таргетинг – чітке охоплення цільового сегмента;
6. Трекінг – можливість отримати докладну статистику щодо клієнтів та постклік-аналіз, що дозволяє оцінити ефективність рекламної кампанії;
7. Гнучкість – розпочати, коригувати та припинити рекламну кампанію можна миттєво;
8. Результативність поширення та отримання інформації [1].

Інтернет-маркетинг співвідноситься з кількома бізнес-моделями, основними є: бізнес для бізнесу (B2B) та бізнес для споживача (B2C). B2B складається з компаній, що ділять бізнес між собою, водночас B2C передбачає прямий продаж кінцевому споживачеві. Схема B2B складніша, ніж B2C, тому вона почала діяти пізніше. Існує також досить рідкісна модель споживач-споживач (C2C), де звичайні користувачі інтернету змінюються між собою та продають товари один одному. Наприклад, міжнародний аукціон eBay. А також моделі C2B – приватна особа є продавцем товарів чи послуг, комерційна організація – споживач [2].

Поява інтернет-аукціонів дозволила продавцям унікальних речей, які раніше можна було знайти на блошиних ринках, вести свій бізнес, сидячи вдома. Вплив маркетингу у мережі на рекламну промисловість насправді величезний. За останні кілька років обсяг інтернет-реклами швидко зріс і сягнув десятків мільярдів доларів на рік. Сьогодні онлайн-реклама займає більшу нішу, ніж реклама на телевізорі чи радіо.

Причиною розвитку технологій у сфері інтернет-маркетингу в Україні стала необхідність відкривати шляхи збуту продукції. Втім, вітчизняна інтернет-торгівля поступається західній. В умовах економічної кризи, нестачі комунікаційних мереж, слабкої популярності сучасних засобів оплати важко було очікувати швидкого підйому

електронної комерції за невеликий проміжок часу.. Нерозуміння суті маркетингу зустрічається майже в кожній третій компанії. В Україні мало компаній ефективно використовують інтернет-маркетинг. На жаль, українські бізнесмени не вважають інтернет серйозним інструментом розвитку свого бізнесу, тому не готові вкладати в це свої гроші. Багато керівників приймають на роботу непрофесіоналів у галузі інтернет-технологій, заощаджуючи на рекламі через інтернет. Знецінена праця розробників інтернет-сайтів – ще одна з причин низького рівня інтернет-маркетингу в Україні. Серйозну проблему становить нездатність успішного проведення маркетингового дослідження, великі труднощі викликає дослідження будь-якої проблеми та здійснення плану рекламної кампанії, щоб показати конкретні результати і гарантувати успішні продажі [3].

З поняттям інтернет-маркетингу виникає велика кількість обмежень. Повільне інтернет-з'єднання призводить до труднощів у використанні в рекламі відео-роликів, презентаційних фільмів високої графіки. Ще один переважний чинник – недостатність платіжних методів, яким довіряють споживачі. Але в основному всі ці обмеження стосуються B2C.

Відсутність можливості випробувати та попередньо оглянути товар до покупки. Однак це проблема легко вирішувана за допомогою офлайн-консультацій. Більшість споживачів вирішують цю проблему, знайомлячись із потрібним товаром у звичайному магазині, а купівлю здійснюють в інтернет-магазині. Також багато компаній припускають огляд товару перед оплатою і відмову у разі незадоволення якістю. У Німеччині, наприклад, діє закон, яким куплений товар через інтернет, можна повернути без жодних пояснень і повернути сплачені гроші. Це одна з основних причин розвитку інтернет-торгівлі в Німеччині [2].

Недовірче ставлення до платіжних систем багато в чому гальмує інтернет-продажі в Україні. Замовляючи товари на просторах інтернету, багато хто турбується за дані своєї картки чи паспорта, що товар загубиться, а гроші не повернуть. Єдине вирішення цієї проблеми – очікування, що з часом люди звикнуть до цієї системи. Також компаніям необхідно підтримувати свою репутацію, що можна забезпечити відгуками клієнтів на офіційному сайті компанії [3].

У суспільстві розвиток інтернет-маркетингу відбувається досить стрімко. Цей тип маркетингу дозволяє будь-кому, хто має ідею, товар чи послугу досягти максимально широкої аудиторії. Компанії отримують усю необхідну інформацію про запити кожного індивідуального клієнта компанії та автоматично надають товари чи послуги, які відповідають вимогам. Як би там не було, у поєднанні «інтернет-маркетинг» першорядним є поняття маркетинг, а зовсім не інтернет. Так, інтернет дає величезні технічні можливості, але власними силами вони не працюють. Ефективними їх може зробити лише змістовне наповнення,

цікава пропозиція та правильне завдання. Для вдосконалення інтернет-маркетингу потрібно підвищувати кваліфікацію маркетологів, менеджерів; частіше коригувати маркетинг-плани; схвалювати нові товари та послуги; просувати бренд; займатися просуванням у соціальних мережах; використовувати рейтинг та огляд негативних клієнтських відгуків для керування своїм контентом [1].

Щоб інтернет-маркетинг набув в Україні серйозних масштабів, необхідно: зростання доходів населення, сприйняття прийнятності та зручності здійснення покупки через Інтернет, ступінь доступності Інтернету, наявність зручних засобів платежів; наявність законодавчої бази при оформленні покупки; наявність зручних та відносно недорогих способів доставки товару до споживача.

Список використаних джерел:

1. Брадулов П. О. Перспективи розвитку інтернет-маркетингу в Україні. *Економіка інноваційної діяльності підприємств*. С. 299–300.
2. Кириченко Н. В., Алещенко Л. О. Сучасний стан та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в епоху пандемії covid-19. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9750> (дата звернення: 21.02.2023).
3. Храпкіна В., Брюшко Н. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-64> (дата звернення: 21.02.2023).

**DEVELOPMENT OF MARKETING STANDARDS
IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION:
THE EUROPEAN DIMENSION**

Zhalinska Iryna

PhD in Economics, Associate Professor

Zhytomyr Polytechnic State University

It is difficult to define a sphere of modern society that would not undergo dramatic changes as a result of the influence of digitization processes. The complexity and comprehensiveness of transformational processes, which affect and actually rebuild all social systems, make it possible to assert the global nature of such changes. In particular, scientists note the transition to a fundamentally new technological, economic and social reality, which can be labeled as a new society model [1, p. 4]. At the same time, it is noted that the main problem is the ultra-fast pace of such a transition, which creates unique challenges, the successful overcoming of which should lead to the path of sustainable development of society. It is important to emphasize that one of the consequences of digitalization processes is the occurrence of a global space, in particular a global digital economy, in which interaction takes place according to fundamentally new rules. Therefore, the issue of appropriate integration of the country's economic system into the new global economic space becomes urgent. It is worth noting that currently an effective tool for overcoming possible gaps in digital development is the development of joint development strategies and standardization processes in the digital space.

In recent years, there has been an active implementation of standardization processes in marketing activities regarding various elements of the marketing complex. However, as a result of a significant change in the market environment in the direction of the digital space formation, there is a query to regulate specific rules of interaction both between the seller and the buyer, and between partners.

The purpose of the paper is to determine the current directions regarding the coordinating rules for the implementation of marketing activities under the transformational processes of digitalization of society.

In the field of marketing, standardization processes originate from the formation in 1948 of the European Society of Marketing Research Professionals (ESOMAR), which today has more than 5,000 members from more than 120 countries of the world. ESOMAR brings together companies and organizations that conduct marketing research and research in the field of public opinion. ESOMAR, in cooperation with the International Chamber of Commerce, created the International Code of Research Ethics

(ICC / ESOMAR), which defines the standards for conducting marketing and social research [2]. Its last revision took place in 2007. In terms of conducting marketing research, it is also worth noting the “IPRA Code of Conduct” that is an affirmation of professional and ethical conduct by members of the International Public Relations Association and recommended to public relations practitioners worldwide [3].

Recognizing the extreme importance of coordinated development of various countries, the European Union is developing “Europe’s Digital Decade: digital targets for 2030”, aimed to empower businesses and people in a human-centered, sustainable and more prosperous digital future [4]. The Digital Decade policy program concerns four areas: skills (in terms of basic digital skills, and ICT Specialists), Digital transformation of businesses (Tech up-take, Innovators, and Late adopters), Secure and sustainable digital infrastructures (Connectivity, Cutting edge Semiconductors, Data – Edge & Cloud, and Computing), and Digitalisation of public services (Key Public Services, e-Health, and Digital Identity).

The European Commission declares that Europe must now strengthen its digital sovereignty and set standards, rather than following those of others – with a clear focus on data, technology, and infrastructure. The relevant items for achieving stated objectives are defined by European Commission as the following [5]:

1. Digital Services Act – ensuring a safe and accountable online environment.
2. Digital Markets Act – ensuring fair and open digital markets.
3. European Chips Act – strengthening Europe’s competitiveness and resilience in semiconductor technologies.
4. European Digital Identity – giving you full control on how much information you share with third parties.
5. Artificial Intelligence – achieving better healthcare, safer and cleaner transport, more efficient manufacturing, and cheaper and more sustainable energy through AI.
6. European data strategy – making the EU a role model for a society empowered by data.
7. European industrial strategy – ensuring European industry leads the transition towards climate neutrality and digital leadership.
8. Contributing to European Defence – working together to tackle security threats and challenges more robustly.
9. Space – EU initiatives for a satellite-based connectivity system and management of space traffic.
10. EU-US Trade and Technology Council – coordinating approaches to key global trade, economic, and technology issues.

The proposed measures represent a comprehensive approach to the transformation of the common digital space in Europe. Regarding to our

research it is worth paying more attention to Digital Services Act, and Digital Markets Act.

The Digital Services Act. The main purpose of the Act is to set up fair market rules for providers of intermediary services in a digital space. It will allow one not only to open up new opportunities to provide digital services across borders, but also ensure a high level of protection to all users, no matter where they live in the EU. The rules provide better protection of consumers and their fundamental rights online, establishing a powerful transparency and a clear accountability framework for online platforms, and fostering innovation, growth and competitiveness within the single market [6]. There are four beneficiaries of the Act: citizens, providers of digital services, business users of digital services, and society at large.

The Digital Markets Act (DMA) establishes a set of narrowly defined objective criteria for qualifying a large online platform as a so-called “gatekeeper” [7]. A gatekeeper is kind of a digital market bottleneck: EU businesses and consumers find it hard to avoid gatekeepers. According to the Commission’s DMA proposal, a gatekeeper must operate a ‘core platform service’ (CPS). The CPS list includes: online intermediation services, online search engines, online social networking services, video-sharing platform services, number-independent interpersonal communication services, operating systems, cloud computing services, advertising services provided by a provider of any of the services listed before.

A CPS provider may qualify as a gatekeeper if it meets some qualitative and quantitative criteria. The new rules set up obligations (“do’s” and “don’ts”) that gatekeepers have to comply. For instance, Gatekeeper platforms will have to allow third parties to inter-operate with the gatekeeper’s own services in certain specific situations, allow their business users to access the data that they generate in their use of the gatekeeper’s platform, provide companies advertising on their platform with the tools and information necessary for advertisers and publishers to carry out their own independent verification of their advertisements hosted by the gatekeeper, etc. Gatekeeper platforms may no longer treat services and products offered by the gatekeeper itself more favourably in ranking than similar services or products offered by third parties on the gatekeeper’s platform, prevent consumers from linking up to businesses outside their platforms, prevent users from un-installing any pre-installed software or app if they wish so, etc. There are four beneficiaries of the Act: business users, innovators and technology start-ups, consumers, and gatekeepers.

The turbulence of social processes, caused by the challenges of digitalization, facilitates the acceleration of the search for effective measures to stabilize socio-economic systems at various levels and bring them to the path of sustainable social development. Among other things, an important factor is the development and implementation of joint strategies for the

development and standardization of processes and phenomena that have not yet been settled. Such processes include the creation of the single market in the EU. The adoption of The Digital Services Act and The Digital Markets Act are among the latest important EU initiatives that contribute to the establishment of fair market rules in the digital market. At the same time, these legislative initiatives represent the development of standardization processes in marketing activities that can facilitate overcoming the digitalization gaps between countries within the single European space.

References:

1. Pyshchulina, O. (2020). Tsyfrova ekonomika: trendy, ryzyky ta sotsialni determinanty [Digital economy: trends, risks and social determinants]. Kyiv: Razumkov centre. 274 p. Available at: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf.
2. The ICC/ESOMAR International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics. Available at: <https://esomar.org/code-and-guidelines/icc-esomar-code>.
3. IPRA Code of Conduct. Available at: <https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/>.
4. Europe's Digital Decade: digital targets for 2030. Available at: <http://surl.li/ezpay>.
5. A Europe fit for the digital age. Available at: <http://surl.li/ftchd>.
6. The Digital Services Act. Available at: <http://surl.li/fhbdi>.
7. The Digital Markets Act. Available at: <http://surl.li/fhbdc>.

**УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНТЕРНЕТ-ПОКУПОК
ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОВІД-19:
ПОВЕДІНКА СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ
НА РИНКУ КОСМЕТИКИ, ПАРФУМЕРІЇ ТА ЗАСОБІВ ДОГЛЯДУ**

Старостіна Алла Олексіївна

*доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародної економіки та маркетингу
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

Руденко Наталя Валентинівна

*кандидат економічних наук,
в.о. завідувачки кафедри міжнародної економіки та маркетингу
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

Кравченко Володимир Анатолійович

*кандидат економічних наук,
експерт ГО «Об'єднання маркетологів України»*

Пандемія КОВІД-19 негативно вплинула на стан ринків багатьох споживчих товарів в Україні, в тому числі і на ринок косметики, парфумерії та засобів догляду (КПЗД). Так, якщо протягом 2005–2019 рр. частка товарів парфюмерно-косметичної групи в роздрібному товарообігу зросла з 1,7% до 3,8%, то вже в 2020 р. вона становила 3,6%, і продовжила падіння до 3,3% в 2021 р. В грошовому вимірі обсяг цього ринку в 2021 р. склав 34716 млн. грн., або 1286 млн. дол. [1]. В 2023 р., враховуючи стан активних військових дій на території України, ситуація навряд чи стала краще. Можемо сміло стверджувати про подальше падіння ринку товарів групи КПЗД. Пандемія, з іншої сторони, сприяла збільшенню популярності інтернет-торгівлі. За даними дослідження компанії Kantar ММІ Україна 62% українських інтернет-користувачів у віці 16-65 років в березні 2021 р. заявили, що сплачували товари та послуги через Інтернет, що на 22% більше в порівнянні з докарантинним початком 2020 року [2]. Дослідження, яке проводилося на замовлення компанії Google в червні 2021 р., засвідчило, що під час пандемії частка онлайн-покупок у загальному їх обсязі зросла у всіх вікових категоріях, проте особливо серед Покоління Z (18–24) – до 43% проти 29% у 2019 р. [3]. Поєднання обох вищезазначених тенденцій призводить до формування нових тенденцій в купівельній поведінці споживачів на ринку товарів групи КПЗД, що, в свою чергу, обумовлює

необхідність для фахівців-маркетологів більш глибоко та ретельніше вивчати її.

Зокрема, це стосується вивчення ризиків, з якими стикаються інтернет-покупці та методів управління ними. Протягом травня-червня 2020 р. було проведено дослідження ризиковраховуючої купівельної поведінки українських студентів, які навчаються в вітчизняних та закордонних університетах. Для виміру відповідей респондентів використовувалися номінальні, порядкові та інтервальні шкали. Опитування було організовано кафедрою маркетингу та міжнародної економіки Київського національного університету імені Тараса Шевченка та ГО «Об'єднання маркетологів України». В підсумку було отримано 459 анкет, придатних для подальшої статистичної обробки.

Було з'ясовано ієрархію загрозливості конкретних видів ризиків онлайн-покупців товарів групи КПЗД. На перших 3-х м місцях знаходяться ризик погіршення здоров'я, ризик низької якості і фінансовий ризик [4, с. 168]. При цьому, у жінок оцінки всіх трьох видів ризику були вище за чоловіків, і ця різниця є статистично значимою.

Згідно положень концепції раціональної поведінки покупці нададуть перевагу придбанню товарів в тих онлайн-магазинах, де вони зможуть найбільш ефективно управляти своїми ризиками. В теорії та практиці маркетингу виділяють наступні дії покупця, за допомогою яких можливо управляти ризиками, які виникають при купівлі товарів на В2С ринку.

1. Отримання інформації про товар на веб-сайті продавця.
2. Отримання інформації про товар від свого оточення.
3. Отримання інформації про товар від лідерів думок та блогерів.
4. Орієнтація на репутацію продавця.
5. Наявність гарантії на товар.
6. Можливість повернення грошей в разі порушення умов покупки.
7. Орієнтація на рекламу.
8. Прихильність певному бренду.
9. Комунікація із продавцем.
10. Вибір найбільш дорогої покупки із доступних.
11. Можливість оглянути покупку або її тестування.

Дослідження дало змогу визначити оцінку респондентами важливості для них кожного з вищенаведених 11 методів управління основними видами ризиків – погіршення здоров'я, низької якості і фінансового (рис. 1).

Більш детально інформація про рейтинг методів управління ризиками для кожного з трьох видів ризиків взагалі, та окремо для жінок та чоловіків, наведено в табл. 1.

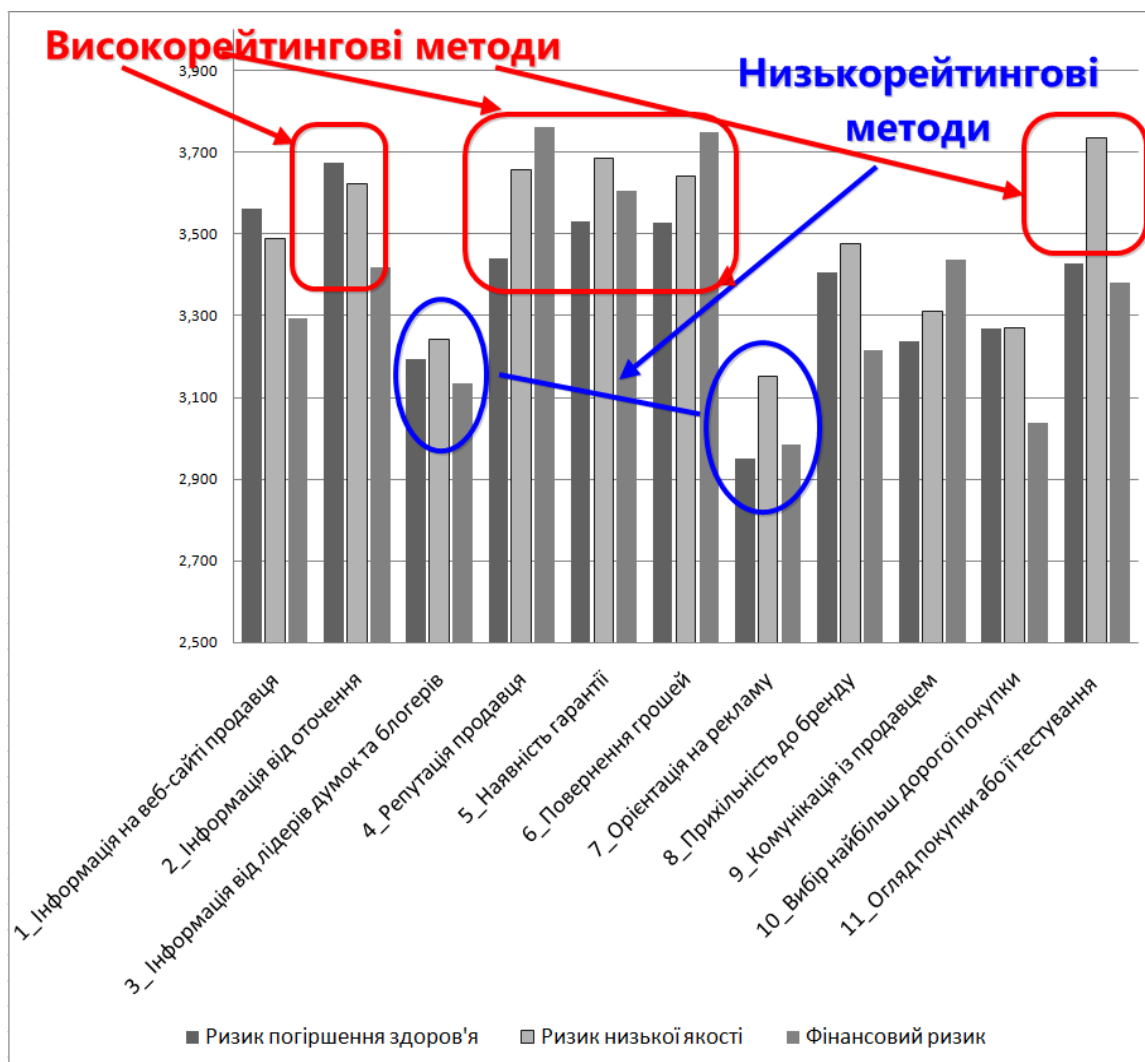


Рис. 1. Оцінки методів управління ризиками онлайн-покупок товарів групи КПЗД для 3 основних видів ризику (за 5-бальною шкалою, середнє)

Джерело: розраховано авторами

Отримані результати дозволяють зробити наступні висновки. По-перше, є група методів, які є спільними для всіх трьох видів ризиків і які високо оцінюються респондентами. До них належать наступні – отримання інформації від оточення, репутація продавця, наявність гарантії на товар та можливість повернення грошей в разі порушення умов покупки. Для управління ризиком низької якості респонденти на перше місце ставлять огляд товару або його тестування. По-друге, на останніх місцях (8-11) знаходяться такі методи, як орієнтація на рекламу та отримання інформації від лідерів думок та блогерів. По-третє, між жінками та чоловіками відсутня статистично значима різниця в оцінці методів управління ризиками (за виключенням можливості оглянути покупку або протестувати її, – у жінок оцінка – 3,59, а у чоловіків – 3,21).

**Методи управління ризиками
(рейтинг, розраховано на основі середніх значень)**

Методи	Види ризиків								
	ризик погіршення здоров'я			ризик низької якості			фінансовий ризик		
	Загалом	Жінки	Чоловіки	Загалом	Жінки	Чоловіки	Загалом	Жінки	Чоловіки
1. Отримання інформації про товар/послугу на веб-сайті продавця	2	2	4	6	6	7	7	7	8
2. Отримання інформації про товар/послугу від свого оточення	1	1	1	5	3	6	5	6	5
3. Отримання інформації про товар від лідерів думок та блогерів	10	10	9	10	8	11	9	8	9
4. Орієнтація на репутацію продавця	5	6	7	3	5	2	1	1	2
5. Наявність гарантії на товар	3	5	2	2	2	3	3	3	4
6. Можливість повернення грошей в разі порушення умов покупки	4	4	3	4	4	4	2	2	1
7. Орієнтація на рекламу	11	11	11	11	11	10	11	11	10
8. Прихильність певному бренду	7	7	5	7	7	5	8	9	7
9. Комунікація із продавцем	9	8	10	8	10	8	4	4	3
10. Вибір найбільш дорогої покупки із доступних	8	9	6	9	9	9	10	10	11
11. Можливість оглянути покупку або її тестування	6	3	8	1	1	1	6	5	6

Джерело: розраховано авторами

Отже, можемо виокремити наступні дві основні риси студента/ки при управлінні купівельними ризиками товарів групи КПЗД – схильність до врахування оцінок свого оточення та намагання діяти в рамках «білого» нормативно-правового оформлення угод з купівлі-продажу.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Внутрішня торгівля. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/tsrtp/tsrtp2017_u.htm.
2. Кількість активних «платників в Інтернеті» в Україні зростає. 31 травня 2021 р. Ритейл в Україні. URL: <https://ua-retail.com/2021/05/kilkist-aktivnix-platnikov-v-inter-neti-v-ukra%D1%97ni-zroslo>.

3. Google представляє результати дослідження поведінки покупців за часів пандемії Smart Shopper 2021 – Офіційний Блог – Google Україна. 4 жовтня 2021 р. URL: <https://ukraine.googleblog.com/2021/10/google-smart-shopper-2021.html>.

4. Старостіна А. О., Кравченко В. А. Ризиковраховуюча поведінка інтернет-покупців під час пандемії КОВІД-19. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні : монографія / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 161–172. URL: https://drive.google.com/file/d/1Sc6s2Ce8LmgEQvroaahiWq9J0oK_15pd/view.

ДЕТЕРМІНАНТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Шумкова Олена Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та логістики
Сумського національного аграрного університету*

Інноваційний маркетинг в умовах глобалізації бізнесу стає особливо важливим, оскільки зростає конкуренція на міжнародному ринку. Для забезпечення успіху на міжнародному ринку, підприємства повинні бути готові до використання новітніх технологій та інноваційних підходів до маркетингу.

Інноваційний маркетинг може допомогти підприємствам залучати увагу споживачів у світі, де інформаційний шум і рекламний потік є дуже великим. Для досягнення цієї мети, підприємства можуть використовувати соціальні мережі, мобільні додатки, відео-маркетинг та інші інноваційні технології, що дозволяють створювати цікаві та привабливі пропозиції для споживачів. Крім того, інноваційний маркетинг може допомогти підприємствам відповідати на потреби споживачів у різних країнах, забезпечуючи високу якість продукту та послуги. Інноваційний маркетинг – це підхід до маркетингу, що базується на використанні новітніх технологій та ідей, щоб розвивати та просувати продукти або послуги. Важливим аспектом інноваційного маркетингу є відкритість для змін та готовність до експериментів. Підприємства, що успішно використовують інноваційний маркетинг, часто відзначаються високою рівнем адаптивності та гнучкості [2, с. 120; 3].

Мета інноваційного маркетингу в умовах глобалізації бізнесу полягає у створенні та впровадженні нових, інноваційних стратегій маркетингу, щоб забезпечити успіх підприємства на міжнародному ринку. Основні цілі інноваційного маркетингу в умовах глобалізації бізнесу включають наступне:

1. Залучення уваги споживачів – зростання конкуренції на міжнародному ринку робить важливим створення інноваційних маркетингових стратегій, які допоможуть підприємствам залучати увагу споживачів та вирізнятися серед конкурентів.

2. Розширення ринків – інноваційний маркетинг може допомогти підприємствам знаходити нові ринки та розширювати свою присутність на міжнародному ринку шляхом запуску нових продуктів та послуг, які відповідають потребам місцевих споживачів.

3. Підвищення конкурентоспроможності – за допомогою інноваційного маркетингу підприємства можуть створювати продукти та послуги, які мають високу якість та відповідають потребам місцевих ринків, що дозволяє збільшити конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

4. Збільшення прибутковості – інноваційний маркетинг може допомогти підприємствам збільшувати свою прибутковість шляхом ефективного використання новітніх технологій та інноваційних стратегій маркетингу [3; 5, с. 107].

Основні завдання інноваційного маркетингу в умовах глобалізації бізнесу можна сформулювати таким чином:

- створення та впровадження нових, інноваційних стратегій маркетингу, які дозволяють підприємствам відрізнятись від конкурентів та забезпечити успіх на міжнародному ринку;

- дослідження та аналіз місцевих ринків та споживачів для визначення потреб та попиту на нові продукти та послуги;

- розробка нових продуктів та послуг, які відповідають потребам місцевих ринків та споживачів;

- ефективне просування нових продуктів та послуг на міжнародних ринках за допомогою інноваційних маркетингових кампаній та рекламних стратегій;

- розвиток нових ринків та збільшення обсягів продажів на міжнародному ринку;

- оптимізація витрат на маркетинг та забезпечення високої ефективності маркетингових кампаній;

- використання новітніх технологій та інструментів маркетингу для досягнення поставлених цілей;

- встановлення ефективної системи моніторингу та аналізу результатів маркетингових кампаній для коригування стратегій та підвищення ефективності маркетингових заходів [1, с. 23].

Інноваційний маркетинг в умовах глобалізації бізнесу має свої особливості, оскільки глобалізація змінює традиційні підходи до маркетингу та вимагає від підприємства більш гнучких та адаптивних стратегій. Особливості інноваційного маркетингу в умовах глобалізації бізнесу можуть включати:

1. Глобальна орієнтація: інноваційний маркетинг диктує умови глобальної орієнтації, тобто підприємство повинно розуміти та враховувати різні культурні, економічні та політичні особливості країн, в яких вони діють.

2. Активне використання технологій: інноваційний маркетинг допомагає розвиватися підприємству, використовуючи нові технології та інструменти для залучення та збереження клієнтів, а також для аналізу та прогнозування ринкових тенденцій.

3. Створення унікальної цінності: інноваційний маркетинг передбачає створення підприємством унікальної цінності для своїх клієнтів, що дозволяє вирізнитися на ринку та конкурувати з іншими підприємствами.

4. Адаптивність та гнучкість: підприємство повинні бути готовими до змін та адаптуватися до нових ринкових умов, що потребує гнучкості та швидкості прийняття рішень.

5. Комунікація з клієнтами: інноваційний маркетинг передбачає активну комунікацію з клієнтами та залучення їх до процесу створення та розробки нової продукції [4, с. 89].

Умови глобалізації бізнесу вимагають від підприємства постійного пошуку інноваційних підходів у маркетингу для успішного конкурсування на міжнародному ринку. Перелік інструментів інноваційного маркетингу, які може використати підприємство у процесі глобалізації власного бізнесу є наступними:

1. Цифровий маркетинг – маркетинг дозволяє підприємствам дійти до своєї аудиторії через різні канали, такі як електронна пошта, соціальні медіа, контент-маркетинг та рекламні кампанії.

2. Розвиток бренду – інноваційні підходи до брендингу можуть включати в себе використання нових технологій, дизайну та інших елементів.

3. Маркетингові дослідження – інноваційні методи досліджень можуть включати в себе використання аналітики даних та штучного інтелекту.

4. Взаємодія зі споживачами – відкритість до споживачів може допомогти підприємству залучити їхню увагу та побудувати з ними довгострокові стосунки.

5. Геомаркетинг – використання геоданих може допомогти підприємству залучити саме тих споживачів, які будуть зацікавлені найбільше у продукції підприємства і чий потреби підприємство зможе повністю задовольнити [3].

Впровадження інноваційного маркетингу в умовах глобалізації бізнесу може бути складним та тривалим процесом. Для успішного впровадження інноваційного маркетингу у діяльність підприємства для подальшої глобалізації його бізнесу, важливим є запровадження наступних етапів:

1. Аналіз потреб ринку – підприємство має зрозуміти, що потрібно її клієнтам та які інновації можуть бути використані для залучення нових клієнтів та збереження старих.

2. Розробка стратегії – після аналізу потреб ринку підприємство має розробити стратегію впровадження інноваційного маркетингу. Ця стратегія повинна включати мету, завдання та плани дій.

3. Розробка інноваційних продуктів – підприємство має розробити нові та інноваційні продукти, які відповідають потребам ринку та споживачів.

4. Тестування продуктів – після розробки нових продуктів, підприємство має провести тестування для перевірки ефективності та популярності продуктів серед споживачів.

5. Впровадження та маркетинг – після успішного тестування продуктів, підприємство має впровадити їх на ринок та розробити стратегії маркетингу для просування продуктів серед споживачів.

6. Моніторинг та аналіз результатів – підприємство має проводити моніторинг та аналіз результатів своїх інноваційних маркетингових стратегій, щоб забезпечити успішність та ефективність своїх продуктів та маркетингових підходів на ринку [1, с. 57].

Отже, завдання інноваційного маркетингу в умовах глобалізації бізнесу полягає в створенні та впровадженні нових, ефективних маркетингових стратегій та інструментів, які допоможуть підприємствам успішно працювати на міжнародному ринку та збільшувати свою конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань. Харків : ТОВ «Діса плюс», 2016. 192 с.
2. Ілляшенко С. М., Рудь М. П. Особливості класифікації маркетингових інновацій. *Вісник ХДУ Серія Економічні науки*. 2018. Том 3. № 30. С. 114–120.
3. Кузнецова К. Інноваційний маркетинг у сучасному бізнесі. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/19147/1/106-108.pdf>.
4. Мостова А. Д. Сучасні види інноваційного маркетингу в діяльності підприємств. *Придніпровська державна академія будівництва та архітектури*. 2018. Вип. 1 (12). С. 88–93.
5. Розвиток маркетингу в умовах глобалізації: сучасні тенденції та перспективи : монографія / за ред. проф. Р. В. Федоровича. Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2015. 411 с.

АНТИКРИХКІСТЬ ТА АНТИКРИЗОВА СТІЙКІСТЬ В ДІДЖИТАЛ СЕРЕДОВИЩІ

Язвінська Надія Вікторівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри промислового маркетингу

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Щербатюк Ірина Віталіївна

студентка

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Антикризова стійкість в діджитал середовищі стає все більш актуальною темою для бізнесу, оскільки розвиток технологій дозволяє швидше та ефективніше реагувати на кризові ситуації. Але це також призводить до збільшення кількості загроз, з якими стикаються компанії в онлайн-середовищі.

Антикризова стійкість та антикрихкість – це два поняття, що відносяться до захисту діджитал-систем від впливу різних негативних чинників, але мають різне значення.

Антикризова стійкість означає здатність підприємства залишатися працездатною в умовах кризових ситуацій, таких як кібератаки, природні катастрофи, людські помилки тощо. Це означає, що підприємства може продовжувати працювати в обмеженому режимі або після перерви, доки не буде відновлена її повна функціональність. Антикризова стійкість зазвичай забезпечується захисними заходами, такими як резервне копіювання даних, захист від кібератак, мережеві протоколи забезпечення безпеки та інші [1, с. 75].

Антикрихкість – це здатність систематично створювати можливості розвитку, перетворюючи негативні наслідки помилок чи кризових ситуацій у нові можливості та ресурси. Це означає, що підприємство буде продовжувати працювати правильно незалежно від ситуації. Антикрихкість в діджитал середовищі зазвичай досягається за допомогою високоякісного програмного забезпечення, стандартизованих процесів розробки та тестування, а також ефективних методів налагодження системи [2, с. 111].

Отже, хоча обидва терміни стосуються захисту систем від негативного впливу, антикризова стійкість забезпечує захист від кризових ситуацій, тоді як антикрихкість забезпечує стійкість та надійність системи в будь-яких умовах.

Розглянемо аспекти антикризової стійкості діджитал систем на підприємстві:

- Захист від кібератак. Це охоплює впровадження захисних механізмів для запобігання атакам на системи компанії, а також постійне моніторинг та оновлення захисних технологій. Крім того, компанії повинні регулярно створювати резервні копії даних, щоб зменшити ризик втрати інформації під час технічних проблем.

- Використання хмарних технологій для збереження даних та резервного копіювання. Це дозволяє забезпечити доступність даних у будь-який час та звільнити компанію від необхідності зберігання власних серверів.

- Регулярно вдосконалення програмного забезпечення, щоб зменшити ризик технічних проблем та покращити безпеку даних.

- Навчання та підвищення кваліфікації персоналу є також важливим аспектом антикризової стійкості в діджитал середовищі.

- Розробка планів дій у випадку кризових ситуацій, таких як виток інформації, кібератаки, недоступність систем тощо. Компанії повинні бути готові до можливості будь-якої ситуації та мати готовість швидко та ефективно відповідати на них.

Однією з найбільш актуальних загроз є кібератаки, які можуть призвести до витоку конфіденційної інформації, втрати даних, недоступності систем та інших наслідків. У таких випадках компанії повинні діяти швидко та ефективно, щоб зменшити наслідки кризи та відновити роботу систем.

Ще одним важливим моментом антикризової стійкості є моніторинг онлайн-репутації компанії та швидка реакція на виявлені проблеми. Інтернет дозволяє користувачам швидко та легко ділитися своїми враженнями та відгуками про товари та послуги, тому важливо мати механізми для відстеження цих відгуків та швидко реагувати на негативні коментарі.

Враховуючи зростаючу роль діджитал середовища в сучасному бізнесі, антикризова стійкість в цьому контексті стає все важливішою для успішної діяльності компаній. На підприємствах повинні бути використані ефективні заходи захисту даних та інформації, розроблені плани дій у випадку кризових ситуацій та забезпечений достатній рівень кваліфікації персоналу. Такі заходи дозволяють зменшити ризики та забезпечити стійкість діджитал бізнесу у будь-яких умовах [3].

Антикрихкість є важливою характеристикою діджитал-систем, оскільки забезпечує їхню стійкість та надійність в будь-яких умовах. Деякі з аспектів антикрихкості в діджитал середовищі включають наступне:

- Відповідність стандартам та нормам: Для забезпечення антикрихкості діджитал-систем потрібно дотримуватися стандартів та норм,

які забезпечують високу якість програмного забезпечення та процесів розробки.

– Надійність системи: Діджитал-системи повинні бути надійними та стійкими до впливу помилок, відмов та відмінностей в роботі, що можуть виникнути через різні причини.

– Резервне копіювання даних: Резервне копіювання даних дозволяє зберігати дані у випадку відмови системи або катастрофи. Це дозволяє забезпечити доступ до важливих даних та запобігти їх втраті.

– Ефективна стратегія управління помилками: Ефективна стратегія управління помилками дозволяє виявляти та виправляти помилки у системі до того, як вони призведуть до серйозних проблем.

– Забезпечення безпеки: Діджитал-системи повинні бути захищені від кібератак та інших загроз безпеці. Для цього можуть використовуватись різноманітні методи, такі як шифрування даних, фізичний захист, мережеві протокол [3].

Отже, хоч антикрихіть та антикризова стійкість пов'язані зі забезпеченням стійкості діджитал систем, вони мають різний підхід та фокусуються на різних аспектах забезпечення безпеки та стабільності.

Список використаних джерел:

1. Токмакова І. В, Панченко Н. Г., Кургузова М. Ю. Розроблення антикризової стійкості в умовах цифрової трансформації. *Економіка підприємства*. С. 70–79.

2. Язвінська Н. В., Вишницька С. В. Формування антикризової конкурентоздатності підприємства – маркетинговий підхід. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. Київ. 2022. С. 107–113.

3. Thrive during a crisis: the role of digital technologies in fostering antifragility in small and medium-sized enterprises. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*. URL: <https://d-nb.info/1259788016/34>.

НАПРЯМ 12. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-38>

CHALLENGES AND PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF THE CIRCULAR ECONOMY IN UKRAINE. EU EXPERIENCE

Gorokhova Tetiana

PhD, Associate Professor

Centre for Advanced Internet Studies (Germany)

Today, the impact of human activity on the environment continues to grow. Finite resources, increasing waste and rising pollution can lead to a deterioration in human well-being and, from a business perspective, threats to competitiveness, profitability and business sustainability are also on the rise.

The linear economic model has so far been dominant in most countries of the world [1]. This model can be described by a chain of «take, make, use and discard». This means that manufactured goods are simply thrown away after they have been used. At the same time, this economic model has led to several negative consequences:

- a growing shortage of resources, which has led to an increase in their price;
- the constant emission of waste pollutes the environment and threatens most of the planet's ecosystems;
- the emission of carbon dioxide into the atmosphere leading to global warming;
- increasing areas of land that are contaminated or used for waste storage, which could be used for other purposes.

Climate change and the depletion of natural resources are clearly negative processes that require the implementation of a circular economy. At the same time, society itself must change – from the choice of raw materials, product development methods and new service concepts to the widespread use of by-products from one industry as the entire raw material for another.

The circular economy is an economy that is inherently circular and recycling. According to Deming Chen [2]: «A circular economy is a model of economic development according to which material resources can be recycled, i.e., reintegrated into production. The goal of a circular economy is to ensure the endless use of material resources». This economic model can be described in terms of a chain of «take, make, use, recycle». The main objective of implementing a circular economy is to modernise production in order to minimise the resources used and the waste produced. In a circular

economy, waste is a source of added value. The circular economy is therefore an important component of the fourth industrial revolution (the transition to environmentally friendly and resource-efficient natural production).

Experts identify various methods of modernising production in the circular economy [1; 3; 4]:

- use of innovative production technologies that use a minimum amount of resources;
- introduction of eco-design for products;
- modification of production to generate recyclable waste;
- minimising the amount of waste generated that cannot be recycled (the ideal of a circular economy is the absence of such waste).

Today, the most notable results in the transition to a circular economy have been achieved in the European Union (EU), where the European Resource Efficiency Platform brings together EU countries with the aim of ensuring a transition to a circular economy based on the reuse of primary raw materials and high-quality processing. The importance of implementing a circular economy is reflected in the Sustainable Development Goals (key development areas for 2015–2030 identified at the UN International Summit on 25 September 2015) [5]. Firstly, the importance of rational consumption and production is highlighted in Goal 12 «Responsible consumption and production». For example, to address specific wastes associated with significant resource losses or environmental impacts, the EU has adopted individual approaches (Table 1).

According to EU estimates, «the introduction of resource-efficient production technologies at all levels of the production chain would reduce the demand for industrial raw materials by 17–24% by 2030 and reduce the annual costs for businesses by €630 billion» [8].

In Ukraine there is almost no system for the separate collection of household waste, of which packaging waste is a part. There is also no system for managing hazardous waste and waste electrical equipment and batteries. In addition, 94% of household waste is disposed of in dumps and landfills, and secondary raw materials are wasted every year, mainly due to the lack of relevant legislation. As a result, only 12–15% of packaging waste and up to 5% of municipal solid waste is recycled in Ukraine [9]. The number of landfills in Ukraine is increasing due to the lack of proper mechanisms for recycling waste and rubbish. In order to improve this situation, the methods of waste recycling and the pricing of these services need to be reviewed.

Ukraine signed the Association Agreement with the EU, in which it committed itself to increasing waste recycling and reusing it in the economy. The reforms that our country is implementing are aimed at getting rid of its dependence on the export of natural resources and goods with a low degree of processing.

Table 1

EU experience in dealing with certain types of waste

The sphere	Activities
Food waste	Commission proposes that EU Member States develop national food waste prevention strategies and aim to reduce food waste from production, retail, food services and households by at least 30% by 2025.
Marine waste	Full implementation of the measures in the EU waste package could reduce marine waste from 13% in 2020 to 27% in 2030.
Hazardous waste	As a first step, the EU strengthens its record keeping by establishing a hazardous waste register and identifying the capacity of hazardous waste management systems in EU Member States.
Construction and demolition waste	Projects aimed at improving the management of construction and demolition waste will be included in the assessment of the environmental performance of buildings, as indicated in the European Commission's Communication on opportunities to improve resource efficiency in the construction sector
Recycling of key raw materials	The European Commission promotes the efficient use and recycling of key raw materials through the Raw Materials Initiative and the European Raw Materials Innovation Partnership.
Plastic waste	An important initiative to improve the management of plastic waste is the introduction of restrictions on the use of plastic bags in EU Member States, a gradual increase in recycling and a move away from landfills. It is envisaged that all plastic packaging should be recycled by 2030.
Illegal waste shipments	The European Commission has stepped up its efforts to ensure compliance with relevant EU legislation, in particular EU Regulation 1.

Source: developed by author based on [6; 7; 8]

According to the National Institute for Strategic Studies, the current areas of bilateral cooperation with the EU in this area are the development of alternative energy sources in Ukraine, the creation of production facilities for the processing of household and industrial waste, and the development of organic food products. Due to the presence of large markets in the EU and the significant demand for these products from industrial enterprises and households, the European Commission strongly supports the development of such industries [10].

Thus, a step towards the introduction of a circular economy in Ukraine has been made, but this issue still remains open. However, given the heavy losses and destruction of Ukraine's industrial complex due to Russian aggression, Ukraine needs to transform both its economic and industrial systems. An important step on this path to implementing a circular economy in the country is to make the population aware of the importance of this issue. Because no matter what laws the government adopts, it all starts with the understanding of every citizen, business, and organisation of the importance of implementing circular economy principles in their own activities and

building the recovery of Ukraine and its economy on the principles of circularity and rational use of natural resources.

References:

1. Abazov R. (2021), Education for sustainable development and ICT: The case of MDP program at al-Farabi KazNU. Herald of Journalism. Vol. 58. № 4. P. 34–43. DOI: <https://doi.org/10.26577/HJ.2020.v58.i4.04>.
2. Chen Demin (2004), Core of recycling economy is to use resources circularly. China Population, Resources and Environment. Vol. 14 (2). P. 12–15.
3. Srinivas, H. (2015), Industrial Ecology, Sustainable Development: Concepts. Available at: <https://www.gdrc.org/sustdev/concepts/16-1-eco.html>.
4. Dajian Zhu (2014), China's policies and instruments for developing the circular economy. Europe's World. June 15.
5. Sustainable Development Goals. Available at: <https://sdgs.un.org/goals>.
6. European Commission (2018), Circular Economy: New rules will make EU the global front-runner in waste management and recycling [Press release]. Available at: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3846_en.htm.
7. Circular Economy Action Plan (2020), European Commission. Available at: <https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/newcirculareconomyactionplan.pdf>.
8. Varfolomieiev, M., Churikanova, O. (2020), Circular Economy as an Integral Way of Ukraine's Future in the Aspect of Globalization. Effective Economy. Vol. 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.200>.
9. Analytical data, State Statistical Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Verkhovna Rada of Ukraine (2001), «The Land Code of Ukraine». Available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2768%24> (accessed 20 March 2023).

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Кукель Галина Сергіївна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та економіки
Вінницького національного технічного університету*

Сучасні проекти унікальні, складні, неповторні, реалізовані в певний термін, мають певний початок і кінець. Вони створені командою за допомогою певних методів і технік.

Зараз проекти реалізуються відповідно до індивідуальних чи колективних потреб. Потреби постійно змінюються, як і світ навколо нас. Те, що задовольняє наші потреби сьогодні, не буде актуальним завтра, тому що наші потреби та вимоги змінюються. У сучасних умовах уміння управляти проектами є вимогою часу. Згідно з дослідженнями, застосування стандартних проектних технологій у великих проектах (якщо вартість цих технологій від 2% до 10% обсягу бюджету проекту) дає змогу досягти економічного ефекту від 15% до 20% [1]. Саме тому не лише великі корпорації, але й малі підприємства потребують керівників проектів, які будуть здатні успішно реалізувати їх нові бізнес-ідеї.

Що стосується розвитку управління проектами, в розрізі застосування науки та потреб ринку можна перерахувати наступні кроки: 1-й етап розробки наукових і військових проектів – 1940–1950 рр., наприклад, Manhattan Project; 2-й етап цивільних застосувань управління проектами – друга половина 40-х років, наприклад, план Маршалла; 3-й етап розвитку мережевих методів – 1950-60-ті роки; 4-й етап використання комп'ютерів для вирішення складних мережевих завдань; 5-й етап розробки ІТ-засобів підтримки управління проектами – кінець 1980-х років; 6-й етап бурхливого розвитку науки – кінець 90-х років; 7-й стадія спеціалізації – створення специфічних підходів до управління окремими типами проектів, наприклад ІТ-проектів – кінець 20 ст.тисі на початку 21вулстоліття; 8-й етап бурхливого розвитку, наприклад використання інновацій у сфері ІТ в управлінні проектами, наприклад аутсорсинг – початок ХХІ ст [2].

Сьогодні існує багато підходів до управління проектами, які включають: 1. традиційний підхід, де проект є послідовністю етапів, і він поділяється на фази: початок, планування, виконання, моніторинг і завершення проекту, наприклад РМІ; 2. екстремальні підходи, наприклад, Agile або Scrum, де керівник проекту переслідує намічену

мету та вдосконалює її першу версію разом із командою проекту; підхід використовується особливо в ІТ-проектах; або екстремальний підхід, якщо мета або план проекту не визначені. Підхід використовується в науково-дослідних проектах, коли кінцева мета проекту невідома і часто непередбачувана.

Самі етапи, з яких складається проект, трудомісткі та затратні, в іншому випадку проект не є проектом як таким. На практиці цілі проекту повинні відповідати критеріям SMART:

- конкретність – чітка визначеність цілей;
- вимірність – мета повинна бути можлива для вимірювання, задля визначення досяжності цілей;
- амбітність – проект має бути достатньо амбітним, щоб його досягнення вимагало зусиль і праці, а не рутинним чи повсякденним;
- реалістичність – цілі проекту мають бути досяжними для виконавців, такі цілі мотивують;
- тимчасовість – цілі лімітовані часовими обмеженнями.

В інформаційному суспільстві зростає роль і значення проектів, які, будучи окремими і унікальними підприємствами, задовольняють індивідуальні потреби сучасних клієнтів. Усі науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи та великі будівельні інвестиції реалізуються у формі проектів.

Шляхи розвитку управління проектами можна розділити на чотири основні напрями:

1. Щодо розвитку проектного менеджменту в цілому, що включає загальні підходи до управління проектами, наприклад, Форсайт, або конкретні підходи, наприклад, Agile, Scrum;
2. Щодо проектної команди: розробка моделей управління персоналом та розвиток освіти проектних команд (якість, спеціалізація, доступність);
3. Щодо розробки засобів управління проектами: створення та розробка додатків з використанням моделі сервісів;
4. Щодо розвитку інформаційного суспільства, що змушує компанії випускати нові та різноманітні продукти.

Розвиток проектного менеджменту може відбуватися за такими напрямками:

- створення та розробка нових спеціалізованих підходів до проектів, пов'язаних із конкретними проблемами, які вони мають вирішити (наприклад, спеціальний підхід до вирішення проблем ІТ або R&D). Такі спеціалізовані проекти в тій чи іншій області вимагають особливих підходів, які дозволять найкращим чином вирішити завдання проекту;
- створення та розвиток нових підходів до загального управління проектами, наприклад, форсайт;

- розробка моделей управління персоналом, як ключовий фактор успіху проекту;
- розвиток навичок проектних команд, особливо наявність спеціалізованих курсів та спеціалізованих і післядипломних навчань, можливості для навчання, вдосконалення знань, досвіду, отримання ступенів спеціалізації;
- створення програмного забезпечення для управління проектами, адаптованого до індивідуальних підходів, типів і видів проектів;
- розвиток використання моделі обслуговування в управлінні проектами, наприклад, аутсорсинг і хмарні обчислення;
- розвиток, пов'язаний з потребами інформаційного суспільства – значне збільшення кількості товарів, доступних на ринку, постійний пошук нових товарів, розвиток науки.

Новим викликом сучасності, пов'язаним із розвитком технологій, є управління проектами в умовах глобалізації. Більшість проектних робіт нині виконуються в розподіленій формі за умов різних часових зон, культурних розбіжностей і відсутності особистої комунікації. Сьогодні зменшується частка проектних команд, які знаходяться в одному приміщенні, навіть незважаючи на те, що Agile-методологія виступає саме за спільне перебування. Управління факторами впливу на результативність взаємодії між членами команди і командою є критично важливими, як слідство перспективи досліджень у галузі менеджменту проектами пов'язані саме з розподіленими командами. Проведене дослідження розвитку підходів і методів управління проектами дозволило сформулювати погляд на періодизацію розвитку практик проектного менеджменту і визначити основні сучасні тенденції у сфері управління проектами, які виникають під впливом глобалізації, поширення інформаційних і комунікаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Лучко Г. Й., Лебідь Т. В., Когут І. В. Сучасний стан та проблеми розвитку проектного менеджменту в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 501–506.
2. Краснокутська Н. С., Осетрова Т. О. Еволюція розвитку та сучасні тренди в управлінні проектами. *Економічний аналіз*. 2018. Том 28. № 1. С. 236–242.
3. Słonec J., Kaczorowska A., Motyka S. Prospects for the Development of Project Management in the Information Society. ResearchGate. 2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/308801978_Prospects_for_the_Development_of_Project_Management_in_the_Information_Society.

ЦІНОВА КОНКУРЕНЦІЯ: ЯК НЕ ПОТРАПИТИ У «МЕРТВУ ПЕТЛЮ»

Шевченко Людмила Степанівна

докторка економічних наук,

професорка кафедри економічної теорії

Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Зниження цін на ринку і навіть продаж продукції за цінами, нижчими за ринкові, можуть відбуватися поза впливів конкуренції. Наприклад, коли підприємству потрібно терміново розпродати свою продукцію для погашення короткострокової заборгованості, або коли на ринку падає попит, але підприємство хоче зберегти свою частку ринку. Однак ціноутворення може бути й важливим елементом конкурентного стратегування бізнесу. Так, з початку 2023 р. виробник електромобілів Tesla уже двічі знизив ціни на седан Model S і позашляховик Model X. Пояснення – компанія хоче підвищити попит на свою продукцію. Але багато хто з аналітиків ставить питання по-іншому: що це – паніка компанії через авто, які не продаються так, як би хотілося, нова конкурентна стратегія чи «велика цінова війна» компанії Tesla? «Маск щойно розпочав цінову війну, яку Tesla має великі шанси виграти, навіть якщо вийти неушкодженою не може бути й мови» [1].

Отже, цінова конкуренція ведеться шляхом зниження цін для стимулювання купівельного попиту. Цінову конкуренцію може розпочати лідер ринку з метою придушення економічної активності конкурентів. Але її може ініціювати й мале підприємство, яке кидає виклик іншим виробникам, аби вижити в конкурентній боротьбі. Цінова конкуренція є також важливим прийомом підривної конкуренції, коли в нижчому секторі існуючого ринку з'являється «підричник», який пропонує споживачам новий продукт, простий і зручний у користуванні, і нижчу ціну. Використання нижчих цін перехоплює споживачів і змушує конкурентів шукати функціональну альтернативу. Проте як тільки «підричник» закріпився у своєму секторі ринку, він прагне підвищити свій прибуток. Для цього йому потрібно ввійти у вищий сектор, де клієнти готові платити більше, але за вищу якість та інновації. І конкурувати з виробниками дорогих продуктів, знову знижуючи ціну.

У сучасній ціновій конкуренції популярними є такі прийоми:

– «маневрування цінами» через надання різних скидок, приховане зниження цін, установа однакових цін на товари різної якості;

– «*ціновий прорив*» – встановлення найнижчих на ринку цін на нову продукцію для залучення масового покупця й збільшення ринкової частки підприємства;

– «*стримування цін*» в умовах інфляції;

– «*халява*» – пропонування споживачам безкоштовних продуктів (як варіант – із відчутною знижкою) або безкоштовної доставки;

– «*преміальна ціна*» – для заможних споживачів, які цінять високу якість і навіть розкіш і тому надають перевагу дорогим товарам;

– *динамічне ціноутворення* в умовах електронної комерції та інтернет-торгівлі.

Утім, найпоширенішим прийомом цінової конкуренції залишається «*цінова війна*» шляхом відчутного, причому повторного, зниження цін на свої товари окремим підприємством. Конкуренти, які не мають можливості зменшити ціни через високі витрати виробництва, несуть збитки, нерідко банкрутують і йдуть із галузі. Потім «ініціатор» війни піднімає ціни, чим компенсує свої витрати і втрати. Однак постійне маніпулювання цінами підриває фінансову стабільність і репутацію самого підприємства-агресора: падіння цін відбувається, аж поки в бізнесі не залишиться прибутку – ні для кого! А «спіральне ціноутворення» призводить до дедалі нижчих цінових очікувань серед клієнтів, і якщо такі очікування заповнили уми клієнтів, на більшості ринків їх скасувати вже неможливо [2]. Як наслідок, бізнес потрапляє у «*мертву петлю*» – процес стрімкого падіння підприємства, яке ввійшло в порочне коло невдач [3]. Причому головні учасники конкуренції зазвичай змушені грати за такими правилами, навіть коли вони розуміють негативні наслідки конкуренції.

Основними різновидами цінових війн є:

– «*гонка до дна*», коли підприємство намагається знизити ціни, жертвуючи стандартами якості та безпекою працівників або скорочуючи витрати на робочу силу [4]. Це безглузда конкуренція «око за око» з метою одержання конкурентної переваги, наприклад, захоплення значної частки ринку, яка перетинає етичні межі та може бути руйнівною для всіх учасників. «Гонка до дна» може стимулювати підприємство переводити свій бізнес у регіони (країни) з низькими витратами виробництва, наприклад, низькою заробітною платою. Наслідки відчувають як учасники такої конкуренції, так і все бізнес-середовище: ініціатор гонки має бути готовим до значного, а головне – постійного скорочення прибутку; споживачі продукції або послуг – до погіршення їхньої якості, нехтування стандартами безпеки; громадськість – до можливого порушення екологічного законодавства та забруднення довкілля; працівники підприємств – до порушення їхніх прав, трудового та соціального законодавства;

– «хижацьке (грабіжницьке) ціноутворення» – встановлення нереально низьких цін на товар з метою усунення конкуренції та створення монополії. Однак витіснити всіх конкурентів із бізнесу майже неможливо, а знижувати ціни нижче собівартості виробництва погодиться не кожен «хижак». До того ж потужні конкуренти можуть просто перечекати ринкові маневри свого конкурента, а потім повернутися до бізнесу. Формою хижацького ціноутворення на зовнішніх ринках є *демпінг*: підприємства продають свою продукцію на зовнішньому ринку дешевше, ніж на національному ринку.

Як виграти і чи можна загалом виграти в ціновій війні? Як не потрапити у «мертву петлю»? Ці питання бентежать не тільки практиків бізнесу, а й теоретиків менеджменту. Всі погоджуються з тим, що «цінова війна – це найкращий варіант саморуйнівної поведінки, яка програє. Але це одна з найпоширеніших проблем управління» [5].

Існують кілька способів реагування на цінову війну:

1) забезпечити відповідність цін (своєчасно збирати, аналізувати та вживати заходів щодо цін і цінових дій конкурентів, зіставляти ціни на ринку, пропонувати варіанти відповідності цін потребам клієнтів);

2) знижувати загальні витрати на ведення бізнесу;

3) розпочати та виграти **війну цінності для споживачів**. «Справжня виграшна стратегія полягає в тому, щоб перетворити цінову війну на війну цінностей» [5];

4) зупинити цінову війну до її початку: або розкрити конкурентам свої стратегічні наміри, наприклад, повідомити, що підприємство має намір вести цінову війну, використовуючи всі можливі ресурси. Або сповістити конкурентів, що підприємство віддає перевагу конкуренції за параметрами, відмінними від ціни. Якщо конкуренти з цим погоджуються, що така конкуренція може виявитися навіть більш прибутковою, ніж цінова. Або переконатися, що конкуренти знають про цінові переваги фірми – її низькі витрати. Це стримає конкурентів від зниження цін, а в разі цінової війни підприємство може знизити свої ціни до рівня, який не дозволить конкурентам одержувати прибуток [6];

5) відмовитися від цінової конкуренції, поступившись своєю часткою ринку, аби не продовжувати дорогу битву;

6) відповісти неціновими діями: зосередитися на якості, а не на ціні (менеджери підприємства повинні донести це до споживачів шляхом ребрендингу, маркетингу та просування); попередити клієнтів про негативні наслідки низьких цін; звернутися за допомогою до клієнтів, постачальників, торгових партнерів, незалежних торгових представників та інших однодумців, якщо цінова війна може вести до банкрутства підприємства; звернутися до держави з проханням оцінити конкурентну ситуацію.

Важливе значення має постійна *діагностика* (моніторинг) ринкового ціноутворення та дій конкурентів. Завданням є з'ясування причин цінової конкуренції або цінової війни, методів їх ведення та кінцевих цілей; розроблення цінової стратегії підприємства та ухвалення раціональних управлінських рішень щодо можливих дій у процесі цінової конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Hull D., Bloomberg. The great Tesla price war is here and it could be either the sign of a looming catastrophe or a bold bet on growth. URL: <https://fortune.com/2023/01/18/tesla-price-war-elon-musk-demand-growth>.
2. Robinson J. The Inside Secrets of How to Survive a Price War. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/inside-secrets-how-survive-price-war-jeff-robinson/>
3. Koch R. The Financial Times Guide to Management and Finance: An A-Z of Tools, Terms and Techniques. The Financial Times, 1995.
4. Chen J. What Is the Race to the Bottom? URL: <https://www.investopedia.com/terms/r/race-bottom.asp>.
5. Byrnes J. How To Win A Price War. URL: <https://chiefexecutive.net/how-to-win-a-price-war>.
6. Rao A. R., Bergen M. E., Scott D. How to Fight a Price War. URL: <https://hbr.org/2000/03/how-to-fight-a-price-war>.

МЕТОД 9-GRID BOX В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Юрченко Галина Миколаївна

*асистентка кафедри менеджменту персоналу та адміністрування
Національного університету «Львівська політехніка»*

Останніми роками дослідження про підходи до розвитку персоналу в контексті реінтеграційних програм, спрямованих на підтримку соціально незахищених категорій населення, як ось ветеранів та їх сімей, людей з інвалідністю та інших набули особливої актуальності. Разом з тим досі не вивченими залишаються інструменти та підходи, що будуть задовільняти потреби соціальних підприємств, що працюють за бізнес-моделлю працевлаштування, метою яких є підвищення конкурентоздатності людей з соціально незахищених категорій населення на традиційному ринку праці. З іншого боку, для такого типу організацій звичаєвим є високий показник плинності кадрів, що породжує проблему в нестабільності діяльності підприємства через брак кадрів.

Для оцінювання ефективності програм розвитку персоналу пропонуємо розглянути метод 9-grid box, розроблений компанією McKinsey для управління талантами у компанії на основі показників продуктивності та потенціалу. Важливо зазначити, що перевагою впровадження цього методу в діяльність соціальних підприємств полягає не лише в тому, аби управляти розвитком працівників, допомагати реалізувати їх потенціал та вчасно закривати прогалини в компетенціях, а й дозволяє впровадити й заохочувати культуру навчання й спадкоємності, що у свою чергу забезпечує безперебійну діяльність підприємств такої бізнес-моделі, для яких «здорова» плинність кадрів є індикатором успішності діяльності з виховання самозарадності у працівників. Інтегруючи ефективну модель роботи з талантами, підприємство зможе оптимізувати людські ресурси та підготувати працівників як наступників до моменту, коли трапиться черговий «здоровий» вихід частки працівників з діяльності підприємства.

В контексті соціального підприємства, що діє за бізнес-моделлю працевлаштування, формування прибутку стає опосередкованою задачею в рамках етапу перевірки талантів, тоді як на перший план виходить оцінка потенціалу конкретного працівника, його готовність до переходу на новий рівень чи до виходу на традиційний ринок праці як найвищий рівень потенціалу. Окрім цього в межах плану наступництва для соціального підприємства, що діє за бізнес-моделлю працевлаштування, важливим є формування внутрішнього інституту наставництва та

рольових моделей, як фактор мотивації та підтримки за принципом рівний рівному.

З моменту створення оригінального McKinsey 9-box HR-команди перетворили цю модель на інструмент управління талантами, вимірюючи продуктивність і потенціал працівників аби визначати пріоритетність інвестицій у навчання й утримання персоналу, а також для формування планів наступництва. В основі інструменту лежить розподіл працівників на 9 груп в залежності від їх продуктивності та потенціалу. При оцінці продуктивності працівників, менеджери часто звертаються увагу на два фактори: наскільки добре працівник працює зараз, та наскільки добре він, ймовірно, буде працювати у майбутньому (тобто потенціал його росту). Така матриця формується у три кроки: оцінка продуктивності, оцінка потенціалу та їх поєднання. Коли у кожного з наших працівників є значення на осі X та осі Y, він автоматично потрапляє у один з дев'яти, що визначають кореляцію між потенціалом та продуктивність працівника.



Рис. 1. Сітка 9-grid box

Джерело: сформовано автором на основі [3]

Етап оцінки та визначення – це другий етап ефективного розміщення талантів у 9-grid box сітці. Він включає проведення валідованих поведінкових психометричних оцінок, щоб визначити та оцінити рівні компетенцій та навчальні потреби для працівників. Знаючи сильні сторони та можливості працівника, можна розробити дорожні карти кар'єрних сходів, які містять навчальні програми, необхідні для посилення можливостей та використання його сильних сторін для підвищення продуктивності.

У випадку соціального підприємства, наявність людей у «квадраті ризику» (1;1) може свідчити про: завищений рівень входу в програми ресоціалізації та розвитку працівників на соціальному підприємстві; невідповідність програми до можливостей особистості; неефективну адаптацію працівника впродовж першого періоду його перебування в організації. Оптимальними стратегіями поведінки можуть бути: удосконалення наявного процесу й підходів до адаптації працівників; формування додаткової компоненти програми розвитку з меншим рівнем входу (перед-адаптаційний рівень); перескерування людини на іншу програму/соціальне підприємство, якщо є виражена невідповідність у стартових позиціях відповідно до передбаченої моделі розвитку.

Група працівників соціального підприємства з квадрату «середньостатистичні гравці» (2;1) втратили мотивацію; не розуміють варіантів росту. Оптимальними стратегіями управління розвитком цієї групи працівників можуть бути: виявлення демотивуючих факторів, їх усунення; підсилення співпраці з рольовими моделями або наставниками; чітке окреслення моделей поведінки, що очікуються від працівників на даному етапі у програмах розвитку персоналу підприємства.

Група працівників з «квадрату суперечливих гравців» (1;2) – це працівники, що втратили мотивацію та мали неефективну адаптацію. Оптимальними стратегіями управління розвитком цієї групи працівників можуть бути: виявлення демотивуючих факторів, їх усунення; підсилення співпраці з рольовими моделями або наставниками; індивідуальне навчання для заповнення прогалін, що утворились в наслідок неефективної адаптації.

Група працівників з «квадрату неограничених діамантів» (1;3) – це працівники, що не відповідають ролі та/чи програма не відповідає їх особистості, вони не розуміють очікувань або неефективною була адаптація. Оптимальними стратегіями управління розвитком цієї групи працівників можуть бути: окреслення очікувань; відповідний формат адаптації/навчання; скерування на іншу програму/соціальне підприємство.

Наявність працівників у групі з «квадрату майстрів-професіоналів» (3;1) може свідчити про: високий опір до змін, низька здатність до адаптації. Оптимальними стратегіями управління розвитком цієї групи працівників можуть бути послідовне навчання, подовжена програма розвитку.

Наявність працівників у групі з «квадрату ключових гравців» (2;2) може свідчити про: потребу у персоналізації подальших планів розвитку; потребу у вертикальній ротації. Оптимальними стратегіями управління розвитком цієї групи працівників можуть бути: індивідуальний зворотній зв'язок за технікою SSC; вертикальна ротація;

підсилення співпраці людей з цієї групи із наставниками та рольовими моделями на підприємстві.

Наявність працівників у групі з «квадрату зірок, що сходять» (2;3) може свідчити про: потребу у горизонтальній ротації; потребу у виході на традиційний ринок. Оптимальними стратегіями управління розвитком цієї групи працівників можуть бути: індивідуальний зворотній зв'язок за технікою SSC; формування з працівників у цій групі наставників та рольових моделей для інших; горизонтальна ротація; виведення працівника на традиційний ринок праці.

Група працівників з «квадрату високопродуктивних гравців» (3;2) – це працівники, що вже «виросли» над завданнями й очікуваннями своєї поточної позиції. Оптимальними стратегіями роботи з такими працівниками можуть бути: горизонтальна ротація та виведення працівника на традиційний ринок праці.

Наявність працівників у групі «квадрату зірок» (3;3) може свідчити про протермінову потребу у виході на традиційний ринок. Оптимальними стратегіями управління розвитком цієї групи працівників можуть бути: формування з працівників у цій групі наставників та рольових моделей для інших; виведення працівника на традиційний ринок праці.

Вивчаючи кожен тип потенціалу, яким володіє людина, можна створити план розвитку, усунути прогалини та підсилити сильні сторони. 9-grid box – це цінний ресурс, який є не лише інструментом планування наступництва на приватних підприємствах, а й інструмент для управління розвитком працівників на соціальних підприємствах. З точки зору управління людськими ресурсами, цей інструмент забезпечує об'єктивний спосіб управління ефективністю організації шляхом аналізу інвестицій організації в людський капітал. Отже, створюються конкретні індивідуальні плани розвитку для досягнення цілей, а також для того, щоб працівники могли ефективно виконувати свої ролі.

Списки використаних джерел:

1. Винничук Р. О. Таланти як особлива категорія працівників організації. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 246–250.
2. Ситник Й. С., Юрченко Г. М. Сутнісна характеристика феномену «соціальне підприємство», що діє за бізнес-моделлю працевлаштування. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34.
3. 9-grid-box in Talent management. AIHR. URL: <https://www.aihr.com/blog/9-box-grid/>.

НАПРЯМ 13. ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-42>

РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ДІЛОВОЇ АВІАЦІЇ

Манівчук Василь Васильович

*провідний інженер, кандидат економічних наук,
ДП «УКРАЕРОРУХ»*

Романенков Юрій Олександрович

*доктор технічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту*

*Національного аерокосмічного університету імені М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»*

Основа сучасної підприємницької діяльності та, зокрема, міжнародного бізнесу – оперативність вирішення питань. У комерційній сфері більшість ситуацій не терпить зволікань, а затримки загрожують і втратою вигідних угод, і прибутку.

Ділова авіація допомагає вирішити цю проблему. Це галузь цивільної авіації, яка займається організацією індивідуальних та корпоративних польотів, наданням супутніх послуг, а також експлуатацією та обслуговуванням авіаційної техніки, призначеної для цих цілей. Назва «Ділова авіація» походить за аналогією з англо-американським терміном «Business aviation». Вона дозволяє подорожувати повітряним транспортом незалежно від розкладу регулярних рейсів, у будь-якому зручному напрямку та у будь-який час.

Головною перевагою ділової авіації є орієнтованість на клієнта. Задоволення запитів та побажань замовника є основним принципом роботи операторів ділової авіації.

Клієнтам пропонується найвищий рівень сервісу, що стосується як технічного обслуговування, так і сервісу під час перельотів.

Наступна особливість – парк повітряних суден. На відміну від авіакомпаній, що спеціалізуються на регулярних авіаперевезеннях, парк ділової авіації відрізняється меншою пасажиромісткістю. Моделі літаків малої авіації можуть вміщувати 5-20 пасажирів, крім членів екіпажу. Салони літаків відрізняються підвищеним комфортом та обладнані всім необхідним для забезпечення пасажирів під час подорожі максимуму зручностей. Літаки ділової авіації мають чудові льотно-технічні характеристики та відрізняються надійністю. Обслуговування літаків здійснюється у суворій відповідності до розроблених методик на

сертифікованих сервісними центрами. Пілотуються судна льотчиками найвищої кваліфікації, Перельот здійснюється по заданому маршруту, відповідно до вимог клієнта з ретельною організацією та контролем самого рейсу.

Ось невеликий перелік напрямків використання літаків такого типу:

- перевезення організацій на виїзні заходи, семінари, конференції;
- туристичні авіаперевезення;
- перевезення спортивних команд;
- перевезення вболівальників на виїзні матчі спортивних команд;
- вахтові авіаперевезення;
- перевезення та організація весільних церемоній;
- бізнес перевезення: перевезення делегацій;
- термінові вильоти, виліт через 2 години після отримання заявки на виконання рейсу;
- організація медичних авіаперевезень;
- VIP перевезення.

Ділову авіацію можна охарактеризувати так:

- найкоротший термін перельоту, без затримок, пересадок та дозаправок;
- самостійне визначення клієнтом місця, дати та часу вильоту;
- обслуговування на окремому терміналі в аеропорту – без бюрократичної тяганини та черг;
- надання повітряного судна, що повністю відповідає вимогам замовника у плані пасажиромісткості, технічного оснащення, інтер'єру салону;
- відсутність поширених проблем, що трапляються при перельоті регулярними рейсами – втрата багажу, митний огляд;
- надання додаткових послуг на борту, наприклад кейтерингу, а також трансфер до/з аеропорту перед вильотом та після прибуття до місця призначення.

Незважаючи на те, що ділова авіація – достатньо новий напрямок, але для нашої країни у майбутньому перспективний сервіс. Він буде здатний завоювати дедалі більшу популярність не лише серед підприємців, а й зірок шоу-бізнесу, представників політичної еліти, спортсменів міжнародного рівня.

У порівнянні зі звичайними перельотами вартість послуг бізнес-авіації вища, але вона окупається завдяки таким перевагам, як:

- економія часу. Це обумовлено незалежністю від розкладу регулярних рейсів та можливістю приземлитися у пункті призначення, авіасполучення з яким відсутнє. Багато літаків ділової авіації здатні злітати і здійснювати посадку в невеликих аеропортах із короткою злітно-посадковою смугою. Відсутність необхідності добиратися

наземним транспортом до великих аеропортів також сприяє значному скороченню витрат часу;

– комфорт. По-перше, на борту відсутні сторонні. Клієнт летить один або в оточенні вибраних ним людей (родичів, колег, друзів). По-друге, під час перельоту можна займатися продуктивною роботою або використовувати її для якісного відпочинку. На борту приватного літака передбачені обладнані робочі простори, і розкішні зони відпочинку. Є офісна техніка, засоби зв'язку, розважальна медіа-система, салон обставлений зручними дизайнерськими меблями. Також обслуговування бізнес-перельоту передбачає самостійний вибір страв із найкращих ресторанів;

– безпека. У сегменті ділової авіації використовуються літаки нового покоління. Вони оснащені сучасною авіонікою та надійними силовими агрегатами. При цьому усі повітряні судна регулярно проходять технічне обслуговування. Перевірка бортової електроніки та технічної складової здійснюється безпосередньо перед кожним рейсом. На відміну від регулярних перельотів, із літаками ділових авіаліній позаштатних ситуацій практично не трапляється.

Ділова авіація дозволяє ефективний, гнучкий, безпечний та економічний доступ до пунктів призначення по всій країні та по всьому світу. Тому що співробітники можуть зустрітися, планувати та працювати один з одним на борту бізнес-літака, продуктивність у дорозі значно підвищена.

У багатьох випадках бізнес-авіація – найкращий або єдиний варіант перевезення, відкриваючи двері для глобальної торгівлі для невеликих громад та сільського населення, пов'язуючи їх безпосередньо з населеними пунктами та виробничими потужностями. Дослідження також показали, що ділова авіація робить великий внесок у місцеву економіку по всій країні. Бізнес літаки дозволяють співробітникам здійснювати поїздки з зупинками у кількох місцях, потім повернутися до штабу того ж дня. Сотні, тисячі доларів можна заощадити на готельних номерах, прокатні автомобілі, харчування та інші витрати, які знадобляться для того, щоб здійснити одну і ту ж саму подорож за кілька днів на авто, залізничному або авіатранспорті.

Незалежно від того, замовляєте ви міжнародний переліт до іноземних держав або рейс всередині країни, ви можете скористатися додатковим сервісом, який пропонується на борту таких повітряних суден. Типові послуги для VIP-клієнтів:

- трансфер до аеропорту в комфортабельному ав;томобілі, лімузині або на вертольоті;
- харчування в польоті з ресторанного меню;
- бар з елітними напоями;

- підвищений рівень комфорту в салоні (душова кімната, інтернет, кухня, диван, плазмова панель та ін.);
- оформлення необхідних документів, в тому числі віз, митних декларацій, медичного полісу;
- замовлення готелю або приватного житла;
- складання унікальної програми ділових заходів і розваг і багато іншого на розсуд клієнта.

Аналіз показав, що малі та середні компанії в Америці, які використовували бізнес-авіацію, незмінно перевершували тих, хто їх не використовував.

За даними таких досліджень, користувачі бізнес-літаків мали домінуючу присутність, в середньому коло 92 відсотків, серед найінноваційних, найзахопленіших найкращі бренди та найкращі місця для роботи, а також домінування у списку компаній, найбільш сильних у галузі корпоративного управління та відповідальності. У звіті також зазначається, що тільки бізнес-авіація є єдиним активом, здатним прискорити стратегічні транзакції і, отже, забезпечити конкурентну перевагу найуспішнішим компаніям.

У мирні часи в Україна працювала достатня кількість ділових літаків, які у свою чергу можна розділити на приватні, корпоративні та бізнес-авіацію. Достатня кількість приватних осіб мала власні повітряні судна для задоволення власних потреб у польотах. Крім того, є групи компаній, корпорацій, які мають власні корпоративні літаки задля забезпечення своїх корпоративних потреб. А ось ті польоти, які відносилися безпосередньо до бізнес-авіації, тобто в режимі «авіатаксі» і за гроші, займали найменшу частку цього сектора – близько 25%. Попри це Україна займала, до 24 лютого 2022 року, гідне місце (10 місце у світі) у світовому авіаційному ринку послуг бізнес-авіації.

Далеко не в усіх країнах є ділова авіація, що, безперечно, підтримує певний статус держави. Загалом в Україні активно експлуатовалося близько 160 літаків бізнес-класу. Вони поділялися на три категорії:

- ближньомагістральні, що виконують польоти в основному по Україні та ближньому зарубіжжю, з дальністю польоту 1800-3000 км – вони становили понад 40% від загальної кількості експлуатованих літаків цього виду послуг;
- середньомагістральні, з дальністю польоту від 3000 км до 10 000 км – близько 30%;
- далекомагістральні, з дальністю польоту понад 10 000 км – до 20% загальної кількості повітряних суден бізнес-авіації.

Першими повітряними суднами, які використовувалися в незалежній Україні як ділові літаки, були переважно радянського (Як-40) та чехословацького виробництва (L-410), оскільки вони вже давно експлуатовалися в Україні як регіональні літаки. Ці повітряні судна,

перероблені в бізнес-літаки, застосовувалися для перевезення гостей незалежної України та бізнесменів різними маршрутами нашої країни, там, де була потрібна оперативність. Так з'явилася ділова авіація України та ділові польоти. Польотів цих було не так багато, їх обсяг становив приблизно 200 годин на рік. Для порівняння, в довоєнні часи ця цифра вже досягала 1,5 тис. годин на місяць.

Сьогодні це зовсім інша ділова авіація. В Україні було достатньо висококласних бізнес-джет літаків: Falcon, Gulfstream, Hawker, Bombardier... та інші. Це вже не переобладнані, а спочатку народжені повітряні судна ділового класу.

До речі, бразильський концерн Embraer, виробник південно-американських літаків Embraer Phenom 300, прогнозує поліпшення фінансових результатів у найближчі три місяці поточного року у розмірі 929 млн доларів. Це на 7 відсотків більше ніж за аналогічний період минулого року. 271,7 мільйонів доларів було отримано від виробництва бізнес-джетів. У 2022 році Embraer поставив 52 бізнес-джети, у тому числі 23 в останньому кварталі 2022 року.

Окремим питанням слід розглянути володіння приватним літаком. Це дороге задоволення, у цьому немає сумнівів, але найзатятіші користувачі бачать ясну і вагому причину для володіння літаком. Можливо, вони бачите те, чого не бачить більшість людей.

Але коли справа доходить до власників приватних літаків, у них зовсім інший набір цінностей: час та зручність є найважливішими факторами, за якими йдуть безпека та конфіденційність. Для високопоставлених ділових людей, підприємців або VIP-персон час є важливим параметром при використанні приватного літака в якості транспортного засібу.

Запобігання затримкам, відсутності стикувальних рейсів, чергам під час реєстрації та перевірці безпеки, а також дотримання жорсткого розкладу рейсів можуть скоротити час у дорозі на кілька годин, якщо не днів. Ту ж поїздку можна здійснити за кілька годин приватним літаком.

Вочевидь, що якщо врахувати, що компанія з оборотом 100 мільйонів доларів за годину отримує більше, ніж погодинна вартість більшості бізнес-джетів – заміна дводенної ділової поїздки двома шестигодинними перельотами достатньо стимулюватиме бізнес, щоб збільшити прибуток та отримувати гроші за приватний літак.

Якщо хтось працює у видобувній промисловості, його подорожі можуть привести його до регіонів, де авіа перельоти рідкісні, ненадійні та потенційно небезпечні. Крім того, жодна авіакомпанія не пропонує жодної реальної форми конфіденційності. Це заважає керівникам використовувати свої ноутбуки або навіть обговорювати важливі питання, тому поїздки по суті стають марною тратою часу для будь-якої компанії.

Як тільки вищезазначені параметри буде уточнено, вам потрібно буде летіти індивідуально. Але якою є економічна доцільність цього? Якщо перераховані вищевказані (або інші) критерії дотримані і комусь потрібно літати приватним чином, є два варіанти: орендувати або володіти.

Як і у випадку з будь-яким активом, використання або викуп є найважливішими факторами при прийнятті рішення між орендою або володінням.

Розглянемо, наприклад, Falcon 2000, який є одним із найуспішніших літаків у Європі. На чартерному ринку пропонуються польоти від 6000 до 7000 євро на годину, що помножене на достатню кількість годин (близько 400 годин) відповідає річним експлуатаційним витратам того ж літака (без амортизації). Вартість експлуатації такого літака складе від 2,5 до 3 мільйонів євро на рік, виходячи з 500 годин на рік (середнє використання бізнес-літака).

Погодинні витрати становитимуть від 5000 до 6000 євро на годину і, отже, будуть дешевшими, ніж той же літак на чартерному ринку. Проте 500 льотних годин на рік здаються дуже амбітною метою для одного власника, тому рішення, швидше за все, полягатиме у зафрахтуванні літака. Якщо припустити, що 150 годин особистого користування та 300 годин зафрахтовані третіми сторонами, літак такого обсягу вимагатиме 1,5 мільйона євро постійних витрат (екіпаж, планове обслуговування, тощо). Змінні витрати на рейс становитимуть 3500 євро на годину, за які сторонній замовник повинен буде заплатити 7000 євро.

Чартерна діяльність внесе 1,05 мільйона євро у постійні витрати. Змінні витрати на години особистого використання (3500 євро) плюс оплата постійних витрат (0,45 мільйона євро), що залишилися, призведуть до ефективної погодинної ціни в 6500 євро, яка буде ідентична чартеру.

Тому можна запитати: «Навіщо вам потрібен літак?» Знову ж таки, зручність і гнучкість – ось відповідь. Чартерний літак, незалежно від його структури, пропонує обмежену гнучкість у порівнянні із володінням.

По-перше, жоден оператор не літатиме без передоплати. Отже, це вимагає планування або надання великих сум операторам чи агенціям заздалегідь. Навіть із цими заходами знадобиться завчасність платежів, що у більшості випадків запобіжить реальні польоти в останню хвилину. Крім того, стягується плата за скасування. Альтернативою є розгляд статуту блоку чи володіння спільнотою. Однак ці постачальники стягують зі своїх клієнтів великі рахунки і дозволяють їм сплачувати фактичні витрати за цю «передбачувану» гнучкість (яка все ще обмежена в контракті).

Крім того, при бронюванні чартерного рейсу замовник чартеру оплачує надання літака до та/або після польоту у 90% випадків. Тому замовник чартеру часто платить до двох годин за годину польоту. Цей останній факт перекидає попередній розрахунок на користь власності.

За певних обставин подвоєння годин може навіть компенсувати амортизацію деяких вживаних бізнес-джетів, так що володіння ним фактично дешевше, ніж оренда.

Отже, справжнє питання: «Навіщо платити стільки ж чи більше за менші гроші?» Оскільки ринок мінливий, він складний, і не всі літаки чи експлуатанти можуть досягти такої економії. Тому, перш ніж ризикнути стати власником літака, важливо порадитись з експертами, які можуть порекомендувати покупцеві найефективніший літак для його конкретних потреб.

Майбутніх власників приватних літаків консультують технічні та комерційні спеціалісти, крім того, фахівці у галузі податкового та майнового права будуть поряд з вами для подальших придбань.

Головна перевага приватних літаків – скористатися прямим рейсом тоді, коли його не надає жодна авіакомпанія.

Список використаних джерел:

1. Finews.com. Olga Tcacenco: «The Rational Use of Business Jets», Saturday, 11 December 2021.
2. Что такое деловая (бизнес) авиация. URL: <https://yourcharter.ru/stati-delovaya-aviaciya/chto-takoe-delovaya-biznes-aviatsiya>.
3. Что такое деловая авиация? URL: <https://www.aircharter.kz/articles/chto-takoe-delovaya-aviaciya>.
4. Деловая авиация: какие вызовы стоят перед отраслью бизнес перелетов. URL: https://cfts.org.ua/articles/delovaya_aviatsiya_kakie_vyzovy_stoyat_pered_otraslyu_biznes_pereletov_531.
5. Embraer заработал на производстве бизнес-джетов в этом году больше, чем в прошлом. URL: <https://megaair.kz/embraer-zarabotal-na-proizvodstve-biznes-dzhetov-v-etom-godu-bolshe-chem-v-proshlom>.
6. The Benefits of Business Aviation. URL: <https://cfsjets.com/2020/03/18/the-benefits-of-business-aviation/?lang=en>.
7. Приватна авіація в Японії – для вас! URL: <https://flyjet.jp/uk>.

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ НА ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАНЬ

Москвіченко Ірина Михайлівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри «Менеджмент і маркетинг»
Одеського національного морського університету*

Стаднік Вікторія Григорівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри «Менеджмент і маркетинг»
Одеського національного морського університету*

Рижевський Максим Михайлович

*аспірант кафедри «Менеджмент і маркетинг»
Одеського національного морського університету*

Трансформація цифрового бізнесу вимагає від компаній переосмислення всіх своїх бізнес-операцій та екосистем, включаючи партнерів і зацікавлених сторін у мережі постачання. Оскільки бізнес переходить від традиційних офлайн-методів до цифрових і онлайн фокус змістився зі складності продукту на складність обслуговування. Це створює значні відмінності між традиційними та цифровими мережами ланцюга постачання та логістикою, як підсумовано в табл. 1.

Таким чином традиційних ланцюгів постачання може бути недостатньо для епохи цифрової трансформації. Сучасні ринки вимагають від ланцюгів постачання не тільки ефективності, але й оперативності та гнучкості. Сучасний ланцюжок поставок розвивається від традиційної моделі лінійних, індивідуальних, несинхронізованих відносин до більш пов'язаної та гармонізованої мережі торгових партнерів. Отже, його потрібно трансформувати за допомогою цифрових взаємопов'язаних пристроїв і складних мереж.

Цифрові технології надають бізнесу можливості, які можуть повністю змінити спосіб роботи їх ланцюгів поставок. На рівні організації цифрова трансформація означає використання аналітики, штучного інтелекту, робототехніки, ІТ та інших передових технологій для автоматичного збору та обробки інформації, підтримки прийняття рішень та подальшої автоматизації.

Цифрова трансформація ланцюжка поставок полягає у використанні цифрових додатків для покращення рівня обслуговування, витрат, оптимізації рівня запасів, а також впровадженні змін, які використовують ці технології для досягнення операційної досконалості та конкурентоспроможності. Ефективна трансформація залежить від

перспективної концепції майбутнього ланцюга постачання. Ключовим моментом є те, що бачення ланцюга поставок має відповідати стратегічним цілям компанії. Компанії, які розглядають ланцюг поставок як стратегічний актив, працюють набагато ефективніше, ніж їх конкуренти, і досягають набагато вищих фінансових результатів. Це дозволяє їм ефективно обслуговувати клієнтів на нестабільних ринках, розуміти потреби різних груп споживачів логістичних послуг та випереджати конкурентів.

Таблиця 1

Відмінності між традиційними та цифровими мережами ланцюгів поставок

Аспект	Традиційні мережі ланцюга поставок	Цифрові мережі ланцюга постачання
Різновид продукції	Залежить від продукту, але є відносно однорідним	Більша різноманітність товарів, особливо в бізнесі електронної комерції
Цикл доставки	Щотижня	Будь-коли будь-де. Вища частота замовлень.
Розмір пакування	Уніфікований розмір упаковки	Консолідований, великий об'єм дрібних пакувань.
Важливість послуги (з точки зору часу виконання та часу доставки)	Якість обслуговування не впливає на клієнтів	Клієнти вважають важливим термін виконання та час доставки як і якість самого товару. Потрібна надійна та своєчасна доставка відповідно до бажаних часових проміжків клієнтів.
Вимоги до упаковки	Пакетне пакування (в ящики, футляри тощо). Упаковка призначена лише для зручності транспортування продуктів і може бути економічною	Індивідуальна упаковка. Ретельне пакування має важливе значення для продукції, оскільки вона доставляється безпосередньо кінцевому споживачу
Процес доставки	Роздрібні продавці та дистриб'ютори зазвичай є кінцевим вузлом доставки	Кінцеві споживачі є кінцевим вузлом поставок. Їх розташування більше поширені порівняно з роздрібними торговцями/дистриб'юторами
Помилка доставки	Високий відсоток невдач доставки	Мінімальна невдала доставка, оскільки поставки заплановані й очікуються у визначений час, а отже, невдалих поставок менше

Щоб перейти до цифрового ланцюжка поставок, компанії повинні приділити увагу дизайну свого ланцюга поставок і логістичних систем, включаючи навігацію та моніторинг своїх активів для забезпечення ефективності розподілу та задоволеності клієнтів якістю, швидкістю,

надійністю та гнучкістю поставок, а також визначення та зменшення ризиків.

Щоб впоратися з усіма цими викликами, необхідно враховувати багато взаємозалежних процесів всередині та за межами організації, і найчастіше це питання різного масштабу: від розміщення нових складів до оптимізації площі на виробничому майданчику. Це робить процес цифрової трансформації ще більш непередбачуваним, змушуючи менеджерів ланцюгів постачання виконувати багато різних завдань і приймати багато рішень за короткий проміжок часу та з великою невизначеністю.

Наприклад, давайте розглянемо кілька потенційних впливів цифрової трансформації ланцюга поставок, підсумовані в таблиці 2.

Таблиця 2

Потенційний вплив цифрової трансформації ланцюга поставок на складську логістику

Аспект	Потенційний вплив
Більша різноманітність продукції	<ul style="list-style-type: none">• Вищий попит на площу• Потрібні вищі стелі
Вища частота замовлень	<ul style="list-style-type: none">• Зростання потреби в ближніх областях складування для полегшення вибору• Більше зручностей для персоналу• Місце для консолідації замовлення• Більше вантажних майданчиків
Скорочені терміни доставки	Зростаюча потреба в міських центрах консолідації для задоволення провідних клієнтів
Розмір упаковки	Інтенсивність збирання замовлення

Як ми вже бачили, мінливість створює складність у ланцюгах поставок. Менеджери ланцюгів поставок повинні спрогнозувати, як ці проблеми вплинуть на операційну ефективність їхньої компанії в цілому, і вирішити, як цим керувати. Вони повинні розуміти, яким буде результат кожного прийнятого рішення, і розраховувати, як їхні дії впливають на KPI. Тільки після ретельного аналізу ці рішення мають бути втілені в життя.

Завдання ще більше ускладнюється тим фактом, що найпоширеніший інструмент, моделювання на основі електронних таблиць, часто не здатний працювати зі складними, взаємозалежними та пов'язаними з часом системами, такими як ланцюги поставок. Потрібні більш потужні інструменти прогнозування та аналітики.

Список використаних джерел:

1. Andiyappillai N. Digital Transformation in Warehouse Management Systems (WMS). *Implementations International Journal of Computer Applications*. 2020. V. 177. № 45. P. 31–37.

2. DHL. Official Website. URL: <https://www.dhlparcel.com/> (дата звернення: 20.03.2023).

**ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІ ПРОЄКТИ ЄС
ТА УЧАСТЬ В НИХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІДСІЧІ
ПОВНОМАСШТАБНІЙ АГРЕСІЇ РФ**

Смирнов Ігор Георгійович

доктор географічних наук,

професор кафедри країнознавства та туризму

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Любіцева Ольга Олександрівна

доктор географічних наук, професор,

завідувачка кафедри країнознавства та туризму

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Україна посилює співпрацю з ЄС у всіх можливих сферах. Однією з найважливіших є транспортно-логістична сфера, де нині здійснюється декілька важливих проєктів під загальною назвою «Єврологістика». Донедавна вони стосувалися переважно країн Західної Європи, але останніми роками увага ЄС у транспортно-логістичних питаннях змістилась до регіону Центрально-Східної Європи, де знаходяться переважно країни – нові члени ЄС. Більшість з них мають кордони з Україною, якій відводиться важливе місце у транспортно-логістичній діяльності у цьому регіоні, незважаючи на те, що Україна була до 2022 р. асоційованим (а не повним) членом ЄС (нині є державою-кандидатом на вступ до ЄС), що пояснюється надзвичайно вигідним геологістичним положенням нашої країни на транспортному перехресті євроазійського континенту [1, с. 248]. У ХХІ ст. серед цих проєктів найзначнішим визначено проєкт ЄС «Ініціатива Тримор'я», який охоплює 12 країн – членів ЄС, що знаходяться між Балтійським, Адріатичним та Чорним морями. Незважаючи на те, що Україна поки що не належить до безпосередніх учасників проєкту «Ініціатива Трьох морів», вона активно бере участь у виконанні окремих підпроєктів, таких як автомагістралі Via Carpatia та Гданськ – Одеса, залізничної магістралі Viking тощо. Сучасний єврологістичний проєкт «Ініціатива Тримор'я» суттєво відрізняється від геополітичної концепції з близькою назвою «Міжмор'я», яка існувала в 1920–1930-х рр [2]. Проєкт–«Ініціатива Тримор'я» (ІТМ) слід вважати сучасним продовженням концепції Міжмор'я. Саміт ІТМ у Таллінні 2020 р. підкреслив вплив ІТМ на весь Балтійсько-Адріатично-Чорноморський регіон. ІТМ є геоеконімічною ініціативою виключно для країн – членів ЄС. Запрошення Києву на перший саміт ІТМ у 2016 р. було надіслане, але проігнороване з незрозумілих причин, тому для України залишається можливість співпраці з Ініціативою Тримор'я за форматом

«ІТМ+Україна» [3, с. 57]. Оскільки Польща є двигуном цієї ініціативи, то ця можливість є власне ще одним напрямком українсько-польської співпраці. Головним спрямуванням ІТМ є інфраструктурна співпраця в трьох вимірах: транспортно-логістичному (автомобільні, залізничні, авіаційні та водні шляхи сполучень), енергетичному (газопроводи, СПГ-термінали, ЛЕП) та інформаційно-цифровому. Україна вже співпрацює з ІТМ, і передусім із Польщею, у таких важливих інфраструктурних проектах, як автомагістраль Гданськ – Одеса, залізничне сполучення в межах проекту «Вікінг», розвиток газової інфраструктури в межах коридору «Північ – Південь». Україна, попри відсутність статусу офіційного членства в ІТМ, є активним учасником багатьох інших її проектів, зокрема флагманської ініціативи – автомагістралі Via Carpatia, у якому наша країна бере участь, як повноправна сторона.

В сучасних умовах протистояння України російській агресії єврологістичний проект «Ініціатива Тримор'я» набуває нової актуальності та взаємодіє з формуванням Трансєвропейської транспортної мережі (TEN-T). У липні 2022 р. Єврокомісія внесла зміни до індикативних мап TEN-T, включивши до них логістичні маршрути, що проходять Україною. Це рішення є стратегічним кроком у процесі інтеграції України до ЄС та сприятиме реалізації ініціативи «Шляхи солідарності» щодо експорту української аграрної продукції та доставки гуманітарної допомоги в Україну. Зокрема внесено наступні зміни: коридор «Північне море – Балтійське море» продовжено через Львів, Київ до Маріуполя; Балто-Чорноморсько-Егейський коридор продовжено через Львів, Чернівці (через територію Румунії і Молдови) до Одеси; коридор «Балтійське море – Адріатичне море» проходитиме через Львів. Єврокомісія виключила з мережі TEN-T російські та білоруські маршрути, а також понизила в статусі маршрути на території ЄС на стиках з цими країнами-агресорами.

Нагадуємо, що мережа TEN-T створена ЄС з метою з'єднати Європу з заходу на схід та з півночі на південь мережею автодоріг, залізниць, аеропортів та водних шляхів. Розвиток цієї Панєвропейської транспортно-логістичної системи передбачає два етапи: до 2030 р. має бути завершено побудову «Ключової мережі» (The Core Network), а до 2050 р. – «Загальної мережі» (The Comprehensive Network). Її метою є створення загальноєвропейської мережі залізниць, автодоріг, внутрішніх водних шляхів, маршрутів морських перевезень, портів, аеропортів та залізничних терміналів з тим, щоб заповнити пробіли у територіальній транспортній мережі, усунути її «вузькі місця» та подолати технічні бар'єри, що має сприяти соціальному, економічному та територіальному зрівноваженню країн ЄС. Нинішня політика TEN-T має підставою регулятивний закон ЄС № 1315/2013. Крім створення нової транспортної інфраструктури політика TEN-T передбачає впровадження інновацій, нових технологій та цифрових рішень у всіх видах транспорту із

завданням поліпшити використання інфраструктури, зменшити екологічний вплив транспорту, покращити показники енергоефективності та підвищити безпеку. Основою «Ключової мережі» (The Core Network) є 9 коридорів, визначених з метою забезпечення її скоординованого розвитку (табл.1). На додаток до єврокоридорів також встановлено «Горизонтальні пріоритети» – Систему управління європейським залізничним рухом (ERTMS, European Rail Traffic Management System) та Морські шляхи (Motorways of the Sea). Детальна

характеристика Європейських транспортних коридорів Ключової мережі TEN-T та «Горизонтальних пріоритетів» міститься у наступних публікаціях авторів. Контролюють цей процес – розвитку 9 коридорів TEN-T та 2 «Горизонтальних пріоритетів» – єврокоординатори, призначені Європейською комісією. У квітні 2019 р. Єврокомісія здійснила аудит здійснення політики TEN-T, в результаті якого була додана можливість мілітарного трафіку (військ, майна та устаткування) всередині та за межі ЄС, зафіксована у «Плані дій з мілітарної мобільності» (The Action Plan on Military Mobility). Це дуже доречний для України пункт Європейської транспортної політики TEN-T з огляду на повномасштабне російське вторгнення 2022 р. Україна увійшла до TEN-T 2017 р. Відповідно до «Індикативного інвестиційного плану Єврокомісії з розвитку коридорів TEN-T» в Україні планується реалізувати проекти на загальну суму 4,45 млрд. євро, що є найбільшим показником серед усіх держав Східного партнерства.

Таблиця 1

Європейські транспортні коридори Ключової мережі TEN-T

№	Назва єврокоридору	
	укр. мовою	англ. мовою
1.	Атлантичний коридор	The Atlantic Corridor
2.	Коридор Північне море-Балтійське море	The North Sea – Baltic Corridor
3.	Коридор Рейн – Альпи	The Rhine – Alpine Corridor
4.	Коридор Рейн – Дунай	The Rhine – Danube Corridor
5.	Балтійсько-Адріатичний коридор	The Baltic-Adriatic Corridor
6.	Коридор Північне море – Середземне море	The North Sea – Mediterranean Corridor
7.	Коридор Скандинавія – Середземне море	The Scandinavian- Mediterranean Corridor
8.	Середземноморський коридор	The Mediterranean Corridor
9.	Балто-Чорноморсько-Егейський (Східно-Середземноморський) коридор	The Orient/East-Med (Baltic-Black Sea – Aegean Sea) Corridor

Джерело: авторська розробка за [4]

Також у сфері військової логістики Україна все тісніше співпрацює з НАТО, де логістика отримала всебічне визнання і розвиток. За повідомленням РБК-Україна, з посиланням на прес-службу Міноборони, Україна запровадила НАТО-вську систему обліку і

контролю логістики LOGFAS, яка забезпечить контроль кожної одиниці зброї, що потрапляє на територію нашої держави. Міністр оборони О. Резніков і секретар РНБО О.Данілов презентували перші результати впровадження цієї логістичної програми послам та аташе з питань оборони країн-донорів, які допомагають Україні у відсічі агресії РФ. Завдяки інтеграції LOGFAS з модулем інформаційно-аналітичної системи СОТА з моніторингу постачання Україні озброєння від країн-союзників, забезпечується повний контроль кожної одиниці зброї, що потрапляє в Україну. Резніков зазначив, що впровадження цього програмного забезпечення має два виміри. «По-перше, це дозволить суттєво підвищити підзвітність усіх процесів, які пов'язані з експлуатацією зброї та інших ресурсів. Ми почали впровадження з обліку міжнародної допомоги, щоб забезпечити прозорість та високу ефективність її використання. По-друге, ми доводимо, що навіть під час війни сектор оборони України розвивається. Ми підвищуємо взаємосумісність з Північноатлантичним альянсом на рівні стандартів і процедур. Вислів про те, що Україна вже де-факто стала членом НАТО – не перебільшення. І ми будемо наполегливо рухатись далі», – сказав він. Своєю чергою, Данілов зазначив, що використання даних систем ЗСУ сприятиме максимально ефективній та прозорій співпраці між Україною та партнерами, чия допомога є життєво необхідною для нашої перемоги. Дорожня карта масштабування LOGFAS до кінця 2022 р. та на 2023 р. вже затверджена. У підсумку ця програма має стати одним із головних інструментів цифровізації логістики у ЗСУ і забезпечення логістичного планування не лише міжнародної допомоги, а й повного переліку наявних ресурсів. Впровадження логістичної програми LOGFAS в Україні потребує відповідних фахівців: вже підготовлено понад 300 фахівців-операторів Програми для ЗСУ. Нагадаємо, у вересні 2022 р. президент В.Зеленський оголосив про подання заявки на вступ України до НАТО. Він зазначив, що Фінляндія та Швеція розпочали приєднання до Альянсу без Плану дій щодо членства, і що подібна процедура може бути застосована і до України [5].

Список використаних джерел:

1. Смирнов І. Г., Олійник Я. Б. Міжнародна логістика: навч. посіб. Київ : Обрії, 2011. 546 с.
2. Medzymorze. URL: <https://wikipedia.org/wiki>.
3. Любіцева О. О., Смирнов І. Г. Від геополітичної концепції Міжмор'я до єврологістичного проєкту ЄС «Ініціатива Тримор'я»: український вимір. Географія та туризм: наук. журнал / Ред. кол.: Запотоцький С. П. (гол. ред.) та інші. Київ : Альфа-ПК, 2021. Вип. 66. С. 54–62.
4. Trans-European Transport Network (TEN-T). URL: <https://transport.ec.europa.eu>.
5. Україна запровадила систему обліку і контролю НАТО. URL: <https://www.rbc.ua/news/ukrayina-zaprovadila-sistemu-obliku-i-kontrolyu1666347983.html>.

НАПРЯМ 14. ГУМАНІТАРНІ НАУКИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-295-4-45>

SEMANTICS OF PHRASAL VERBS WITH THE MEANING OF SPEECH ACTIVITY

Velshynevska Anastasiia

Graduate Student,

Izmail State University of Humanities

Language semantics not only contains a denotative component, but also reflects the grammatical meanings and functional characteristics of a word as a part of speech in a certain way. In addition, the semantic structure of a word depends on its morphological composition [2, p. 119]. This is true for a verb, a part of speech that expresses the grammatical meaning of an action [3, p. 104]. When describing a verb word, special attention should be paid to its syntactic environment, lexical compatibility (valence), and control types.

The verb category usually includes a general seme of processality (since any verb describes the process of performing an action) and the semes caused by it, reflecting the following factors (semantic features): 1) subject of action, 2) object of action, 3) result of action, 4) instrument of action, 5) direction of action and 6) mode of action [1, p. 41].

L. Alexander gives the following definition of the verb: a verb is a word (*run*) or phrase (*run out of*) that expresses a state (*love, seem*) or action (*take, play*) [4, p. 159]. These phrases, or idiomatic combinations of verb and adverb, verb and preposition (or verbs with adverb and preposition) (Longman Dictionary of Phrasal Verbs), are called phrasal verbs. The ability to combine with prepositions and adverbs L. Alexander called one of the most general characteristics of the English verb [4, p. 152]. Phrasal verbs usually convey a special meaning, which can be obvious... or idiomatic [4, p. 154], that is, both parts of the verb retain their direct meaning or their combination acquires a new, idiomatic meaning.

The obvious meaning derived from the direct meaning of their components is the meaning of the phrasal verbs ***call out*** (to exclaim loudly), ***call up*** (loudly to address people who are at the top of something), ***ramble on*** (to speak tacitly and randomly for a long time), ***talk round*** (to talk about something with hints), ***tell over*** (to repeat the story) and many others.

For example: "Any damage done?" he ***called out*** [8].

Mr. Scogan ran to foot of squares and called up after him. "It makes no difference, none whatever" [8].

The mad bad talk rambled on. "I want to know what passion is", she heard him saying [7].

The following verbs have an idiomatic meaning: **sum up** (to retell briefly something; to list the main ideas of what somebody has read or said), **point out** (to explain, to draw attention to something/someone), **talk over** (discuss the issue with someone).

For example: *"In brief," the Director summed up, "the parents were the father and the mother" [7].*

"One share is enough," Nim pointed out. "It gives anyone a right to be at the annual meeting" [6].

"I thought I'd just like to talk it over with you" [8].

When a verb forms a single semantic unit with a preposition or an adverb, its meaning is changed differently. There are several variants of semantic relationships between an ordinary verb and a phrasal one formed from it: an absolute change in meaning, a concretization of one of the aspects of denotation, and the acquisition an additional shade of meaning related to the mode of action, that is one of the quantitative and temporal meanings.

In the first case, the acquisition of a new meaning is based on a certain similarity of denotations. For example: **spill** (to (cause to) pour out accidentally, especially over the edge of a container) – **spill out** (to blab); **be** (to remain) – **be at** (to scold, to molest someone); **give** (to cause/to allow someone to have something) – **give away** (to reveal someone's secrets); **tell** (to make something known in words to someone; to express in words) – **tell apart** (to distinguish one from the other).

If one of the aspects of denotation is specified, the meaning of the verb becomes "narrower", the lexical-semantic structure of the verb with the meaning of speech activity acquires an element that reveals: a) the content of the statement: **call** (to ask) – **call down** (to ask (someone) to come downstairs); **complain** (say that something is wrong) – **complain of** (to suffer from; to state that one is suffering from (something such as pain)); b) the manner of performing the action: **speak** (to express thoughts) – **speak out** (to express thoughts loudly); **talk** (to use/to produce words) – **talk away** (to speak continuously); c) the manner and content of the statement: **answer** (to reply) – **answer back** (to reply to (someone) rudely or in defense of oneself); d) the purpose and result of the action: **talk** (to use/to produce words; to speak) – **talk into** (to persuade (someone) into (action or doing something) by talking)).

When changing the meaning of a verb is associated with such important aspects of the denotation as the nature of the action, the manner and purpose of its implementation, each class of verbs has a special set of semes that specify these aspects. In addition, there exist common semes for verbs of

different classes. The presence of such semes in the lexical-semantic structure of the verb indicates its quantitative and temporal meaning. It reflects the features of the course of action in time and relationships of the verb to other actions and its limit.

The adverbs *on*, *away*, *in (into)* and *back*, which are parts of many phrasal verbs. They modify meanings of phrasal verbs and specify the role of the remark in the dialogue: continuation or duration of the utterance (*on/away*), interruption (*in/into*) or response (*back*).

For example: *talk on* (keep talking): *His voice rose, fell, was silent a moment, and then talked on* [8];

talk on/chatter away (talk incessantly): *She had much to tell me of her triumphs in South America. She talked on and on* [9].

She chattered away aloud in that empty house... [9];

put/break in (interrupt conversation, insert words into a conversation): *“And that,” put in the Director sententiously, “that is the secret of happiness and virtue – liking what you’ve got to do”* [7].

“The results were terrible.” A deep resonant voice broke startlingly into the dialogue [7];

call/snarl back (to respond / to growl back): *“I already did,” the distraught woman called back* [5].

He snarled back, “So could you. You’re in this as much as I am” [6].

The English phrasal verbs *launch into* and *fire away* are also used to indicate the beginning of a speaking action:

launch into (to begin eagerly, forcefully): *“In my young days –” Lady Lapith was launched into her subject; nothing, it seemed, could stop her now* [8];

fire away (start talking) – *Mr. Scogan had lighted his pipe again. “Fire away,” he said. Henry Wimbush fired away. “It was in the spring...”* [8].

The adverbs *into* and *away* themselves do not have the meaning of beginning. In English, there isn’t a special adverb indicating the beginning of an action. As for the meaning of the verbs *launch into* and *fire away*, they are idiomatic.

The verb *speak* has quite numerous and semantically heterogeneous word-forming nest. Such verbs as *pronounce*, *utter*, and *speak up* (start talking), only change their meaning to a certain extent, while *persuade*, *refuse*, *slander*, etc. denote actions narrower than just the act of pronouncing a remark. The English derived equivalents from *speak* are often phrasal verbs formed by both speech verbs and verbs belonging to other lexical and semantic groups:

1) *say out* ‘to express (something); finish speaking (something fully or honestly)’: *Say your piece out and pay no attention to our feelings; it’s important that we know exactly what you think;*

2) *speak for* ‘to go on talking for a certain length of time’ або *talk away* ‘to spend time in talking’: *The young lovers talked the night away;*

3) **talk back** (*answer back, argue back*) ‘to reply, often rudely or to express one’s opinion’: *Don’t talk back to your grandmother when she is giving you advice, you should be polite to your elders;*

4) **talk into** ‘to persuade (someone) into (action or doing something) by talking’: *See if you can talk Father into lending us his car tomorrow;*

5) **talk out of** ‘to persuade (someone) against (an action or doing something)’: *Just in time, we talked Mother out of selling the house;*

6) **talk off (talk one’s head off)** ‘to speak at great length’: *Here I’ve been talking my head off, and not giving you a chance to tell your news!;*

7) **talk over** ‘to consider (a matter) at length (with someone else)’: *I’d like to talk your offer over with my family before deciding;*

8) **breathe of** ‘to speak (something) when one should not’: *Don’t worry, I won’t breathe a word of your secret.*

The English phrasal verb is a single whole in terms of grammar and semantics. An adverb or preposition, acting as an integral part of it, either gives the verb a certain shade of meaning, or radically changes the meaning of the original verb. English phrasal verbs have a “narrow” meaning, specifying the nature of the action, the manner of its implementation, as well as its length in time and relation to other actions and its limit.

The prospect of research is to analyze transmission methods of perfective and imperfective types of verbs with the meaning of speech activity on the material of English fiction texts.

References:

1. Аспекты семантических исследований. Москва : Наука, 1990. 356 с.
2. Кроль М. И. Некоторые семантические характеристики глаголов речи. Актуальные проблемы лексикологии. Вып. II, часть I. Одесса : Одесск. гос. ун-т, 1993 С. 118–120.
3. Падучева Е. В., Розина Р. И. Семантический класс глаголов полного охвата: толкование и лексико-синтаксические свойства. *Вопр. языкознания*. 1993. № 6. С. 5–16.
4. Alexander L.G. Longman English Grammar. Longman Inc., New York, 1989.
5. Denker H. The Scofield Diagnosis. Reader’s Digest Condensed Books. Volume 4, 1987. Pleasantville, New York.
6. Hailey A. Overload. Best Sellers from Reader’s Digest Condensed Books. Pleasantville, New York, 1999.
7. Huxley A. Brave New World. Bantam Books. New York, 1992.
8. Huxley A. Crome Yellow. Progress Publishers. New York, 1996.
9. Maugham W.S. Collected Short Stories. Penguin Books. Dallas, Pennsylvania. 1992.

LEXICAL MEANING OF A WORD AS AN OBJECTIFICATION OF INFORMATION ABOUT REALITY

Ivanova Karyna

Graduate Student,

Izmail State University of Humanities

The meanings of language units are understood as reflection of objects, phenomena, and the realities of the surrounding world in the human mind. According to A. N. Smyrnytskyi, a word meaning is the connection of sound with the reflection of an object or phenomenon [11, p. 81–82]. In terms of content, the meaning of a word is a reflection of an object and a designation of the notion of this object. In structural and functional terms, it is a stable connection between a sign and its notional content. We share the point of view of a number of researchers (D. N. Shmelev, D. Bolinger, V. G. Gak, O. S. Akhmanova, I. A. Sternin, R. M. Gaisina, M. P. Kochergan, E. V. Kuznetsova, T. P. Lomtev) that the meaning of the word is multicomponent in its structure.

In the study, we assume that the structure of the word meaning consists of semes – micro-components, elementary units of language that reflect different types of information about the reality indicated by the word. The meaning of the word reflects objects, signs, and other realities. The seme displays some information about objects, attributes, and other realities.

Despite the fact that most scientists recognize the component composition of lexical meaning, there are different approaches to the question of which components make up the lexical meaning of a word and how they are organized. So, for example, according to the concept of atomic composition of lexical meaning, presented in the works of V. G. Gak [3], T. P. Lomtev [6] D. Bolinger [2], the meaning is divided into atomic semes, the combination of which determines the structure of each meaning. Some authors (I. V. Arnold [1], I. A. Sternin [12], V. M. Telia [13]) distinguish macrocomponents in the structure of meaning, which are combinations of semes united by the commonality of the presented information: denotative, connotative, grammatical, etc. N. G. Komlev [4], B. A. Plotnikov [9] consider meaning as a set of different aspects, such as significative, grammatical, etc. I. A. Sternin [12] presents the concept of field organization of lexical meaning and cumulative function of a word in speech. Therefore, we consider a meaning as a system of components (semes) forming a structure. The meaning highlights the core and periphery. The core is formed by essential and permanent semantic components, while the periphery is formed by additional semantic components determining the semantic development of the word, as well as its

communicative variation. The periphery is represented by near and far ones, and the border between the core and the periphery is blurred, which allows for a smooth transition from the core through the near periphery to the far (and vice versa). Individual semantic components (semes) can be grouped into macrocomponents. Like the whole meaning, macrocomponents also have a field structure. Semes inside one meaning can further be repeated in other meanings, moreover, this can also happen with castling of the core and periphery.

It should be noted that not all scientists share the point of view about semes existence, and therefore do not consider component analysis an acceptable method for analyzing the content side of significant language units. Thus, according to M. M. Makovskyi, the recently very popular component analysis does not reflect the linguistic features of meaning and is based entirely on logical grounds and a researcher's intuition. Moreover, it is impossible to draw any conclusions about the history and semantic connections of the word on the basis of "component analysis" or similar methods" [7, p. 10]. However, we believe that A. M. Kuznietsov [5] provides quite well-reasoned theoretical and experimental justifications for the existence of minimal units of component analysis and, consequently, the legal capacity of the method.

Despite the fact that many linguists (E. M. Vereshchahin and V. H. Kostomarov, M. V. Nikitin, I. A. Sternin, V. M. Teliia) recognize the macrocomponent structure of a word meaning, they disagree on various issues related, in particular, to the components of the structure (the number of selected macrocomponents, their composition). Thus, D. N. Shmelov insists on the need to include grammatical design in the meaning of the word [15], since each reflection of a "piece of reality", becoming an element of the word, is formed in accordance with those grammatical categories of words that exist in the language. The opinions of scientists also differ on the status of the functional and stylistic characteristics of a word. I. A. Sternin [12] and V. M. Teliia [13] speak about the expediency of including this type of information in the meaning structure.

There are also disagreements about the compatibility of lexical units and the inclusion of this characteristic as a component of the structure of lexical meaning. There is no single approach to the question of the structure and status of a component that represents information about the logical-subject correlation of meanings. A. A. Ufimtseva [14] points out that the differentiation of significative and denotative components is a necessary condition for distinguishing the reflection of an object, on the one hand, its properties and characteristics, on the other hand. The significative and denotative components in the sign meaning of words, that is, the abstract and concrete in the meaning of the latter ones are not opposed, on the contrary, they must be considered not as mutually exclusive, but as interrelated [14, p. 94].

We consider it is necessary to include a denotative-significative macrocomponent, connotative, grammatical, and sociolinguistic components in the word meaning structure. The obvious fact is that the semanticspecifics of a lexical unit determine the features of lexical and syntactic compatibility, but compatibility itself is not a component of the meaning structure. This understanding of the macro-component composition of the word meaning is presented in the work of L. M. Pelepeichenko [8].

According to this theory, the meaning of the word includes [8, p. 19–20]: 1. Macrocomponents representing extralinguistic information (1.1. Denotative-significative macrocomponent (blocks of class-semes, generic semes, species semes, and substantive semes); 1.2. Connotative macrocomponent. It includes semes or blocks of semes: emotional (joy, contempt, ridicule); emotionally-evaluative (approval – disapproval, positive or negative assessment); rationally-evaluative (positive or negative assessment); associative-figurative; socio-cultural, etc.); 2. Macrocomponent representing linguistic information (2.1. Grammatical macrocomponent including blocks of semes that represent information about categorical and grammatical features of a word); 3. Macrocomponent providing information about the relationship between linguistic and extra-linguistic factors (3.1. Sociolinguistic macrocomponent including blocks of semes that represent information about the style of usage, scope of distribution, word-origin, its relation to the lexical composition).

Denotative and significative components can be combined into one macrocomponent, since, according to A. A. Ufimtseva, they are interdependent and interconnected in a single dialectical whole levels of mastering the subject sphere, therefore, the term "denotative-significative" indicates the integrity of the denotative and significative components of the meaning, as well as the need to distinguish them, since the denotative semes reflect substantive properties in the sign sense, and significative – relationships [14, p. 109].

The connotative component of meaning combines information about the speaker's attitude (assessment and feelings), associations (including figurative ones). It is represented by emotive, emotionally-evaluative, rationally-evaluative semes [10, p. 16]. In this sense, the idea of A. I. Prykhodko seems to be important for us. The scientist notes that the evaluative component of the word meaning correlates with the sphere of rationally-evaluative perception, while the emotional component correlates with the sphere of emotionally-sensory perception. On this basis, it is concluded that emotionality is determined by the psychological state of the speaker, and the assessment is determined by the intention of one of the communicants to achieve a certain pragmatic goal: to somehow influence the spiritual or physical state of the addressee [10, p. 29]. Emotivity as a component of connotation is information fixed in the meaning about the emotional attitude to the designated object or phenomenon. A. I. Prykhodko also emphasizes the

anthropocentric nature of evaluation, since in order to evaluate an object, a person needs to try it on in relation to oneself: "what a person needs is evaluated" [10, p. 14].

In modern linguistics, the semantic structure of a word also has a pragmatic meaning that reflects the external conditions of communication, a specific communicative situation. However, in our opinion, an information of this kind can be represented by semes of connotative and sociolinguistic macrocomponents, so we don't think it's appropriate to separate this meaning into a separate component.

The function of a meaning is determined by the ratio of macrocomponents in the meaning structure. Thus, meanings in which the denotative-significative component is the main one performing a nominative function, and meanings, in which the connotative component is predominant, perform a connotative function (expressive, emotional, or figurative). It is known that the main function of a word is nominative. It provides an identification of the object based on the features that are actually inherent in denotation. These features are reflected in the denotative-significative component. The meanings with an enhanced denotative-significative component are considered as units of the nuclear zone of the corresponding semantic micro-fields and fields, while meanings with an enhanced connotative macrocomponent are treated as units of the peripheral zone of the corresponding micro-fields and fields.

The system significance of a word is also determined by its reference (reference ability). In this regard, it is necessary to find out the type of reference and the meanings of the word group under study. It is known that the system relationships of a word are detected in the process of analyzing the class of units to which it belongs.

The prospect of research is to analyze existing approaches to the study of adjective lexicon denoting a person's individual qualities on the material of English fiction texts.

References:

1. Arnold Y. V. Semanticheskaia struktura slova v sovremennom anhlyiskom yazyke y metodyka ee yssledovaniya: Kyiv: Kyiv. un-t, 1966. 33 p.
2. Bolyndzher D. Atomyzatsiia znacheniia. *Novoe v zarubezhnoi lynchvystyke: Lynchvysticheskaia semantyka*. M., 1988. Vyp. 10. P. 200–234.
3. Hak V. H. K probleme semanticheskoi syntahmatyky. *Problemy strukturnoi lynchvystyky*. Kharkov: Yzd-vo KhHPU, 1996. P. 367–395.
4. Komlev N. H. Komponenty soderzhatelnoi struktury slova. Kharkov: Yzd-vo KhHPU, 2000. 192 p.
5. Kuznetsov A. M. Ot komponentnoho analiza – k komponentnomu syntezu. Kharkov: Yzd-vo KhHPU, 2007. 125 p.
6. Lomtev T. P. Prynysypy vydeleniia dyfferentsyalnykh semanticheskyykh elementov. Kyiv: Kyev.un-t, 2004. P. 272–289.

7. Makovskyi M. M. Ystoryko-ɛtymolohycheskyi slovar anhlyiskoho yazyka. Kharkov: Yzd-vo KhHPU, 1999. 416 p.
8. Pelepeichenko L. N. Perekhodnye typy znachenyi slov. Kharkov: Yzd-vo KhHPU, 2006. 121p.
9. Plotnykov B. A. Osnovy semasyolohyy. Don: DNU. 2014. 222 p.
10. Prykhodko H. I. Sposoby vyrazhennia otsinky v suchasni anhliskii movi. Zaporizhzhia : Vyd-vo ZDU, 2001. 362 p.
11. Smyrnytskyi A. Y. Znachenye slova. *Vopr. yazykoznavania*. 1990. № 2. P. 79–90.
12. Sternyn Y. A. Leksycheskoe znachenye slova v rechy. Voronezh: Yzd-vo Voronezh. un-ta, 1985. 171 p.
13. Telyia V. N. Konnotatyvnyi aspekt semantyky nomynatyvnykh edynyts. Kyiv: Kyev.un-t, 2000. 143 p.
14. Ufymtseva A. A. Leksycheskoe znachenye: Pryntsypy semasyoloh. opysanyia. Moskva: Nauka, 1986. 239 p.
15. Shmelev D. N. Problemy semanticheskoho analiza leksyky. Moskva: Nauka, 1987. 280 p.

ILLOCUTIONARY FEATURES OF ENGLISH STATEMENTS OF APPROVAL

Karazhekova Oleksandra

Graduate Student

Izmail State University of Humanities

From the viewpoint of linguistic status, approval, which is the subject of our research, can be considered as a special pragmatic type of utterance with illocutionary force.

In each utterance, the speaker puts not only a certain meaning, but also a certain communicative intention. Like any activity, speech activity begins with motivation, that is, the appearance of the speaker's needs to convey some information to anybody, encourage one's action, express an attitude, etc. Motive is the main motivating force in psychological activity, a cognitive-emotional psychological system that performs the function of a behavior regulator [2, p. 58]. Speech activity, as a rule, is included in higher-order activities: the production of utterances or the exchange of utterances is not an end in itself. It acts as a means of planning and regulating practical activities determined by the corresponding motive. Therefore, in each individual case, we are dealing with a certain hierarchy of motives.

The motivation stage is also a pre-speech mode stage. At the next (also preceding the actual verbalization) stage, under the influence of this motive, a general idea is formed, a kind of "action plan" drawn up by the speaker to achieve one's goal, a semantic image of what the speaker intends to report, that is, the general meaning of an utterance arises.

It should be noted that the motive does not coincide with the illocutionary force, and this circumstance is important for understanding speech expressions of approval.

The illocutionary force of an utterance usually consists of seven components [5, p. 251–257]: the illocutionary goal; the method of achieving the illocutionary goal; the intensity of the illocutionary goal; the conditions of the propositional content; the preconditions; the conditions for sincerity; the intensity of sincerity conditions.

1. **The purpose** of a particular type of illocutionary act is the intention inherent in it as an act of this type. In the case of statements of approval (further – SA), its illocutionary goal is to express the addressee's positive assessment, one's qualities and/or activities:

"You've got my applaud. You did it perfectly," he told Rita [8].

"I'm impressed with you, kid. You've got a future, Toby. You've got a bright talent." Caruso said [10].

Kevin made a point of keeping Max close at hand. Taciturn, brusque, his talent for putting diagnostic pieces together was superb. "You are good at what you've done" [7].

"You should have been chief resident", Kevin once said to him. "You're the best medical man on house staff" [7].

2. The illocutionary goal is achieved in various ways:

– by face-to-face way, when SA is directed to the object of positive evaluation or produced in its presence:

"You're a real help, my girl. We couldn't have done it without you. We are proud of you" [9];

– by correspondence way, when SA is produced in the absence of the object of positive evaluation:

"I see a lot of improvement in Kevin's work," said Dr. Felder to Nan [7].

According to the method of implementation, SAs can also be direct or indirect. This distinction reflects, first of all, the different degree of intensity of their illocutionary force. The illocutionary formula of direct SAs directly reflects the propositional content of the utterance. In addition, the object of positive evaluation and the evaluation predicate are expressed explicitly in the case of direct approval and together create an evaluation phrase:

"You are strong. You're smart. Good at what you do" [7].

"Your reading is perfect. I like it" [7].

"It's good to talk to you, Pippa. Thank you for ringing. It was kind of you and brave" [6].

Indirect SA differs from direct one by transmitting more information to the addressee in compassion with that one literally contained in the statement. In such cases, the addressee needs more interpretive efforts to reconstruct the content of the transmitted message:

"I've never thought to find such an interesting companion as you are" [10].

"You proved you could do it" [12].

The speaker can produce both direct and indirect approval in various modifications by using different speech acts in the forms of SAs considered as pragmatic varieties of this utterance type.

3. The degree of intensity of the illocutionary goal of approval depends on two factors: the intensity of the sincerity conditions and the intensity associated with the way the goal is achieved. Therefore, the intensity of the illocutionary goal will coincide with the intensity of the sincerity conditions:

"Miranda, you are extraordinary" [7].

"Rina, you are my best actress" [10].

"You are superstar of our show, Toby" [11].

To reinforce the illocation of SA, the speaker may refer to one's authority, social status, or life experience, which give the right to evaluate the addressee's personality or actions:

“Look how far you’ve come with your last operation, my boy,” said the Professor approvingly [12].

“I salute the show you’ve produced because it’s the best one in this season,” said the old actor [11].

4. Some illocutionary forces impose restrictions on the propositional content. These restrictions are called as **the conditions of the propositional content** of the illocutionary forces [5, p. 258]. A proposition as a unit of representation is understood as a kind of mental structure, a reflection of a certain situation and relationship types in it, generalized and organized in our consciousness [4, p. 84]. However, propositions have their own properties. Firstly, each proposition represents a certain state of affairs and has a true meaning. To understand a proposition is to know its conditions of truth, that is, to know what states of affairs must take place in order for it to be true. In case of approval, the main condition for the propositional content is that the motive SA is always determined by the communicative situation of cooperation [3, p. 63], when the speaker expresses a positive assessment of the addressee and one’s activities, seeking to create or maintain non-antagonistic relationships between the participants in the communicative act.

The second important condition for propositional content consists in the fact that the proportion is the content of an illocutionary act. In this sense, the content of a speech act represents SA of an individual’s qualities or activities.

5. The preconditions associated with the propositional content of an utterance explain that the speaker is able to implement the line of activities represented by the propositional content.

6. To determine **the conditions of sincerity**, it is necessary to find out what psychological state the speaker expresses. In the case of SA, the condition of sincerity is realized in case when the speaker is satisfied with the current state of affairs: if the speaker expresses approval to the addressee, it means that the former expresses sincere approval of the latter’s activities. In such a situation the speaker’s confidence demonstrates a positive assessment understood as deserved and objective one.

7. **The intensity of sincerity conditions** of SA may be greater or less one, depending on the psychological state of the speaker, which determines the appropriate degree of illocutionary force of the utterance.

By performing a speech action, the speaker can also express respect, sympathy, love, affection, pleasure and other "positive" feelings in addition to the illocution of approval. These additional co-values enhance the approval effect as an evaluative statement and the strength of its impact on the addressee, who interprets the information received appropriately and thereby modifies one’s inner world [1, p. 16].

The intensity of the illocutive goal coincides with the intensity of sincerity conditions, in other words, the intensity with which the psychological state of the illocutionary act of approval is expressed cannot be higher than the

intensity of its illocutionary goal (i.e. exaggerated approval will not correspond to the sincerity condition).

The prospect of research is to analyze linguo-pragmatic status of statements of approval on the material of English fiction texts.

References:

1. Демьянков В.З. Специальные теории интерпретации в вычислительной лингвистике. Харьков : Изд-во ХГПУ, 1999. 416 с.
2. Дубров А.Г. Парапсихология и современное естествознание. Киев : Киев.ун-т, 1990. 215 с.
3. Ключко Л.И. К проблеме моделирования речевого акта похвалы. Харьков : Константа, 2000. С. 58–66.
4. Панкрац Ю.Г. Пропозициональная форма представления знаний. Язык и структуры представления знаний. Сб. науч.–аналит. обзоров. Харьков : Мысль, 2000. С. 78–97.
5. Серль Дж.Р., Вандервекен Д. Основные понятия исчисления речевых актов. Новое в зарубежной лингвистике. Москва : Прогресс, 1996. Вып. 18. С. 242–262.
6. Elgin E. *Whisper on the Wind*. London : Harper Collins Publishers, 1992. 592 p.
7. Green G. *The Healers*. New York : A Berkley Book, 1980. 516 p.
8. Hailey A. *The Evening News*. New York : Dell Publishing, Fifth Avenue, 1991. 585 p.
9. Murdoch I. *The Bell*. Falmouth : Triad Granada, 1996. 317 p.
10. Segal E. *The Class*. London : Bantam Books, 1986. 531 p.
11. Sheldon S. *A Stranger in the Mirror*. Great Britain : Hodder and Stroughton Ltd, 1986. 302 p.
12. Smith M. *Polar Star*. New York : Ballantine Books, 1989. 366 p.

IMPERATIVE STATEMENTS IN THE GRAMMATICAL SYSTEM OF THE ENGLISH LANGUAGE

Kiriushchenko Olena

Graduate Student

Izmail State University of Humanities

Modern researchers have repeatedly noted that various linguistic means can participate in the expression of motivation: morphological, syntactic, lexical, prosodic and contextual. Scientists distinguish two groups of means of expressing imperativeness: monofunctional and polyfunctional. The group of monofunctional means of expressing imperativeness includes constructions with the verb form in the imperative and with performative verbs. However, the central place is occupied by the imperative form, since it shows minimal dependence on the context, it also participates in the expression of types and variants of motivation – from categorical to neutral and softened [1].

The imperative form of motivation, combined with an enhanced (incentive) intonation, belongs to the categorical type of motivation. This type of motivation concentrates the semantic features of an imperative situation with the greatest completeness, namely, the orientation of the expression to subordinate the speaker's will [9, p. 91].

N. I. Poroikova notes the following linguistic features of imperative motivation: a) categorical (imperative) motivation cannot be expressed by interrogative constructions; b) this type of motivation cannot be combined with modal words that express uncertainty, assumptions; c) in this type of motivation, there are no indicators of the addressee's orientation to the speaker's desire; d) in the imperative motivation, there are no indicators of the modal value of the possibility of performing an action that is relevant. The main meaning that characterizes the imperative type of motivation is the meaning of necessity, duty [9, p. 92]. The imperative is considered by linguists as the main means of expressing motivation.

V.S. Riabenko justifies the central position of the imperative in the system of means of motivation on the basis of such features: this form reflects the relationships of objective reality (the relationships between a sender and a receiver); the imperative conveys the meaning of motivation most definitely; it is the most common form; it is the most constant it is the most independent of the context; it includes a wide range of motivations (if the paradigm is poor – it is possible to convey different shades) [12, p. 3–4].

The central place among monofunctional imperative constructions is occupied by formations with a verb in the form of an imperative mood, which are aimed at encouraging the addressee to act. These constructions are part of

imperative sentences. The imperative of motivation is a message about the speaker's desire for the addressee to perform a certain action, and an attempt to cause its realization by the addressee [2, p. 22]. The specificity of an imperative sentence lies in its brightly expressed structural, lexical and semantic limitations – not every structural model of the sentence forms an imperative form; not every verb lexeme is able to perform the function of a predicate of an imperative sentence, and the semantic structure of its propositional concept always organizes the relationships “the doer – one's action” [8, p. 4]. An imperative sentence allows for structural variability for the expression of grammatical meanings within three grammatical categories: a) the category of “type of motivation”, which is represented by three oppositions – “direct motivation”, motivation to joint action, motivation to the 3rd person, “reverse motivation”; b) the category of statement/negativeness of the sentence; c) the category of emphaticity of the sentence [8, p. 7].

Imperative sentences are divided into affirmative and negative sentences. Verbs in an affirmative sentence denote an action that must be performed by the addressee at the request of the speaker. Situationally, such forms, of course, are associated with contacting a passive personality – a person who is still being encouraged to start an activity. Negative forms, on the contrary, are addressed to a person who is already engaged in any activity [7, p. 140].

Incentive constructions (further – ICs) that are part of the structure of an affirmative sentence include synthetic verb forms: the 2nd person singular and plural – *Come in*. Negative constructions of imperative sentences of the 2nd person include forms of analytical verbs of the *don't + inf.* type. – *Don't go there*.

Among imperative sentences, there are unextended and extended sentences. An unextended imperative sentence consists of a construction with only one nuclear component, while an extended sentence – of two or more components. The nuclear component of the unextended construction, a verb in the form of an imperative, is the basis of the sentence. It does not have a connection with other components [5]: *Look!*, *Listen!* This group also includes phrasal verbs with adverbs: *Calm down!* *Hurry up!* *Go ahead!*.

In extended imperative ICs, the core as a verb in the imperative mood, interacts with other components. Most often, the core is complicated by the pronoun *you* in the preposition: *You wait!* Neutral ICs are opposed by emphatic ICs, the core of which is amplified by the auxiliary verb *do*: *Do come!*.

In ICs with a nuclear component expressed by a transitive verb, a relationship is established with subsequent components in the form of a noun (*Elicit ideas!*), a personal pronoun in the object case (*Introduce me!*) or a reverse or a demonstrative pronoun (*Help yourself!* *Read this!*).

The analysis of ICs shows that non-personal verb forms – the infinitive, gerund, and participle – are also used in constructions, but these constructions

are much rarer: *Stop talking! Try to answer!* In English, there are ICs in which the nuclear component is expressed by the verb *to be* in the imperative mood. The most commonly used constructions are *to be + adjective (Be strong! Be quiet!)*. The least frequent construction is the conjugation of the verb *to be (get)* + the participle in the past tense form, for example: *be seated, be prepared*.

The core in ICs can be complicated by not only one, but also two (and/or three) dependent components: *Show me this professor!, Give me this piece of paper immediately!* In the extended ICs also enter conjugations of verbs and special words (like *please, kind*), for example: *Please, wait for me! Be so kind!* For ICs, as the examples demonstrate, the omission of the pronoun *you* is a characteristic feature, that is, the construction “verb in the form of the imperative mood +...” is used.

Despite the fact that imperative sentences are considered well studied, the question of whether they should be classified as two-part or one-part sentences still remains unresolved. The vast majority of foreign linguists, starting with the authors of classical scientific grammars and ending with modern structuralists [13; 14; 16], tend to consider imperative sentences as incomplete, having a two-part construction with the subject *you* and the predicate, since the imperative assumes a speech situation of direct appeal to the second person and the addressee of speech communication coincides with the subject of future action [6, p. 13].

Other scholars believe that the peculiarity of an imperative is that, in most cases, it forms monosyllabic sentences. Monosyllabic sentences should be understood as sentences whose block diagram is formed by one grammatical member, the absence of the second is inherent in the very structure of this sentence, that is, it cannot be at all, or formally it could be, but its absence does not create incompleteness, but is a structural feature of these sentences.

The subject in an imperative sentence is in most cases redundant, because these sentences are always directed to the second person – the addressee; the main purpose of an imperative sentence is to encourage the addressee to act. The subject, which is also the addressee, is always implicitly present in the verb form of a monosyllabic sentence.

N. D. Arutiunova notes that such speech acts as requests, orders and some others are meaningless if they are not addressed to anyone: it is impossible to discuss their content regardless of the author and addressee of the language [3, p. 38]. I. I. Prybytok indicates that the presence of a subject depends on the form in which the verb is used: analytical or synthetic [11].

In the case of using the analytical form, an imperative sentence is considered as a two-part sentence, in which the nominal component is represented by a determinant [11, p. 104]: *Let me look at my book*. R. Quirk believes that the missing subject is intuitively restored using the forms of the 2nd person pronoun singular. Proof of this is the use of interrogative

separating endings in imperative sentences *will you?: Be quiet, will you!* and in reflexive forms: *Behave yourself!* R. Quirk emphasizes that sentences containing the subject *you* are of a warning nature and very often express strong irritation: *You be quiet!* The scientist notes that imperative sentences without the subjects appeal to the 2nd person, and are most common in modern English [15, p. 403–405]. According to Thorne J. P., the subject *you* in these cases is assumed and there is no need to designate it, because this is the only possible subject [17, p. 70]. Most linguists refer imperative sentences to one-member sentences (V. S. Khrakovskiy, A. I. Smyrnytskyi, L. S. Barkhudarov, D. A. Shtelin, R. Quirk).

In English grammar, there are two-member imperative sentences, i.e. sentences with a subject. In an imperative sentence, the subject is required in two cases [9, p. 193]: with an undefined action agent: *Somebody, open the door!*; in the context of contrast: *It'll be lunch time soon. Will you call your father?* L. S. Barkhudarov, D. A. Shtelin pay attention to the fact that two-member sentences are always emphatic in nature [4, p. 285]. H. H. Pocheptsov claims that in the imperative mood, the subject expressed by the pronoun can appear only with a sharp emphase: *You stay here!* [10, p. 69]. In a two-member imperative sentence, the subject is always stressed [15].

The prospect of research is to analyze lexical and grammatical means of expressing speech imperativeness on the material of English fiction texts.

References:

1. Бархударов Л. С. Очерки по морфологии современного английского языка. Москва : Высш. шк., 1995. 156 с.
2. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика: Синонимические средства языка. Москва : Наука, 1984. 346 с.
3. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы. Москва : Наука, 2000. 383 с.
2. Бархударов Л. С. Штелинг Д. А. Грамматика английского языка. Москва : Высш. шк., 1983. 428 с.
3. Бархударов Л. С. Очерки по морфологии современного английского языка. Москва : Высш. шк., 1995. 156 с.
4. Зернов Б. Е. О некоторых особенностях императивных предложений в современном английском языке. *Вопросы структуры английского языка в синхронии и диахронии*. Донецк : ДНУ, 2014. С. 13–19.
5. Маслова Н. И., Паповянец Э. Г. Лингвистические средства выражения речевого акта прогнати́ва в английском языке. *Вісник ХДУ*. Харків : Константа, 1999. Вып. 461. С. 139–144.
6. Панина Н. А. Имплицитность речевого выражения и ее типы: Сб. науч. тр. Киев : КГУ, 2000. С. 49–58.
7. Поройкова Н. И. К семантической характеристике побудительных высказываний диалогической речи. Київ : Наук. думка, 1983. 218 с.
8. Почепцов Г. Г. Основы прагматического описания предложения. Київ : Вища шк., 1986. 116 с.

9. Пудровская Т. Н. Описание пропозитива как речевого акта (на материале английского языка). *Вісник ХДУ*. Харків : Константа, 1996. № 386. С. 101–105.
10. Рябенко В. С. Функционально-семантическое поле побудительности в современном немецком языке. Київ : Киев.ун-т, 2004. 245 с.
11. Francis W. N. *The Structure of American English*. N-Y., 1998. P. 382–383.
12. Katz J., Postal P. *An Integrated Theory of Linguistic Descriptions*. Cambridge, 1994. P. 74–79.
13. Quirk R., Greenbaum S., Leech G., Svartvik J. *A Grammar of Contemporary English*. London : Longman, 2004. 1777 p.
14. Roberts P. *Understanding English*. N-Y., 1998. 184 p.
15. Thorne. J. P. Imperative Sentences. *Journal of Linguistics*. Cambridge, Vol. 2, A-1, 1996. P. 72–77.

НОТАТКИ

НОТАТКИ

НОТАТКИ

Наукове видання

Матеріали доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції

**«РЕФОРМУВАННЯ
МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН
І СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА
В СУЧАСНИХ УМОВАХ»**

(м. Ужгород, 24-25 березня 2023 року)

Підписано до друку 31.03.2023. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно друк. арк. 11,63. Тираж 100. Замовлення № 0423-013.
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.