



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ДЕРЖАВНА НАУКОВА УСТАНОВА
«ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ»

КУЯВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ВЛОЦЛАВЕКУ
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)

ЕКОНОМІЧНО-ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ВАРШАВІ
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«ПЕРСПЕКТИВИ СТАБІЛЬНОГО
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: СВІТОВИЙ
ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ»**

8-9 грудня 2023 року



Львів-Торунь

Liha-Pres

2023

Голова організаційного комітету:

Гальцова О.Л. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин Класичного приватного університету.

Члени організаційного комітету:

Машенко О.В. – доктор економічних наук, професор, перший проректор, професор кафедри фінансів, обліку та оподаткування Класичного приватного університету.

Салига К.С. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування Класичного приватного університету.

Пужай-Черета А.М. – кандидат економічних наук, заступник начальника Головного управління ДФС у Запорізькій області.

Миронова Л.Г. – доктор економічних наук, професор кафедри економіки Класичного приватного університету.

Метеленко Н.Г. – доктор економічних наук, професор, директор Інженерного навчально-наукового інституту Запорізького національного університету.

Трохимець О.І. – доктор економічних наук, професор, професор кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин Класичного приватного університету.

Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор, начальник відділу науково-дослідної роботи та атестації наукових кадрів ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» МОН України.

Семенов А.Г. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки Класичного приватного університету.

Рита Бендаравичине – доктор економіки, професор, Університет ім. Вітаутаса Великого, Литва.

Перспективи стабільного економічного розвитку та економічної безпеки: світовий досвід та вітчизняні реалії: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 8-9 грудня 2023 р.). – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2023. – 224 с.

ISBN 978-966-397-335-7

У збірнику викладено матеріали доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи стабільного економічного розвитку та економічної безпеки: світовий досвід та вітчизняні реалії» 8-9 грудня 2023 року, м. Запоріжжя), у яких розглядаються проблеми економіки, готельно-ресторанної справи та туризму, обліку і оподаткування, менеджменту, міжнародних економічних відносин та інші питання.

УДК 338.27:330.34(062.552)

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІКА

Брьохова Ж. В.

МІЖНАРОДНІ ПРОЦЕСИ ЗЛИТТЯ
ТА ПОГЛИНАННЯ КОМПАНІЙ: ПРИЧИНИ,
НАСЛІДКИ ТА МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ 8

Гоголь Т. М.

СОЦІО-ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ
ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ
ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ 12

Деркач Н. С.

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ
НА МАЛОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 17

Кісіль М. І.

ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПРЯМУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ
СТРАТЕГІЙ У ПЕРІОД НЕСТАБІЛЬНОСТІ 22

Кобеля-Звір М. Я.

СУБ'ЄКТИ ТА ОБ'ЄКТИ
ГРАНТОВОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ 28

Командровська В. Є.

ДЕТЕРМІНАНТИ ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ 33

Коробка Р. В.

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРИРОДООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ДОБУВНІЙ
ПРОМИСЛОВОСТІ І РОЗРОБЛЕННІ КАР'ЄРІВ 39

Кропивко В. А.

ОСНОВИ ФОНДІВ ДЕРЖАВНОГО
СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ 43

Матрунчик Д. М.

НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ
ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ
СИСТЕМ У ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД 48

Михайленко О. Г., Горпиняк Є.

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ
У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ 52

Надточій А. О., Бездетко А. Р.	
ПЛАТФОРМНА ЗАЙНЯТІСТЬ: ЗИСКИ ТА РИЗИКИ ДЛЯ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ І ПРАЦІВНИКІВ.....	57
Надточій А. О., Рудь О. В.	
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ СПРИЯННЯ ЗАЙНЯТОСТІ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ	64
Романко Б. Є.	
ДОХОДИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ: ОПТИМІЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ ТА РЕЗЕРВИ ЗРОСТАННЯ	70
Тkachenko Yaroslav, Demianchuk Vladyslav	
PROSPECTS OF POST-WAR RECOVERY FOR ENTERPRISES OF THE INFORMATION TECHNOLOGY INDUSTRY IN UKRAINE.....	74
Шилепницький П. І., Петрова І. П.	
КОНЦЕПЦІЯ КЛІМАТИЧНО-РОЗУМНОГО ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	78
 НАПРЯМ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ	
Калмикова І. С.	
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	82
Костенюк Ю. Б., Безп'ятко О. А.	
РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	87
Remzina Natalia	
FEATURES OF ADVERTISING CAMPAIGNS DEVELOPMENT IN TOURISM	90
Смирнов І. Г., Любіцева О. О.	
ГЕТЬМАНСЬКИЙ БОРЩ: ВІД КОЗАЦЬКОЇ ЮШКИ ДО НАЦІОНАЛЬНОГО ТА СВІТОВОГО ГАСТРОТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ	95
Яковишина М. С., Дмитрук І. О.	
ЕТНОПАРК «ЛАДОМИРІЯ»: ДОСВІД РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ОБ'ЄКТУ ПІД ФУНКЦІЇ ТУРИЗМУ	101

НАПРЯМ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Кришталь Г. О., Цімошинська О. В.

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 104

Кузьминчук Н. В., Альошин С. Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ
НА ПІДПРИЄМЦІВ У 2024 РОЦІ 109

Semenenko Tetiana

CURRENT TRENDS IN ACCOUNTING:
KEY FEATURES AND CHALLENGES 113

Ясінська А. І., Река В. І.

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ
УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ 117

НАПРЯМ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Капітула С. В., Животова Д.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ
КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ 120

Лісовська А. С.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ
ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ..... 126

Мамедов Ю. А., Дорошенко Н. О.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЄВОСТІ ІНСТРУМЕНТАРІЮ
ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ 132

Mukoied Oleksandra

INSTRUMENTS OF UKRAINE'S FINANCIAL STABILITY
IN WARTIME CONDITIONS..... 137

Недопад Г. В., Левитський В. В.

ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ
ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ
ПОЛІТИКИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ: РЕГІОНАЛЬНІ
ТА ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ..... 142

Фрунза С. А.

МЕТОДИКА СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ
В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ
МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ 146

Яструбецька Л. С., Голиш С. С.
ВИКОРИСТАННЯ КІБЕРАТАК
В РОСІЙСЬКІЙ ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ ТА ЇХ ВПЛИВ
НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ.....150

НАПРЯМ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

Бардась А. В., Бобров В. М., Щербина Є. О., Трегуб А. І.
УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ
ДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА154

Бездітко О. Є., Зінчук А. О.
УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ
ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ
ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ158

Воронов М.С., Воронов Д. С.
ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА
В УМОВАХ ВІЙНИ164

Данилевич Н. М., Чемерис М. Б.
ФОРМУВАННЯ ЗМІН У НОВІЙ ПАРАДИГМІ ЛІДЕРСТВА.....168

Романашенко І. О., Гіржева О. М.
ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ.....173

НАПРЯМ 6. МАРКЕТИНГ

Громова О. Є., Вишнюк В. В., Мельник Б. Є.
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
НА СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ.....178

Громова О. Є., Крупський А. С., Котов В. М.
ОПТИМІЗАЦІЯ ВЕБ-САЙТУ
ДЛЯ ПОШУКОВИХ СИСТЕМ (SEO)
ТА ЙОГО РОЛЬ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ182

Громова О. Є., Слободянюк С. В.
WEB-АНАЛІТИКА У ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ185

Каркушка О. О.
БРЕНД-КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ
У ПРОСУВАННІ ПРОДУКТІВ КОМПАНІЇ189

НАПРЯМ 7. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Метла В. О.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ
БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ 193

Теорло Н. А.

ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ КОШТОРИСНИХ НОРМ
ТА НОРМАТИВІВ В БУДІВНИЦТВІ 197

Тимошенко М. В.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ
ІМІДЖУ БАНКІВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ 200

Черняєва А. О., Радченко І. О.

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ. КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ 204

НАПРЯМ 8. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Портаненко Р. С., Шашко В. О.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В КОНТЕКСТІ
РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ 207

НАПРЯМ 9. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Висоцька М. П.

НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ
ФУНКЦІОНУВАННЯ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ..... 211

Гаврилюк О. В., Лютіков О. Г.

ВИКЛИКИ І ЗАВДАННЯ ДЕРЖАВНОЇ МІГРАЦІЙНОЇ
ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД 214

Ярмак О. В., Татаренко М. О.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ
ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 219

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІКА

Брьохова Жанна Віталіївна

студентка

Сумського державного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-1>

МІЖНАРОДНІ ПРОЦЕСИ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ КОМПАНІЙ: ПРИЧИНИ, НАСЛІДКИ ТА МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ

У сучасному світі, де економічні обмеження зникають, а глобальна конкуренція набуває нових вимірів, процес міжнародної консолідації та поглиблення компаній стає актуальною стратегією для досягнення великого успіху та сталого розвитку. Процеси, описані вище, є ключовими елементами в корпоративному світі, де підприємства об'єднують свої сили та ресурси для досягнення стратегічних цілей.

Ось чому на сьогоднішній динамічній економічній арені розгляд причин, наслідків та методів оптимізації міжнародних М&А став надзвичайно важливим для розуміння процесу М&А. Розглянемо основні аспекти даної теми, розкривши динаміку та вплив таких стратегій на бізнес-середовище, на прикладі технологічної комп'ютерної компанії [1].

Процеси міжнародної консолідації та поглиблення компаній є стратегічними корпоративними подіями, коли компанії зливаються або коли одна з компаній купує іншу компанію на міжнародному рівні. Ці процеси включають злиття (де дві або більше компаній об'єднують свої ресурси та бізнес-операції) або злиття (де одна

компанія поглиблює бізнес іншої компанії шляхом придбання акцій або бізнес-операцій).

Такі події можуть відбуватися з різних причин, включаючи розширення ринків, отримання стратегічної конкурентної переваги та оптимізацію ресурсів. Впливи включають зміни в корпоративній структурі, домінування на ринку та економічну взаємодію з методами оптимізації, призначеними для досягнення максимальної ефективності та успішної інтеграції об'єднаного підприємства.

Давайте саме розглянемо конкретний приклад міжнародного злиття та поглиблення компаній. Компанія має гарну репутацію та чудову історію як для прикладу злиття та поглинання.

Яскравий приклад це злиття «Dell» і «EMC», у 2016 році Dell, компанія, що спеціалізується на виробництві комп'ютерної техніки та інформаційних технологій, увійшла до масштабного злиття з корпорацією EMC, великим постачальником рішень у сфері зберігання даних та інформаційних технологій. Розглянемо причини злиття та поглинання:

- розширення портфеля продукції та послуг.
- отримання конкурентних переваг в індустрії зберігання даних.
- підвищення глобальної конкурентоспроможності.

Також виявлені наслідки процесу злиття та поглинання це створення найбільшого світового постачальника інтегрованих технологічних рішень. В компанії виникли зміни в організаційній структурі та культурі об'єднаних компаній. Звернемо увагу на інтеграцію технологічних платформ для забезпечення сумісності продуктів це оптимізація бізнес-процесів та робочих потоків та ретельне управління культурними змінами в організації [2].

Наведений приклад ілюструє, як міжнародне злиття може призвести до створення нового гравця на ринку, об'єднуючи ресурси та знання двох компаній для досягнення стратегічних цілей. В сучасному світі багато компаній та стартапів поглинаються гігантом BlackRock ця корпорація стала найпотужнішою в наші часи.

BlackRock – це американська інвестиційна компанія зі штаб-квартирою в Нью-Йорку, США. Вона є однією з найбільших

інвестиційних компаній у світі. BlackRock спеціалізується на управлінні активами, надаючи інвестиційні послуги корпоративним клієнтам та приватним особам. Компанія володіє значним портфелем активів і грає важливу роль на глобальних фінансових ринках. Заснована в 1988 році, компанія швидко розвинулася та стала однією з найвпливовіших інвестиційних установ світу. Її штаб-квартира знаходиться в фінансовому серці світу, місті Нью-Йорк.

Основною сферою діяльності BlackRock є управління різноманітними видами активів, включаючи акції, облігації, нерухомість, альтернативні інвестиції та інші фінансові продукти. Компанія обслуговує широкий спектр клієнтів, включаючи інституційних інвесторів, пенсійні фонди, корпорації, фонди громадської власності та приватних осіб [3].

Міжнародні злиття та поглинання відображають глобальні тенденції сучасного ділового середовища. Ці стратегічні події визначаються потребою компанії підвищувати конкурентоспроможність, виходити на нові ринки та технології, а також ефективно використовувати ресурси. Процес консолідації та поглиблення може суттєво вплинути на структуру компанії та корпоративну культуру, а також на загальний економічний ландшафт.

Вивчення причин, наслідків та методів оптимізації цих подій має велике значення для компаній, щоб ефективно адаптуватися до викликів глобального ринку та забезпечити сталий розвиток у швидкозмінному бізнес-середовищі. Беручи до уваги культурні та ринкові відмінності, гнучкість у реалізації стратегій оптимізації стає ключовим фактором успіху в умовах міжнародного бізнесу. Злиття та поглинання (M&A) є важливими стратегічними інструментами в сучасному бізнес-середовищі з рядом ключових переваг і викликів. Однак важливо враховувати, що угоди M&A можуть також мати свої виклики, такі як інтеграційні труднощі, культурні відмінності та можливість невдачі у випадку неправильного планування чи виконання.

Література:

1. Шемшученко Ю.С. та ін. Конгломератне об'єднання. Юридична енциклопедія : у 6 т. Київ : Українська енциклопедія імені М.П. Бажана, 2001. Т. 3. 792 с.
2. Шемшученко Ю.С. та ін. Об'єднання підприємств. Юридична енциклопедія : у 6 т. Київ : Українська енциклопедія імені М.П. Бажана, 2002. 720 с.
3. BlackRock, Inc. history, profile and corporate video.
URL: <http://www.companieshistory.com/blackrock/>

Гоголь Тарас Миронович
аспірант кафедри екологічної економіки та бізнесу
Національного лісотехнічного університету України

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-2>

СОЦІО-ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

У вересні 2022 р. Кабінет Міністрів України прийняв Постанову «Деякі питання реформування управління лісової галузі» від 7 вересня 2022 р. № 1003 [1], яка набула чинності 10.09.2022 р. Інституційні зміни, зумовлені впровадженням цієї постанови, полягають у:

1. Ліквідації 24 обласних управлінь лісового та мисливського господарства;

2. Утворенні дев'яти міжрегіональних управлінь лісового та мисливського господарства, які реалізують повноваження Держлісагентства у сфері лісового та мисливського господарства на території декількох адміністративно-територіальних одиниць, визначених Держлісагентством;

3. Ліквідації 158 лісогосподарських підприємств (держлісгоспів) і реорганізування їх у 148 регіональних філій філії ДП «Ліси України»;

4. Утворенні на базі ліквідованих держлісгоспів єдиного Державного спеціалізованого лісогосподарського підприємства «Ліси України»;

5. Утворенні дев'яти регіональних лісових офісів, які координують господарську діяльність регіональних філій [2].

Таким чином, була сформована функціональна модель з двома незалежними вертикалями управління лісами:

1. ДП «Ліси України» здійснює господарську діяльність;

2. Міжрегіональні управління лісового та мисливського господарства Держлісагентства впроваджують державну політику і контролюють діяльність лісокористувачів;

3. Держлісагентство координує взаємодію двох вертикалей управління – ДП «Ліси України» та регіональних управлінь Держлісагентства.

Подальше реформування має привести до перетворення державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України» в акціонерне товариство, 100 відсотків акцій якого належать державі.

Внаслідок реалізації реформи в управлінні ДП «Ліси України» зконцентрувалось 6,6 млн га лісового фонду (63,5% від загальної площі лісового фонду України), з яких 5,9 млн га вкрито лісами та 1,5 млн га складає площа захисних лісів. Території природно-заповідного фонду займають 1,05 млн га. Загальний запас деревини в лісах підприємства складає 1,5 млрд куб. м (71,4 % від загальноукраїнського). Філіями підприємства реалізується понад 12 млн куб. м лісоматеріалів на рік. Чисельність працівників у ДП «Ліси України» складає 33 тис. осіб [2].

Позитивні зрушення в діяльності лісової галузі відзначено у звіті Рахункової палати України [3], в якому зазначається, що із 2021 року майже 100% деревини реалізується через аукціони, впроваджується цифровізація ключових процесів, 100 % лісокористувачів у галузі включено в Єдину державну систему електронного обліку деревини. Із 17 листопада 2023 р. завершено перехід на електронний лісорубний квиток. Впроваджується електронний сертифікат походження лісоматеріалів та виготовлених з них пиломатеріалів, які реалізуються на експорт. Лісове господарство поступливо переходить на принципи наближеного до природи лісівництва. Закупівлі для виробничих потреб лісівників здійснюються через систему Prozorro. Запроваджується конкурсний відбір на вакантні адміністративно-управлінські посади.

Однак, створена в 2022–2023 рр. функціональна модель з двома незалежними вертикалями управління лісами у складі одного

відомства – Держлісагентства на сьогодні неоднозначно сприймається лісівниками, переробниками деревини, суб'єктами громадянського суспільства, а також і в експертному та науковому середовищах. Це зумовлюється існуванням низки, пов'язаних з реформою, соціо-еколого-економічних та інституційних проблем.

Серед **соціальних проблем** ми вважаємо доцільним виокремити такі, як:

- соціальна напруга в регіонах ліквідованих державних лісогосподарських підприємств, які були основними бюджетонаповнювачами для окремих ОТГ, через відсутність законодавчого гарантування перерахування податків і податкових платежів у місцеві бюджети, насамперед, ПДФО;

- сформований у частині суспільства негативний стереотип у сприйнятті лісівників через неефективну боротьбу із незаконними рубаннями та тіньовий ринок деревини і лісопродукції;

- недостатня комунікативна взаємодія Держлісагенства з усіма зацікавленими суб'єктами громадянського суспільства, особливо, щодо популяризування доцільності та переваг адміністративної лісової реформи в умовах війни;

- недостатня взаємодія із деревообробними підприємствами, особливо, середніми і малими, та їх колективами щодо реформування ринку деревини;

- соціальна напруга в колективах новоутворених філій через скорочення працівників без пропозицій альтернативного адекватного працевлаштування;

- гендерні проблеми, зокрема, такі як незначне представництво жінок на керівних посадах лісовому господарстві.

До найбільш вагомих **екологічних проблем**, на нашу думку, належать:

- недостатня орієнтованість новоутвореного загальнодержавного лісового підприємства та його філій на створення стійких високопродуктивних лісових насаджень, спроможних виконувати не тільки ресурсно-економічні функції, але, й екологічні функції (водоохоронні, захисні, санітарно-гігієнічні, кліматотвірні та

інші) та забезпечувати надання екологічних послуг лісовими екосистемами;

- недостатня та нерівномірна лісистість території України;
- катастрофічний екологічний стан лісових насаджень на тимчасово окупованих, деокупованих та прифронтових територіях;
- погіршення санітарного стану лісів, особливо, в промислово розвинутих та густонаселених регіонах;
- призупинення процесу виділення захисних лісів та формування нових об'єктів природно-заповідного фонду, що не сприяє збереженню та відновленню лісового біорізноманіття.

Важливими проблемами, вирішення яких сприятиме сталому розвитку галузі і держави, наповненню бюджетів всіх рівнів, забезпеченню обороноздатності країни, є **економічні проблеми**, серед яких слід зазначити такі як:

- відсутність економічного обґрунтування та регіонального диференціювання централізованих нормативів перерахування усіма філіями в ДП «Ліси України» 35 % із кожного надходження в національній валюті та 100% із кожного експортного надходження з наступним поверненням на рахунки філій протягом двох робочих днів 79 % від продажу отриманої від філій валюти з експортних надходжень [4];
- дисбаланс фінансового забезпечення лісогосподарської діяльності, в малолісних регіонах, відсутність належного фінансування заходів з ведення лісового господарства;
- забезпечення економічної обґрунтованості та прозорості стартових цін на деревину;

Аналізуючи соціальні, екологічні та економічні проблеми, слід зазначити, що їх розв'язання в багатьох випадках залежать від успішного вирішення загальнодержавних **інституційних проблем**, насамперед таких як:

- ухвалення Закону «Про національну лісову політику»;
- усунення суперечностей з антимонопольним законодавством України щодо концентрації у вигляді приєднання 158 лісогосподарських підприємств до Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України»;

– законодавче забезпечення надходження визначеної частини податкових платежів до місцевих бюджетів за місцем ведення господарської діяльності регіональними філіями, які не мають статусу юридичної особи;

– вирішення на законодавчому рівні питання щодо статусу та збереження самосійних лісів та лісосмуг на землях державної, комунальної та приватної власності;

– розроблення єдиних для всіх лісокористувачів прозорих правил продажу деревини, прийняття довгоочікуваного закону «Про ринок деревини».

Висновки. 1. Проведена в 2022–2023 рр. реформа управління лісами і лісовим господарством України дозволила уніфікувати управління галуззю в регіонах, централізувати ринок деревини, прискорити цифровізацію управлінських процесів, зменшити витрати на адміністративний персонал, створити передумови для раціонального перерозподілу фінансових та матеріальних ресурсів між багатолісними та малолісними регіонами; 2. Реформування лісового господарства загострило частину, властивих галузі соціо-еколого-економічних та інституційних проблем, вирішення яких вимагатиме консолідації зусиль всіх гілок виконавчої та законодавчої влади, науковців, фахівців лісової та суміжних галузей, експертів, а також зацікавлених суб'єктів громадянського суспільства України.

Література:

1. Деякі питання реформування управління лісової галузі : Постанова Кабінету Міністрів України від 07 вересня 2022 р. № 1003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1003-2022-%D0-%BF#Text>

2. Державне підприємство «Ліси України». URL: <https://e-forest.gov.ua/>

3. На засіданні Рахункової палати затвердили Звіт про результати аудиту ефективності виконання повноважень Держлісагентством. URL: <https://forest.gov.ua/news/na-zasidanni-rakhunkovoi-palaty-zatverdily-zvit-pro-rezultaty-audytu-efektyvnosti-vykonannia-povnovazhen-derzhlisahentstvom>

4. Місюра О. ДП «Ліси України»: Практична користь від створення. URL: <https://aweu.org.ua/general/dp-lisy-ukrayiny-praktychna-koryst-vid-stvorennya/koryst-vid-stvoren>

Деркач Наталя Сергіївна

студентка

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-3>

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА МАЛОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Фінансове планування як важлива функція управління підприємством набуває актуальності за сучасних умов, коли суттєвий вплив на результати підприємницької діяльності чинять глобалізація, подальша інформатизація та вимоги сучасного економічного середовища, яке орієнтується на інноваційний сектор розвитку.

Діючі економічні перетворення, часті прояви стану економічної невизначеності, конкуренція зумовлюють необхідність пошуку якісно нових підходів до управління фінансово-економічною діяльністю підприємств малого бізнесу, тому одним із першочергових та важливих завдань управління окремими підприємствами, у тому числі і малого бізнесу, є вдосконалення фінансового менеджменту у функції фінансового планування [1].

Через невеликі обсяги виробництва та реалізації продукції малими підприємствами, маючи обмежений доступ до кредитних ресурсів підвищується наявність достовірності на етапі розроблення поточних планів та визначення показників для оцінки ефективності фінансового планування. Методи фінансового планування – це конкретні способи планових розрахунків. Планування фінансових показників здійснюється за допомогою багатьох методів. Але якщо відбудеться помилкова оцінка показників діяльності підприємства – це обов'язково позначиться на процесі фінансового планування:

1. Через неповну інформацію в бухгалтерській звітності оцінка стану активів та пасів не відповідає дійсному стану.

2. Підхід до оцінки фінансової стійкості підприємства, яка визначається як співвідношення власного капіталу і залучених кредитних коштів, що забезпечують активи, не забезпечує реального уявлення про сталий розвиток економічного суб'єкта.

3. Побудова екстраполяції наявних тенденцій у майбутнє вимагає використання значної за часовим обсягом вибірки даних, якої немає на багатьох малих підприємствах.

Показники, які малі підприємства будуть застосовувати для оцінки ефективності своєї діяльності, повинні відображати взаємозв'язок стратегічних та оперативних планів. Мале підприємство самостійно вирішує які показник будуть доречними та інформативними. До теперішнього часу не існує єдиного підходу, якими показниками можна здійснювати оцінку планування, оскільки необхідно враховувати специфіку діяльності малого підприємства. Для малих підприємств оцінювати результатів планування доцільно такими показниками: обсяг реалізації, витрати, прибуток, рентабельність.

Порівняно з великими підприємствами, малі досить рідко здійснюють фінансове планування. Також відсутність професійної підготовки та навичок у підприємця не дозволяє йому досягти високої результативності фінансового планування.

Є декілька проблем, які заважають використовувати фінансове планування у діяльності малого підприємства:

1) умови економічної невизначеності, яка проявляється у коливаннях ринкової кон'юнктури та зумовлена швидкими змінами в економіці України;

2) відсутність нормативно-правової бази, методичних розробок щодо внутрішньо фірмового фінансового планування;

3) залучення професійних консультантів для впровадження та ведення фінансового планування через обмеженість фінансових ресурсів на такий вид витрат;

4) недовіру керівників малих підприємств до методів та прийомів фінансового планування.

Постає необхідність у гнучкості фінансового планування, враховуючи основні зовнішні фактори в умовах невизначеності: рівень процентних ставок, ціни на сировину, ціни на продукцію, платоспроможність попиту.

Обґрунтованість показників фінансового плану часто є неточним через неможливість достовірно визначити прогнозовані обсяги збуту, терміни повернення дебіторської заборгованості, рівень цін, обсяги та умови залучення позикового фінансування.

Під час розроблення фінансових планів підприємств малого бізнесу враховують загальні принципи фінансування. Розмежовують два види фінансового планування: довгострокове й короткострокове. Довгострокове фінансове планування за своїм змістом є фінансовою стратегією, яка визначає довгострокову мету діяльності підприємства.

Для підприємств малого бізнесу стратегічне фінансове планування забезпечує формування стратегічної мети, з якої формується стратегічне завдання, представлене комплексом дій, спрямованих на її реалізацію. Наступним кроком є уточнення у вигляді тактичних цілей і завдань, які підкріплюються оперативними цілями та завданнями й відображаються у відповідних планах короткострокового характеру [2].

Ураховуючи, що малі підприємства відрізняються методами здійснення фінансового менеджменту, мають порівняно невеликі обсяги виробництва і реалізації, фінансових ресурсів, обмежених через це доступ до грошового ринку, на нашу думку, ефективність фінансового планування у їхній діяльності визначатиметься через його достовірність на етапі розроблення короткострокових планів, які є складником довгострокового плану і конкретизує його в показниках. Бюджетування відповідає офіційному звітному періоду – один рік. Основні форми планів-бюджетів наближені до форм звітності за формою та змістом, що полегшує контроль над виконанням планів, зокрема: за рівнем фінансового стану; обсягом і структурою майна та капіталу підприємства; обсягом і структурою доходів і витрат під час формування фінансових результатів тощо.

Окрім того, на малому підприємстві система бюджетування у разі її формування, як правило, є дворівневою: нижній рівень – функціональний; верхній – фінансовий. Особливістю системи бюджетування на таких підприємствах є можливість її спрощення, оскільки функціональний бюджет складається у формі документів бухгалтерського обліку (калькуляції, кошториси, розрахунки потреб у ресурсах тощо). З огляду на те, що рівень прибутковості підприємства залежить від співвідношення «прибуток/витрати», першочерговим завданням є оптимізація витрат та управління ними.

Бюджетування на підприємстві виконує три основні функції: планування, прогнозу та аналізу. Серед них функція планування є найважливішою, оскільки бюджетування є основою для внутрішньо-фірмового планування. Тобто, виходячи із стратегічних цілей підприємства, бюджети вирішують завдання розподілу фінансових ресурсів, що знаходяться у розпорядженні підприємства.

Функція прогнозу полягає у розрахунку прогнозних показників щодо виконання планових завдань на основі бухгалтерського та управлінського обліку. Функція аналізу передбачає зіставлення фактичних даних із плановими показниками на кожному етапі, виявлення відхилень, подальше коригування дій.

Отже, для вдосконалення фінансового планування у короткотерміновому періоді підприємствам доцільно використовувати бюджетування. Бюджетування у системі фінансового планування дає суб'єкту господарювання низку переваг. Бюджети підрозділів компанії розробляються кожного місяця, що робить реальнішою структуру доходів і витрат. За мінімальної чисельності бюджетів зменшуються затрати робочого часу фінансових та економічних служб підприємства. Значною перевагою використання бюджетів є велика самостійність підрозділів суб'єкта господарської діяльності у розрізі витрат на заробітну плату [3].

Література:

1. Савіна С.С. Формування системи фінансового планування підприємства в умовах невизначеності. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18.
2. Хромушина Л.А. Особливості фінансового планування діяльності підприємств малого бізнесу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. МНУ ім. Сухомлинського. 2018. № 23. С. 574–578.
3. Хлевицька Т.Б. Фінансове планування та бюджетування : навчальний посібник. Київ : Державний університет телекомунікацій, 2021. 130 с.

Кісіль Микола Іванович

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

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-4>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПРЯМУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ СТРАТЕГІЙ У ПЕРІОД НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Розвиток фермерських господарств є важливим національним завданням від вирішення якого значною мірою залежить продовольча безпека держави і стан соціальних процесів у сільській місцевості. Цей розвиток буде успішнішим, якщо фермери будуть здатні стратегічно мислити, розробляти й реалізовувати свої стратегії розвитку свого господарства. В умовах нестабільності та криз, зокрема й нинішніх, посилюється потреба фермерських господарств в розробленні антикризових і безпекових стратегій, у процесі реалізації яких буде досягтися стан їх сталості, що можливо лише на основі інвестицій. Тому стратегіям фермерських господарств слід надавати інвестиційну спрямованість.

Найважливішим критерієм успішності реалізації фермерських стратегій є ефективність. Ефективне ведення фермерського господарства на основі інвестицій передбачає використання методів та процедур з оцінок фактичного стану, прогнозування, стратегічного планування, управлінського обліку, фінансової діагностики, управління ризиками та внутрішнього контролю, які в сукупності зорієнтовані на оптимізацію інвестиційних фінансових та господарських рішень і підвищення ефективності. При формуванні інвестиційно сприятливих стратегій розвитку фермерам слід володіти методами, методичними підходами й інструментарієм стратегічного планування інвестицій і проєктного аналізу.

Ефективність діяльності фермерського господарства найбільш повно відображає показник норми прибутку, що визначається діленням прибутку після сплати податків на вартість авансованого капіталу. В оцінках ефективності фермерської стратегії по окремих її інвестиційних заходах доцільно використовувати методологію проєктного аналізу укрупнених показників витрат і вигод по роках і за життєвий цикл проєкту, а також строку окупності майбутніх інвестицій і поточних витрат без приведення їх до теперішньої вартості.

Розвиток фермерських господарств в незалежній Україні їх відбувався по таких п'яти етапах: перший – масове створення у 1992–1995 рр.; другий – утвердження фермерського руху в 1996–2000 рр.; третій – прискорення процесів зростання та концентрації їх землекористувань, придбання технічних та інших основних засобів, залучення додаткового капіталу, зростання за рахунок додаткової оренди земель та майна спільної часткової власності селян співвласників колишніх КСП, реалізації інвестиційно спрямованих стратегій розвитку в 2001–2008 рр. з одночасним уповільнення процесів накопичення фермерського капіталу в 2004–2008 рр.; четвертий – зменшення чисельності фермерських господарств при одночасному зростанні площ їх землекористувань і якісних перетвореннях у виробничому потенціалі в 2009–2021 рр.; п'ятий – початок розвитку національного фермерства в умовах війни та високих ризиків, наслідки яких нанесли йому значної шкоди, відмова від інвестиційно спрямованих стратегій і перехід на стратегії виживання і безпеки з 2022 р.

Нинішній стан реалізації стратегій розвитку фермерських господарств, рішення щодо яких були прийняті в попередні періоди, характеризується недостатньою інвестиційною спрямованістю. Їх чисельність у 2022 р. порівняно з 2020 р. скоротилася майже на третину за рахунок господарств з малими площами землекористування та інвестиційними можливостями. Значна частина техніки втрачена через військові дії. На окупованих територіях і там, де ведуться активні бойові дії, втрачено значну

частину поголів'я тварин і птиці. Ринкова пропозиція вітчизняної техніки для малих господарств недостатня, а та що є, дорога. В умовах довготривалої нестабільності війни, більшість фермерських господарств відклали реалізацію своїх інвестиційних проектів, а кошти від скорочення витрат по матеріальних ресурсах, послугах і розрахунках спрямовують на формування оборотного капіталу. Стратегія розвитку більшості фермерських господарств нині характеризується ознаками виживання і подолання впливу негативних чинників.

Нинішні умови функціонування фермерських господарств зумовлюють необхідність застосування у повоєнний період стратегій диверсифікації виробництва та освоєння нових видів продукції і ринків її збуту, а в умовах війни реалізації інвестиційно спрямованих стратегій виробництва нішевих продуктів і переорієнтації із зовнішніх на внутрішні локальні ринки. Перспективні напрями фермерських інвестицій – овочівництво, ягідництво та садівництво, рибництво, а також інші виробництва продукції з високим вмістом доданої вартості.

Нестабільність і високі ризики, негативно позначаються на виробничій діяльності фермерських господарств. Так, розмір виробництва їхньої продукції на 1 га ріллі за чотири довоєнні роки зменшився на 8%.

При виборі інвестиційно спрямованих стратегій розвитку фермерським господарствам слід ураховувати стан своєї сталості. Виражено стале фермерське господарство може обирати стратегію активного інвестиційного зростання, середнього рівня сталості – стратегію середнього рівня інвестиційної активності та нарощування капіталу, умовно стале – стратегію досягнення постійної сталості при помірній інвестиційній активності, з переважанням стану несталості – стратегію відновлення сталості розвитку з переважанням інвестиційних заходів, несталим та з ознаками банкрутства – стратегію збереження господарства, підвищення рівня інвестиційної привабливості, упередження банкрутства та відновлення платоспроможності.

Залежно від можливостей формувати власні й залучені джерела фінансування інвестицій та з урахуванням стану сталості фермерським господарствам доцільно надавати перевагу реалізації інвестиційно спрямованих стратегій, метою яких є: відновлення економічної діяльності за рахунок зовнішньої допомоги та можливостей зовнішньої підтримки їх початкової інвестиційної діяльності; виживання в несприятливому та кризовому економічному середовищі з використанням переважно власних інвестиційних ресурсів для накопичення капіталу помірними темпами і подальшого переходу на іншу стратегію розвитку; активного розвитку операційної та інвестиційної діяльності за рахунок власних коштів, позик і залучених іншим чином джерел фінансування інвестицій; інвестиційно спрямованій стратегії інноваційного характеру з розвитком економічної діяльності «широким фронтом» на основі власних і залучених джерел фінансування інвестицій, інноваційних розробок і людського капіталу.

Певну позитивну роль у підтримці фермерських господарств відіграють бюджетні кошти. Нинішня бюджетна підтримка фермерських господарств, яка хоча й незначна за розмірами, але має певне інвестиційне спрямування, оскільки передбачає заходи з будівництва теплиць, закладку багаторічних насаджень, формування стада тварин, меліорацію тощо. У 2023 р. здійснюється також грантова підтримка створення або розвитку тепличного господарства, садівництва, ягідництва, виноградарства та інших виробництв. На екстрену підтримку дрібних агровиробників у 2022 р. було спрямовано 50 млн євро з бюджетної програми ЄС. З метою удосконалення механізму державної підтримки фермерських господарств необхідно її обсяги збільшити до рівня, що в коротко- та середньостроковій перспективі створюватиме можливості підвищення конкурентоздатності їх продукції, а в довгостроковому періоді – досягнення рівня розвинених країн. Доцільно розробити і реалізувати Програму повоєнного розвитку фермерства та відродження сільського соціально-економічного простору й підготувати пропозиції для Уряду щодо її розгляду й ухвалення.

Через війну погіршився стан продовольчої безпеки держави. З метою ефективного протистояння виявленим загрозам і стабілізації ситуації в цій сфері у період воєнного стану Рада національної безпеки і оборони прийняла рішення щодо заходів з підтримки розвитку фермерських господарств, зокрема підготовки типового бізнес-плану створення та функціонування фермерського господарства, особистого селянського господарства, а також організаційних заходів щодо надання їм правової, консультаційної та методичної підтримки із упровадження таких бізнес-планів [1]. Ці та інші заходи сприятимуть відновленню та активізації діяльності фермерських господарств. Реалізації заходів Ради національної безпеки і оборони у середовищі фермерських господарств сприятиме використання відповідних наукових розробок ННЦ «Інститут аграрної економіки» [2; 3].

З метою удосконалення механізму державної підтримки фермерським господарствам України необхідно збільшити її обсяги до рівня, який в коротко- та середньостроковій перспективі буде створювати можливості їх сталого розвитку. Керівникам фермерських господарств потрібно вміти правильно підготувати документи для отримання державної підтримки через механізм компенсації частки витрат на будівництво тваринницьких та інших потужностей, придбання нової сільськогосподарської техніки, пільгового кредитування та лізингу.

При формуванні системи державної підтримки і сприяння розвитку фермерських господарств в Україні у повоєнний період доцільно використовувати досвід ЄС та інших країн світу, у яких основою розвитку сільського господарства є фермерський уклад. Хоча можливості формування фермерського укладу як основи сільського господарства в Україні недостатні, з огляду на соціально-економічні цілі виробництва і соціуму в сільській місцевості у повоєнний період необхідно максимально сприяти його зміцненню в системі багатукладної аграрної економіки.

Важливо, щоб активізація заходів щодо підтримки фермерських господарств теж була інвестиційно спрямованою та стимулювала

їхню інвестиційну діяльність за рахунок власних і залучених ними джерел фінансування, а також формування ними інвестиційно спрямованих стратегій розвитку.

Література:

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України 2023 року «Про стан забезпечення продовольчої безпеки» : Указ Президента України від 9 жовтня 2023 року № 681/2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/681/2023#Text>

2. Кісіль М.І., Кропивко М.М., Кропивко М.Ф., Спесивцев С.А. Методичні рекомендації з розробки інвестиційної стратегії та політики фермерського господарства : наук.-прак. вид. Київ : ННЦ ІАЕ, 2006. 68 с.

3. Захарчук О.В., Кісіль М.І., Нечитайло В.В. та ін. Формування інвестиційно спрямованих стратегій розвитку фермерських господарств за умов нестабільності : монографія / за ред. М.І. Кісіля. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2023. 154 с.

Кобеля-Звір Мар'яна Ярославівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики
Львівського торговельно-економічного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-5>

СУБ'ЄКТИ ТА ОБ'ЄКТИ ГРАНТОВОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Дослідження законодавчих актів продемонструвало нам, що на теперішній час відсутня єдина дефініція поняття «грант», що є певною прогалиною законодавства. У попередніх дослідженнях нами запропоновано дефініцію грантів як ресурсів, що надаються у формі майна, робіт і послуг; фінансових ресурсів у національній чи іноземній валюті з повним або частковим фінансуванням приватними, корпоративними, суспільними, урядовими та міжнародними грантодавцями на безвідкличній та безоплатній основі представникам органів влади та місцевого самоврядування, мікро-, малого та середнього бізнесу, громадського сектору та приватним особам на реалізацію цільових проектів та заходів організаційного розвитку [1].

Ознаками гранту є: 1) цільовий характер надання; 2) має характер допомоги, що надається за рахунок коштів, закумульованих у фондах грантодавців; 3) надання для зміцнення інституційної та фінансової спроможності реципієнта, а також на реалізацію конкретного проекту або програми на досягнення економічного, соціального та екологічного ефекту; 4) надання у грошовій або натуральній формі; 5) безоплатність; 6) безповоротність.

Особливістю грантів є те, що користування ними та їх похідними благами відбувається на безоплатній, безповоротній та безвідкличній основі, а також строго у відповідності до завдань та цілей, які запропоновані організацією-заявником у грантовій заявці,

підтримані грантодавцем у грантовому конкурсі та зафіксовані у грантовій угоді. Ще однією особливістю є те, що за цільовим використанням гранту ретельно слідкує сторона грантодавця. У всіх грантових відносинах обов'язковим є процес звітування за формою, строго встановленою грантодавцем.

Гранти прийнято класифікувати залежно від суб'єктності грантодавця:

- гранти міжнародних організацій (МОМ [2], ООН, Міжнародний Вишеградський фонд та ін.);
- гранти урядових донорів (Державний департамент США, Німецьке бюро міжнародної співпраці (GIZ), Посольство Федеральної Республіки Німеччина в Україні та ін.);
- гранти суспільних донорів (Фонд Конрада Аденауера, Фонд імені Фрідріха Еберта, Фонд Фрідріха Науманна «За свободу» та ін.);
- гранти приватних донорів (Фонд Рокфеллера (The Rockefeller Foundation), Фонд Чарльза Стюарта Мотта та ін.);
- гранти корпоративних донорів (Компанія «Монсанто», Intercultural Innovation Award та ін.) [3].

Відповідно до наведеної класифікації у загальному вигляді грантодавців можна представити наступним чином: міжнародні організації, урядові донори, суспільні донори, приватні донори, корпоративні донори.

Отже, **грантодавцем** є суб'єкт грантової діяльності, який надає грантоотримувачу грант на безповоротній, безоплатній та цільовій основі на виконання певних цілей.

Залежно від організаційно-правової форми грантоотримувача гранти можна розподілити на:

1. Гранти для органів виконавчої влади.
2. Гранти для органів місцевого самоврядування (грантова підтримка для цих суб'єктів можлива в межах секторальної підтримки від Мінрегіону, Державного фонду регіонального розвитку, посольств іноземних держав в Україні, міжнародних організацій та ін.).

3. Гранти для представників бізнесу. Так, до одержувачів бюджетного гранту відповідно до положень Податкового кодексу України можуть належати:

1) платники податку на прибуток підприємств, що впливає зі змісту ст. 140 ПК України, а це платники, перелічені в ст. 133 ПК України, а саме: юридичні особи (окрім неприбуткових підприємств, установ та організацій), фізичні особи – підприємці (ФОП), у тому числі такі, що обрали спрощену систему оподаткування, та фізичні особи, які провадять незалежну професійну діяльність, які сплачують податок на прибуток підприємств із об'єктів, зазначених у пп. 133.1.4. п. 133.1 ст. 133 ПК України;

2) платники єдиного податку, що впливає з положень ст. 292 ПК України (пп. 1 п. 292.1), а це юридичні особи чи фізичні особи – підприємці, які відповідають ознакам, що перелічені в п. 291.4 ст. 291 ПК України;

3) платники податку на доходи фізичних осіб, а саме: а) фізичні особи – підприємці, що впливає з п. 177.3.2 ч. 177.3 ст. 177 ПК України; б) фізичні особи, які провадять незалежну професійну діяльність (ФОП), що впливає з положень ч. 178.3 ст. 178 ПК України; в) інші фізичні особи, що впливає з пп. 170.7-1.2 п. 170.7-1 ст. 170 ПК України [4].

1. Гранти для об'єднання співвласників багатоквартирних будинків (підтримка Державного фонду енергоефективності).

2. Гранти для політичних партій (Фонд Конрада Аденауера, Фонд Ганса Зайделя, Фонд імені Гайнріха Бьоля, Міжнародний республіканський інститут (МРІ), Національний демократичний інститут міжнародних відносин (НДІ) та ін.).

3. Гранти для релігійних організацій (Zagoriy Foundation, Карітас, Програма USAID «Справедливість для всіх» та ін.).

4. Гранти для громадського сектору (підтримку отримують від багатьох фондів та програм, як-от: Фонду ABILIS, Глобального жіночого фонду, Фонду Рокфеллера:

– Гранти для громадських організацій.

– Гранти для громадських спілок.

- Гранти для асоціацій.
- Гранти для благодійних фондів.
- 5. Гранти для установ.
- 6. Гранти для закладів.

7. Гранти для фізичних осіб (гранти на навчання, стажування, підвищення кваліфікації від різних національних та іноземних донорів, а також програма «Робота» дає можливість подати на участь у грантовому конкурсі особам, які ще не сформалізували свою діяльність в організаційно-правову форму, але можуть отримати грант для відкриття власної справи, попередньо зареєструвавшись як ФОП) [3].

Відповідно до наведеної класифікації, грантоотримувачами можуть бути: органи виконавчої влади та місцевого самоврядування, представники бізнесу: приватні підприємства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства, сімейні підприємства, колективні підприємства, індивідуальні підприємства, селянські (фермерські) господарства, спілки споживчих товариств, споживчі товариства, кооперативи, фізичні особи – підприємці; об'єднання співвласників багатоквартирних будинків; політичні партії, релігійні організації; представники громадського сектору: громадські організації, громадські спілки, асоціації, благодійні фонди; різні установи, заклади і навіть фізичні особи.

Варто зазначити, що основними учасниками грантової діяльності зі сторони грантоотримувача можуть бути: посадова особа, директор, власник, головний виконавець або інша особа у структурі організації, що є учасником гранту, яка має управлінські або контролюючі функції, що стосуються даної транзакції; консультанти; ідейник проекту, організація-заявник; організація-виконавець, партнери проекту, підрядники, члени команди тощо.

Отже, **грантоотримувачем** є суб'єкт грантової діяльності, який отримує грантові ресурси і зобов'язаний їх використати на цілі грантової діяльності, в терміни та на умовах, які обумовлені в грантовій угоді.

Грантодавець і грантоотримувач набувають свого статусу добровільно.

Грантодавець – відповідно до своїх стратегічних та програмних цілей, а грантоотримувачі – на конкурсній основі.

Отже, суб'єктами грантової діяльності можуть виступати дві групи осіб – грантодавці та грантоотримувачі. З боку грантодавця суб'єктами є: міжнародні організації, урядові донори, суспільні донори, приватні донори, корпоративні донори, а з боку грантоотримувача – представники влади, місцевого самоврядування, мікро-, малого та середнього бізнесу, громадського сектору, фізичні особи тощо. Об'єктом грантової діяльності є грант – грошовий або негрошовий ресурс, який надається безоплатно та безповоротно грантодавцем реципієнту цільово на виконання заходів для зміцнення інституційної та фінансової спроможності грантоотримувача, а також на реалізацію конкретного проекту або програми на досягнення економічного, соціального та екологічного ефекту.

Література:

1. Кобеля-Звір М.Я. Основні підходи до визначення поняття гранту. URL: <https://journals.kyumu.kyiv.ua/index.php/economy/article/view/57>
2. Кобеля-Звір М.Я. Грантова підтримка міжнародної організації з міграції в Україні під час війни. URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_92_2023_ukr/10.pdf
3. Центр розвитку «ЧАС ЗМІН». Гранти 2023. URL: <http://www.chaszmin.com.ua/granty-2023/>
4. Податковий кодекс України. URL: <https://buhgalter911.com/uk/normativnaya-baza/nalogovyj-kodeks/>

Командровська Вероніка Євгенівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та бізнес-технологій
Національного авіаційного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-6>

ДЕТЕРМІНАНТИ ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Система детермінант, що створює середовище для ефективного впровадження інновацій з метою забезпечення сталого розвитку підприємств, є важливим напрямком дослідження, адже інновації є ключовим фактором успіху та конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку. Однак недостатньо просто генерувати нові ідеї та рішення, їх також потрібно ефективно впроваджувати для досягнення цілей сталого розвитку та реалізації місії підприємств. Для цього необхідно мати уявлення про складові системи детермінант, тобто сукупності факторів, які впливають на інноваційний процес та його ефективність, та визначити характер їх впливу на кожну зі складових забезпечення сталого розвитку підприємств.

На середовище стійких інновацій впливає низка визначальних факторів, які взаємодіють на рівні системи. До них належать, наприклад, ринковий попит, поведінка конкурентів, нормативно-правова база, технологічний розвиток, очікування клієнтів, відносини з постачальниками, мотивація співробітників, відданість керівництва, результати досліджень і розробок, соціальні норми та цінності, наявність природних ресурсів тощо. Усі ці фактори впливають на вибір того, які види інновацій можливі і необхідні на даному підприємстві.

Тому підприємствам не достатньо брати до уваги окремі фактори, але також розуміти їхні зв'язки та взаємодію. Для цього

потрібне системне мислення, здатне розпізнавати корінні причини проблем, інтереси тих, хто бере участь у процесі, наслідки та побічні ефекти можливих рішень, а також ресурси, необхідні для змін. Системне мислення допомагає підприємствам не тільки реагувати на зміни в навколишньому середовищі, але й активно формувати його таким чином, щоб воно було стійким.

Традиційно до системи детермінант, що формують середовище інноваційного забезпечення сталого розвитку підприємств, відносять:

- соціально-економічні фактори, такі як рівень доходу, освіти, культури та демографії населення;
- політично-правові фактори, такі як стабільність державної влади, законодавство про інновації та захист прав власності;
- технологічні фактори, такі як наявність сучасних наукових баз, лабораторій, обладнання та інформаційних систем;
- конкурентні фактори, такі як інтенсивність ринкової боротьби, стратегії конкурентів, бар'єри входу та виходу.

Всі елементи середовища поєднують у три групи:

- внутрішнє середовище підприємства, включаючи ресурси, компетенції, стратегії, організаційну культуру, лідерство, мотивацію, інновації та етику;
- зовнішнє макросередовище підприємства, включаючи економічні, політичні, соціальні, технологічні, екологічні та правові аспекти;
- зовнішнє мікросередовище підприємства, в тому числі стейкхолдерів, зокрема власників, менеджерів, співробітників, клієнтів, постачальників, партнерів, конкурентів, суспільство та державу.

Детермінанти, що визначають сталий розвиток підприємства, можуть бути класифіковані за різними критеріями. Один із можливих підходів полягає в тому, щоб розділити їх на три групи: детермінанти першого порядку, детермінанти другого порядку та детермінанти третього порядку (рис. 1).

Детермінанти першого порядку – це чинники, які впливають на сталий розвиток підприємства міста і є необхідними умовами його досягнення. До них відносяться:

– фінансова стійкість підприємства, що означає здатність підприємства генерувати достатній обсяг доходів покриття своїх витрат та інвестицій.



Рис. 1. Детермінанти, що визначають сталий розвиток підприємства

– операційна стійкість підприємства, що означає здатність підприємства ефективно використовувати свої ресурси для виробництва якісних товарів та послуг.

– репутаційна стійкість підприємства, що означає здатність підприємства створювати та підтримувати позитивний імідж серед своїх стейкхолдерів.

Детермінанти другого порядку – це фактори, які опосередковано впливають на сталий розвиток підприємства та є бажаними умовами для його досягнення. До них відносяться:

- стратегічна стійкість підприємства, що означає здатність підприємства визначати свою місію, бачення, цілі та цінності та реалізовувати їх за допомогою адекватних стратегій;

- організаційна стійкість підприємства, що означає здатність підприємства формувати та підтримувати ефективну організаційну структуру, культуру, клімат та комунікацію;

- інноваційна стійкість підприємства, що означає здатність підприємства постійно покращувати свої товари, послуги, процеси та бізнес-моделі з урахуванням потреб та очікувань своїх стейкхолдерів.

Детермінанти третього порядку – це фактори, які впливають на сталий розвиток підприємства безпосередньо, але можуть підвищити його ймовірність і прискорити його темп. До них відносяться:

- соціальна стійкість підприємства, яка означає здатність підприємства вести відповідальний бізнес з урахуванням соціальних аспектів, таких як дотримання прав людини, трудових норм, безпеки та здоров'я працівників, благодійності та волонтерства;

- екологічна стійкість підприємства, що означає здатність підприємства вести екологічний бізнес з урахуванням екологічних аспектів, таких як зниження викидів парникових газів, відходів, споживання енергії та води, захист біорізноманіття та природних ресурсів;

- правова стійкість підприємства, що означає здатність підприємства вести законний бізнес з урахуванням правових аспектів, таких як дотримання податкового законодавства, антимонопольного законодавства, законодавства щодо захисту даних та інтелектуальної власності.

Систему детермінантів, що створюють середовище та умови для впровадження інновацій на підприємстві та забезпечення його сталого розвитку пропонується також представити у вигляді сукупності чотирьох основних компонентів: стратегічні

детермінанти, організаційні детермінанти, детермінанти процесу та детермінанти результату. Кожна з цих сфер містить кілька підсфер і окремих детермінант, які обираються на основі аналізу літератури та емпіричних досліджень. Ця система є універсальною і може бути використана для оцінки та підвищення рівня сталого впровадження інновацій на підприємствах різних типів і розмірів.

Щоб створити середовище, сприятливе для сталого розвитку підприємства, організація повинна забезпечити оптимізацію та гармонізацію детермінант процесу впровадження інновацій на всіх рівнях. Це означає, що організація має: відстежувати тенденції та зміни у зовнішньому середовищі, аналізувати ринкові тенденції та зміни та визначати можливості та загрози конкурентній позиції, зміни у потребах споживачів; розробити чітку та послідовну інноваційну стратегію, яка відповідає його місії та баченню та відповідає потребам та очікуванням зацікавлених сторін; формувати організаційну культуру, засновану на таких цінностях, як відкритість, креативність, співпраця, участь і відповідальність; адаптувати організаційну структуру до характеру та типу інновацій та забезпечити гнучкість і адаптивність; розвивати компетенції та мотивацію працівників; використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології, а також системи управління знаннями та якістю; створювати умови для залучення фінансових ресурсів для науково-дослідної діяльності та контролювати її ефективність і прибутковість; налагодити співпрацю з постачальниками та діловими партнерами та прагнути до створення синергії та доданої вартості; дотримуватися чинних правових норм, етичних і соціальних стандартів; займатися просоціальною та проекологічною діяльністю та пропагувати ідеї сталого розвитку.

Підводячи підсумки, можна сказати, що детермінанти, які впливають на сталий розвиток підприємства, є різноманітними та багатовимірними, тому вимагають комплексного та системного підходу до їх вивчення та управління. Їх оптимізація та гармонізація може сприяти підвищенню ефективності та результативності інноваційного процесу та покращенню конкурентоспроможності та

репутації організації на ринку. Стійкий розвиток підприємства не є статичним станом, а динамічним процесом, який потребує постійного моніторингу, оцінки та коригування з метою його удосконалення.

Література:

1. Горященко Ю., Бокова Ю., Кулешова А. Чинники впливу на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності суб'єктів малого бізнесу. *Економічні науки*. 2021. № 4 (92). DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-4-92-64>

2. Орлова-Курилова О.В. Детермінанти інноваційної діяльності в умовах системної кризи. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 25. Частина 1. 2017. С. 186–189.

Коробка Ростислав Васильович
кандидат економічних наук, докторант
Національного університету біоресурсів
і природокористування України

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-7>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИРОДООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ДОБУВНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ І РОЗРОБЛЕННІ КАР'ЄРІВ

Активізація природоохоронної діяльності має важливе значення для всіх без винятку секторів національного господарства. Особливо вагомим є розширення масштабів охорони навколишнього природного середовища у видах діяльності, які значною мірою впливають на стан та здоров'я людей, стійкість біогеоценозів та обсяги утворення відходів. До таких галузей слід віднести добувну промисловість та розроблення кар'єрів, які забезпечують видобуток мінеральної сировини. Тим більше, що мінерально-сировинні ресурси виступають ваговою складовою природного багатства країни. З огляду на те, що більшість країн так і не змогли трансформувати національні економіки до вимог інформаційної фази соціально-економічного розвитку, мінерально-сировинні ресурси виступають чи не основним фактором господарської самодостатності і економічної потужності тих чи інших держав. Це повною мірою стосується також і України [1, с. 7].

Доцільність активізації природоохоронної діяльності у добувній промисловості і розробленні кар'єрів пов'язана з тим, що саме в цьому секторі господарського комплексу створюється основна маса відходів (мінеральних відходів). Зокрема, у 2002–2020 роках питома вага добувної промисловості і розроблення кар'єрів у загальному обсязі утворених відходів в цілому по всіх видах економічної діяльності по Україні загалом коливалася в інтервалі 63,9-89,7%.

Виходячи з обсягів утворених відходів у добувній промисловості і розробленні кар'єрів, природоохоронна діяльність у цій ланці господарського комплексу має, в першу чергу, бути зорієнтована на формування систем поводження з мінеральними відходами. Даний фактор має і визначати пріоритети інвестиційного забезпечення природоохоронної діяльності у названому секторі національного господарства. При формуванні пріоритетів нарощення обсягів інвестиційного забезпечення охорони навколишнього природного середовища необхідно також враховувати той факт, що більша частина коштів спрямовується у фінансування поточних витрат, а не капітальних інвестицій.

У динаміці поточних витрат на природоохоронну діяльність у добувній промисловості і розробленні кар'єрів в 2015–2020 роках спостерігався тренд до зростання, окрім незначного зниження у 2017 році. Зокрема, у 2015 році сума поточних витрат у природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів становила 4678,1 млн грн, у 2016 році – 4689,3 млн грн, у 2017 році – 4500,3 млн грн, у 2018 році – 6037,5 млн грн, у 2019 році – 7234,8 млн грн, у 2020 році – 7527,3 млн грн. У 2020 році порівняно з 2015 роком сума поточних витрат в природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів зросла на 2849,2 млн грн або на 60,9%. У 2015–2020 роках найбільше значення поточних витрат у природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів спостерігалось у 2020 році (7527,3 млн грн), а найменше – у 2017 році (4500,3 млн грн). В основному поточні природоохоронні витрати спрямовувалися у розбудову природоохоронної інфраструктури при добуванні металевих руд та добуванні кам'яного і бурого вугілля. У динаміці капітальних інвестицій в природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів у 2015–2020 роках в цілому мала місце висхідна тенденція, окрім незначного просідання у 2016 році. Зокрема, у 2015 році сума капітальних інвестицій в природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів становила 544 млн грн, у 2016 році – 503,6 млн грн,

у 2017 році – 1467,7 млн грн, у 2018 році – 1742,7 млн грн, у 2019 році – 2136,2 млн грн, у 2020 році – 3762,6 млн грн. У 2020 році порівняно з 2015 роком сума капітальних інвестицій в природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів зросла на 3218,6 млн грн або у 5,9 рази. У 2015–2020 роках найбільше значення капітальних інвестицій в природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів спостерігалось у 2020 році (3762,6 млн грн), а найменше – у 2016 році (503,6 млн грн).

Незважаючи на висхідну тенденцію у динаміці капітальних інвестицій в природоохоронну діяльність добувної промисловості і розроблення кар'єрів, обсяги капітальних інвестицій є меншими суми поточних витрат, які спрямовуються в охорону навколишнього природного середовища названого сектора господарського комплексу. Це дає підстави зробити висновок про поточну, а не інвестиційну спрямованість природоохоронних витрат у добувній промисловості та розробленні кар'єрів. Тобто, більша частина «екологічних» коштів спрямовується в утримання об'єктів природоохоронної інфраструктури, а не в їх модернізацію та реконструкцію. З огляду на це потребує удосконалення інституційне підґрунтя інвестиційного забезпечення природоохоронної діяльності у добувній промисловості та розробленні кар'єрів, виходячи зі структурних особливостей розвитку даної галузі та передового іноземного досвіду, а також мультиплікатора інвестиційних видатків у сфері надрокористування [2, с. 106]. Першочергового значення набуває інституціоналізація тих форм інвестиційної діяльності, які забезпечать фінансування проєктів модернізації інфраструктури поводження з відходами добувної промисловості і розроблення кар'єрів, виходячи з вимог природоохоронного законодавства та потреб зміцнення енергетичної самодостатності країни та окремих регіонів.

Література:

1. Голян В.А. Економічна криза в Україні: феномен «голландської хвороби» та рецидив «ресурсного прокляття». *Економіка та держава*. 2016. № 7. С. 4–15.

2. Міщенко В.С. Програмне планування розвитку мінерально-сировинної бази України: методологія і практика. Київ : ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України», 2011. 157 с.

Кропивко Владислав Андрійович

магістр

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-8>

ОСНОВИ ФОНДІВ ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ

Сучасні процеси реформування системи соціального захисту в Україні, оптимізації мережі бюджетних установ, децентралізації фінансових ресурсів зумовлюють необхідність пошуку ефективних шляхів забезпечення фінансової стабільності фондів обов'язкового державного соціального страхування. Адже саме вони є базовою ланкою соціального забезпечення громадян на випадок настання основних страхових ризиків: хвороби, втрати працездатності, безробіття, старості тощо. Водночас наявні диспропорції у формуванні та витрачанні коштів фондами, недосконалість фінансового контролю за їх діяльністю знижують ефективність соціального страхування та потребують наукового обґрунтування шляхів вдосконалення.

В роботі Ковтуненко О.В. де автор представив більш широкий погляд на соціальне страхування в Україні. Він досліджує сучасні проблеми і можливі напрямки розвитку соціальної політики на основі теорії та практичних аспектів. У праці Гусева Л.В., Латипов Д.Р. розглядаються проблеми та перспективи соціального страхування в Україні у 2019 році та аналіз сучасного стану соціальної політики та можливі шляхи подолання існуючих проблем. В роботі авторів Ковальчук О., Журавльова О. проаналізовано виклики та можливості розвитку соціального страхування в Україні у 2022 році, де розглянуто аспекти, які впливають на ефективність соціальної політики.

Фонди соціального страхування – це державні або недержавні органи, які здійснюють заходи соціального захисту населення шляхом надання матеріальної допомоги, компенсації та інших соціальних гарантій на випадок настання непередбачених обставин.

Фонди соціального страхування громадян надзвичайно важливу роль у системі соціального захисту населення України. Вони забезпечують фінансовий захист та соціальні гарантії застрахованих осіб на випадок встановлення страхових подій, що дозволяють компенсувати втрату заробітку, фінансувати лікування та реабілітацію, отримувати матеріальну допомогу у складних життєвих ситуаціях.

В Україні функціонує розгалужена система державних фондів соціального страхування, до якої входять Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворюваннях, Фонд соціального страхування на випадок безробіття. Крім того, діють фонди недержавного соціального страхування.

Фонди соціального страхування в Україні функціонують на основі принципів загальнообов'язковості, пропорційності, страхового та соціального характеру, ефективності. Ці принципи закріплені у відповідному законодавстві та до міжнародних стандартів соціального забезпечення.

Правові та організаційні засади функціонування системи соціального страхування згідно Конституції України, Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування», Закони про окремі види загальнообов'язкового державного соціального страхування та інші нормативно-правові акти.

Залежить на певні проблеми, фонди соціального страхування в Україні в цілому успішно виконують функції соціального захисту населення. Для їх підвищення ефективності необхідно вдосконалювати механізми використання коштів, запроваджувати сучасні інформаційні технології, удосконалювати нормативно-правову базу. Подальший розвиток системи соціального страхування

має бути одним із пріоритетів державної політики у сфері соціального захисту.

Фонди соціального страхування гравців мають важливу роль у забезпеченні соціального захисту населення та потребують подальшого розвитку і вдосконалення.

Населення України отримує наступний пакет переваг від фондів соціального страхування:

– Фінансовий захист у складних життєвих ситуаціях. Громадяни підтримують матеріальну підтримку при хворобах, хворобах та пологах, нещасних випадках, втраті роботи тощо. Це дозволяє уникнути різкого падіння рівня життя.

– Доступ до медичних послуг. За кошти коштів фінансується медичне обслуговування та лікування застрахованих осіб.

– Реабілітація та компенсація у разі травми. Фонд від нещасних випадків фінансує відновлення здоров'я потерпілих на виробництві та виплачує компенсацію.

– Пенсійне забезпечення. Кошти фондів використовують для виплати пенсії за віком, інвалідністю, у разі втрати годувальника тощо.

– Профілактика захворювань. Фонди фінансують програми медичної профілактики та раннє виявлення для запобігання важким захворюванням.

– Соціальна стабільність та захищеність. Наявність системи соцстрахування знижує соціальну напруженість у суспільстві.

Отже, загалом фонди соціального страхування співробітництва мають дуже важливу роль у забезпеченні гідного рівня життя та соціального захисту населення України.

Література:

1. Конституція України. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/constitution>
2. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14#Text>

3. Закон України «Про соціальне страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/412/96-%D0%B2%D1%80#Text>

4. Закон України «Про зайнятість населення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>

5. Постанови Кабінету Міністрів України з питань соціального страхування. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1323-2022-%D0%BF#Text>

6. Офіційний веб-сайт Кабінету Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>

7. Офіційний веб-сайт Фонду соціального страхування України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/fond-sotsialnoho-strakhuvannia-ukrainy-zavershyv-peredachu-sprav-poterpilykh-do-pensiinoho-fondu>

8. Guseva L.V., Latypov D.R. Social security in Ukraine: problems and perspectives. *Social Policy & Administration*. 2019. № 53(2). P. 230–244.

9. Kovalchuk O., Zhuravleva O. The development of social security in Ukraine: challenges and opportunities. *Journal of Social Policy Studies*. 2022. № 20(1). P. 163-177.

10. Mykhailyna O., Tkachenko O. The impact of the COVID-19 pandemic on social security in Ukraine. *International Journal of Social Security*. 2023. № 26(1). P. 1–12.

11. International Labour Organization. Social security statistics. Geneva, 2022. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@soc_sec/documents/publication/wcms_817572.pdf

12. Ковтуненко О.В. Соціальне страхування: сучасні проблеми та перспективи розвитку. Київ : КНЕУ, 2017.

13. Павленко Н.М. Соціальне страхування: теоретичні та практичні аспекти. Київ : ТОВ «Видавництво АСК», 2015.

14. European Union. URL: <https://ec.europa.eu/>

15. Фонд соціального страхування України. URL: <http://surl.li/tqyb>

16. Розвиток державних фондів соціального страхування. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2863510-rozvitok-derzavnih-fondiv-socialnogo-strahuvanna-problemi-ta-perspektivi.html>

17. Фонди державного соціального страхування та їх розвиток в Україні. URL: <http://referat-ok.com.ua/work/fondi-derzhavnogo-socialnogo-strahu/>

18. Social insurance. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/publication/wcms_428970.pdf

19. Кнейслер О.В., Вацлавський О.І., Федорович І.М. «Страхування» : методичні вказівки для студентів спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» всіх форм навчання. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/>

bitstream/316497/41032/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F.pdf

20. Стойко О.Я., Дема Д.І. Фінанси : навчальний посібник.
URL: <http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/123456789/3186/1/Finansu.pdf>

21. Силабус Соціальне страхування 2023. URL: <https://dspace.duet.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/89/1/соціальне%20страхування%20EI0722CSOCS.pdf>

22. Робоча програма навчальної дисципліни ППП 2.1.08 Соціальне страхування. URL: <https://fspu.udru.edu.ua/wp-content/uploads/2023/04/Соціальне-страхування-IV-курс.pdf>

Матрунчик Дмитро Миколайович
кандидат технічних наук, докторант
Луцького національного технічного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-9>

НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД

Формування сучасних регіональних інноваційних систем через інтеграцію освіти, науки та виробництва має відштовхуватися від засадничих аспектів формування регіональної інноваційної політики, встановлення впливу державного регулювання на фінансування інноваційної діяльності конкретного регіону, передумов імплементації високих технологій в регіональні господарські комплекси, сценаріїв «розумної спеціалізації» як інституційної форми інноваційної трансформації регіональної економіки, а також концептуальних засад стратегування інноваційного розвитку регіонів у поствоєнний період та в умовах глокалізації економічних процесів. Важливого значення набуває створення необхідних науково-технічних передумов для формування регіональних інноваційних систем відповідно до кращих іноземних лекал інноваційного розвитку.

Стрімкий сучасний розвиток соціально-економічних процесів, обумовлений потужним наступом четвертої промислової революції («Індустрії 4.0») та нестабільною геополітичною ситуацією, спричиняє низку викликів, на які покликані відповісти регіональні політичні ініціативи щодо стимулювання інноваційної активності [1, с. 5]. Водночас регіональні політичні ініціативи стосовно стимулювання інноваційної активності мають отримати відповідне інституційне та інструментально-методологічне забезпечення, щоб прискорити процеси інноваційного оновлення основного капіталу

матеріального виробництва та зблизити освіту, науку і виробництво в частині продукування та впровадження інноваційних процесів як щодо модернізації техніко-технологічної бази регіонального господарського комплексу, так і щодо активізації інноваційної діяльності закладів вищої освіти та науково-дослідних установ.

Водночас регіональні інноваційні системи в Україні не охоплюють навіть критично необхідний для забезпечення повноцінного інноваційного процесу набір інфраструктурних ланок, що однозначно вимагає здійснення інноваційної трансформації регіональних господарських комплексів. Пріоритети такої трансформації мають бути умонтовані у спектр цілей як державної, так і регіональної інноваційної політики. До основних пріоритетів регіональної інноваційної політики необхідно віднести: оновлення застарілих технологій, нарощення інвестицій в інновації, капіталізацію об'єктів інтелектуальної власності, збалансованість інноваційного попиту та пропозиції, розвиток регіональної інституційної інфраструктури, широкомасштабне впровадження матеріало-, енерго- та ресурсозберігаючих технологій у всіх галузях економіки, створення високотехнологічних і високоефективних галузей і виробництв для забезпечення випуску конкурентоспроможної продукції належної якості [2, с. 157–158].

Квінтесенцією стимулювання інноваційної активності в країні в цілому та в регіонах зокрема виступає обсяг фінансування наукових та науково-технічних робіт, виконаних власними силами організацій (підприємств). У 1995–2015 роках спостерігалися певні зрушення у структурі наукових та науково-технічних робіт. Зокрема, у 1995 році обсяг фінансування фундаментальних досліджень становив 81,7 млн грн (12%), у 2010 році – 2188,4 млн грн (22%), у 2015 році – 2457 млн грн (21%). Тобто, в цілому у перші п'ятнадцять років 2000-х років питома вага фінансування фундаментальних досліджень в загальній структурі сукупних видатків на фінансування наукових та науково-технічних робіт збільшилася порівняно з серединою 90-х років минулого століття. Обсяг фінансування прикладних досліджень у структурі фінансування наукових та

науково-технічних робіт у 1995 році становив 209,7 млн грн (30%), у 2010 році – 1617,1 млн грн (16%), у 2015 році – 1703,3 млн грн (14%). Отже відсоток фінансування прикладних досліджень у перші роки 2000-х років порівняно з серединою 90-х років зменшився більш, ніж у 2 рази. У 1995–2015 роках в структурі фінансування наукових та науково-технічних робіт найбільшу питому вагу займали видатки на фінансування науково-технічних розробок, яких найбільшою мірою потребував господарський комплекс та сектор домогосподарств. Виклики поствоєнного відновлення національної економіки потребуватимуть суттєвого зростання суми фінансування прикладних досліджень для прискорення процесів інноваційної трансформації регіональних господарських комплексів. Проривні зміни щодо активізації прикладних досліджень – необхідна передумова формування регіональних інноваційних систем у поствоєнний період.

У поствоєнний період, коли інноваційна трансформація економіки регіонів України має бути зорієнтована, в першу чергу, на прискорене подолання наслідків руйнувань об'єктів критичної інфраструктури та об'єктів житлової нерухомості, необхідною є імплементація сучасних форм посилення взаємозв'язку між науково-освітянською сферою, що продукує продуктивні та процесні інновації, та суб'єктами виробничого підприємництва, які різноманітні види інновацій впроваджують у реальний сектор регіональних господарських комплексів. Такого роду взаємодія буде найбільш ефективною за умови розбудови регіональних інноваційних систем, які охоплюватимуть розгалужену мережу інфраструктурних ланок не лише у науково-освітянській сфері, але і в реальному секторі регіональних господарських комплексів, що у поствоєнний період виступає базовим чинником соціально-економічного піднесення територіальних утворень.

Література:

1. Давимука С.А., Федулова Л.І. Теоретико-методологічний дискурс сучасного регіонального інноваційного розвитку. *Регіональна економіка*. 2018. № 1(87). С. 5–16.
2. Луцків О.М. Регіональна інноваційна політика: особливості формування та проблеми реалізації. *Регіональна економіка*. 2015. № 2. С. 153–162.

Михайленко Ольга Геннадіївна

кандидат економічних наук, доцент,

*доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

Горпиняк Єлізавета

студентка

Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-10>

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Інноваційні зміни в економіці та суспільстві, стрімка диджиталізація, а останнім часом – умови карантину приводять до зростання попиту на електронний ринок товарів. Електронна комерція є новим і ще не буденним видом комерції з огляду на певний менталітет та ресурсні обмеження. При цьому саме за електронною комерцією велике майбутнє. Швидке поширення Інтернету впливає на розвиток цього бізнесу та, відповідно, змінює модель споживання і, зрештою, структуру споживчого ринку. Крім того, необхідно розуміти, що електронна комерція і електронна торгівля – це поняття, які не є ідентичними. Електронна комерція є більш ширшою сферою діяльності і включає в себе електронну торгівлю. Електронна торгівля, на відміну від електронної комерції, включає не весь процес товарно-грошового обміну, а тільки ту його частину, яка прямо пов'язана з купівлею-продажем. Така думка відноситься до електронної роздрібною торгівлі. Що стосується електронної оптової торгівлі, то діапазон функцій тут значно ширше.

Початковим масштабним поштовхом до активізації світової торгівлі в Інтернеті вважався період появи COVID-19. Адже багато фізичних магазинів, заводів тощо були змушені припинити свою роботу та призупинити процеси, необхідні для саморозвитку. Так

покупці мали змогу, не наражаючи себе на ризик захворювання, здійснювати покупки із дому. Онлайн-транзакції стали більш автономними, безпечними і точними, що дало змогу завоювати довіру іноземних клієнтів та торгувати за кордоном. Таким чином, завдяки переходу на інтернет торгівлю, виробники стали більш клієнтоорієнтованими [3].

Куклінова Т.В. зазначала у своїх роботах, що інтернет-торгівля буде привабливою для потенційного покупця, «якщо вона зможе зацікавити його пропонованими товарами та послугами за прийнятними цінами і належної якості». Так воно і відбувалося: підприємці почали включати в свій бізнес різноманітні заходи, направлені на особистий розвиток, покращення якості та популяризацію свого товару в мережі Інтернет. Таким чином асортимент видів товарів і послуг, що був вдало реалізований за допомогою його просування через інтернет-торгівлю набув популярності, а сама інтернет-торгівля стала найпопулярнішим видом просування товару серед підприємців в міжнародному бізнесі. Надалі кожен підприємець чітко знав: для того, щоб стовідсотково мати успіх у продажах закордон, і не тільки – необхідно мати, як мінімум, сайт, де б він міг просувати свій товар на різних мовах світу (що є важливим аспектом для успішного ведення саме міжнародного бізнесу), а також старатися усіляко присвячувати час на ведення соцмереж задля заохочення потенційних клієнтів [1].

Ефективність інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі можна охарактеризувати як здатність організувати збут продукції вітчизняних виробників швидко і з відносно низькими витратами, забезпечуючи тим самим їх виживання і розвиток. Інтернет надав важливу можливість інтегрувати електронну торгівлю в комплексну систему торговельної діяльності, кількість учасників якої постійно зростає. Сьогодні купівля, продаж, обмін, передпродажна і післяпродажна підготовка товарів і послуг через Інтернет здійснюється в електронному вигляді багатьма товаровиробниками і торговими компаніями з використанням телекомунікаційних систем,

включаючи весь цикл або частину комерційної або фінансової операції [3].

Іншими важливими перевагами інтернет-торгівлі є те, що покупці можуть отримати достовірну та актуальну інформацію про товари, що їх цікавлять, безпосередньо від виробника та порівняти її з аналогічними товарами конкурентів. Час, необхідний виробникам для інформування покупців про нові товари, може бути значно скорочений, фінансові витрати можуть бути зменшені, доступ до нових ринків може бути розширений, а ринки можуть бути вивчені більш глибоко. Крім того, системи онлайн-комунікації можуть забезпечувати підтримку клієнтів 24/7, тому замовлення на продукцію можна робити в будь-який час і з будь-якого місця [3].

Дослідження показують, що станом на 2021 рік населення планети становить 7,83 мільярда людей, 59,5% з яких користуються інтернетом, а онлайн-торгівля має практично необмежений потенціал для розвитку. Популярність електронної торгівлі стрімко зростає в останні роки, а глобальна пандемія змусила офлайн-бізнес переходити на роботу в онлайн. Статистика свідчить, що у 2019 році частка електронної торгівлі у світовому роздрібному товарообігу становила 14%, у 2020 році – понад 17%, а у 2021 році – близько 19,5% [4]. Зокрема, що частка онлайн-продажів електроніки у 2021 р. зросла з 23% до майже 46%. Онлайн-продажі одягу, наприклад, в Україні зросли в середньому на 26% з 2016 року, досягнувши 291 млн дол. США у 2021 році, а середній чек становив 24-31 доларів. Однак загалом Україна мала найнижчий рівень річних витрат на електронну торгівлю на душу населення порівняно з сусідніми країнами – 104 долари. У сусідній Польщі, наприклад, цей показник становив 541 долар [5]. У окремих країнах електронна торгівля рухається з різною швидкістю. Зрештою, тенденція розвитку онлайн-торгівлі покриває весь світ, але є великі гравці, які диктують тренди і впливають на правила торгівлі для цілих континентів.

Яскравим прикладом того, як вдало фізичний магазин перейшов у інтернет-сервіс стала компанія Amazon. Початково це був

невеличкий книжковий магазинчик, що мав назву «Cadabra», створений американським підприємцем Джеффри Безосом в липні 1994 року. Так, крок за кроком у 2012 році новоспечена потужна корпорація під сучасною назвою купила компанію Kiva Systems (Amazon Robotics), яка виробляла складські роботи, які призначені для переміщення товарів в автоматичному режимі. Ця інновація дозволила Amazon скоротити час на підготовку та обробку замовлень та почавати свою діяльність в Інтернеті [2].

На сьогодні разом із перевагами інтернет-торгівлі приходять і виклики. Проблеми безпеки, такі як кібератаки та порушення конфіденційності даних, залишаються актуальними. Регулювання та вимоги щодо оподаткування також можуть стати перепорою для бізнесу.

Щоб удосконалити регулювання електронної торгівлі в Україні, треба впроваджувати такі принципи в її розвиток, як: прозорість інтернет торгівлі; чітка законодавча регламентація здійснення інтернет торгівлі в мережі Інтернет із забезпеченням можливості розумного державного регулювання; фіскалізація інтернет торгівлі; захист персональних даних; захист об'єктів інтелектуальної власності та прав їх власників в мережі Інтернет; забезпечення довіри покупців до інтернет торгівлі шляхом впровадження дієвих способів захисту прав споживачів; відповідальність суб'єктів Інтернет торгівлі (інтернет магазини, маркетплейси, прайсагрегатори та інші) та суб'єктів, що забезпечують транслювання, розміщення на серверах/збереження інформації (хостинг провайдери).

Підсумовуючи, можна сказати, що розвиток онлайн-торгівлі здійснив революцію в міжнародному бізнесі, розширивши доступ до ринків, знизивши витрати та запропонувавши зручність. Електронна торгівля реформує бізнес-процеси та створює нові шляхи для розвитку компаній у міжнародному масштабі. Компанії повинні адаптуватися до цифрового середовища, вирішувати проблеми та йти в ногу з тенденціями, що розвиваються в цьому динамічному секторі.

Література:

1. Куклінова Т.В. Сучасні тенденції та фактори Інтернет-торгівлі в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць / за ред. М.І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса : Одеський національний економічний університет, 2018.
2. Імперія Amazon: історія та особливості компанії. URL: <https://bazilik.media/imperiia-amazon-istoriia-ta-osoblyvosti-kompanii/> (дата звернення: 05.12.2023).
3. Бабаджанян Г.Б. Саморегулювання роздрібної торгівлі через мережу Інтернет. 2023. URL: http://www.lsej.org.ua/2_2023/51.pdf
4. Укр-Китай Communication. Статистика розвитку e-commerce у найбільших регіонах світу. 2021. URL: <http://surl.li/opsuo> (дата звернення: 06.12.2023).
5. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі ритейлерів протягом I півріччя 2022 року. Асоціація ритейлерів України 2013–2023. URL: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> (дата звернення: 04.12.2023).

Надточій Алла Олександрівна

*кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри управління персоналом та підприємництва
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
ННІ «Інститут державного управління»*

Бездєтко Аліна Романівна

*студентка
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
ННІ «Інститут державного управління»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-11>

ПЛАТФОРМНА ЗАЙНЯТІСТЬ: ЗИСКИ ТА РИЗИКИ ДЛЯ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ І ПРАЦІВНИКІВ

Сучасні підходи до ведення бізнесу та розвиток інформаційно-комунікативних технологій привели до нових явищ та бізнес-моделей. Зокрема, виникла платформна економіка, що трансформує існуючих соціально-трудова відносин і формує нову форму зайнятості – платформну зайнятість.

Ця сфера зайнятості відносно нова. Вона неунормована і нерегульована державами, але темпи зростання кількості зайнятих у цьому сегменті привертають до себе увагу тим, що вони випадають із сфери дії трудового законодавства і системи соціального страхування.

За визначенням колективу вітчизняних дослідників «платформа зайнятості – це такий тип зайнятості, коли інтернет-сервіси та майданчики не виступають як роботодавець і виконавець послуг безпосередньо, а дають можливість одній стороні розмістити запит на виконання певного завдання, а інший – виконати це завдання відповідно до власних компетенцій». Через такі інтернет-майданчики відбувається пошук роботи, створюються колективи,

виконуються проекти. Науковці зазначають, що такий тип зайнятості є перспективним [1, с. 86–87].

Розглянемо явище платформної зайнятості та її впливу на тріаду «держава-бізнес-суспільство» більше детально (табл. 1).

Таблиця 1

**Зиски і ризики платформної занятості
для держави, бізнесу і працівників**

Платформна зайнятість			
<i>Держава та суспільство</i>		<i>Працівники</i>	
Зиски	Ризики	Зиски	Ризики
Залучення частини населення до глобального ринку праці і глобальної мобільності без фактичної втрати людей; Запобігає трудовій міграції	Недоотримання податків – зниження фінансової спроможності держави	Баланс між роботою і життям	Висока вразливість перед соціальними ризиками
Збільшення рівня кваліфікації залучених на платформах людей через необхідність постійного збільшення компетентностей	Недоотримання коштів фондами соціального страхування	Основний або додатковий дохід	Відсутність соціального захисту
Збільшення рівня доходів населення	Збільшення податкового навантаження на офіційно зайнятих	Гнучкий графік роботи	Відсутність стандартів оплати праці
Залучення до зайнятості осіб, які мають фізичні або соціальні обмеження для роботи повний робочий день або не бажають фізично бути присутнім на робочому місці роботодавця Послаблення проблеми безробіття	Зменшення конкурентоспроможності соціально відповідальних підприємств	Доступ до кращої роботи через великий вибір роботи (заказів) на платформах – вихід на глобальний ринок праці	Перевтомлення через бажання більше заробити або неможливість перестати працювати на період хвороби через відсутність доходів

Полегшується проблема пошуку першого робочого місця і набуття першого досвіду роботи для молодих працівників Запобігає трудовій міграції (або зменшує її розміри)	Зниження рівня соціальної захищеності громадян	Постійне підвищення рівня компетенцій	Відсутність контролю за охороною праці
Послаблення проблеми безробіття			
<i>Бізнес</i>		<i>Платформа</i>	
Зиски	Ризики	Зиски	Ризики
Зменшення витрат на утримання персоналу	Розвиток недобросовісної конкуренції	Отримання доходів через нову бізнес-модель	Втрати частини доходу внаслідок нормативного врегулювання такого виду діяльності
Збільшення прибутку			
Збільшення гнучкості через правове не врегулювання відносин на платформах			
Використання відносно дешевої висококваліфікованої робочої сили			

Вважаємо, що платформна зайнятість є одним із новітніх різновидів соціально-трудова відносин, хоча вони і досі не визнаються нормативно-правовими актами як трудові. На сьогодні вже є прецедент визнання водіїв Uber найманими працівниками платформи через доказ у суді наявності у відносинах «платформа-водій» ознак трудових [2, с. 382]. Але цей випадок – лише прецедент, у більшості, такі відносини не визнаються трудовими ні державою, ні платформою, ні бізнесом.

Тоді на сьогоднішній, день платформна зайнятість є окремим видом діяльності, що приносить дохід, який у більшості випадків є неформальний, а тому і не оподатковується. Відповідно платформна зайнятість є новим видом тіньової зайнятості.

Як вид тіньової зайнятості він викликає проблеми в державі та суспільстві, як і будь-який інший вид тіньової зайнятості, а саме:

- проблеми, пов'язані із соціальним захистом працівників, що залучені до такої діяльності; так чи інакше людина в майбутньому буде претендувати на пенсію, і якщо вона не зароблена (трудова пенсія), то буде – соціальною [3, с. 128];

- недоотримання державою та фондами соціального страхування податків і внесків із доходів; у держави знижується фінансова спроможність виконувати свої функції, в тому числі і соціальні; зростає економічне навантаження на офіційно зайнятих працівників.

Разом із тим, платформна зайнятість має свої плюси для економіки та суспільства в цілому, як і інша тіньова зайнятість. Сюди можна віднести те, що послаблюється проблема безробіття, зростає рівень доходів залучених до такої праці людей, а від так і збільшується платоспроможний попит на внутрішньому ринку.

Крім того, платформна зайнятість має і додаткові, відмінні від інших видів тіньової зайнятості, зиски для суспільства:

- це можливість виходу працівників на зовнішній, глобальний ринок праці – це є новітньою формою трудової мобільності (цифрової мобільності), при цьому люди фізично будуть знаходитись на території країни, будуть всередині витрачати гроші, і країна не втрачає свій трудовий потенціал;

- залучення у сферу зайнятості маломобільних груп населення (тих, хто не може або не хоче працювати повний робочий день або постійно бути присутнім на робочому місці у приміщенні роботодавця);

- примноження людського капіталу країни (як приклад, ті, хто працює над розробками різного програмного забезпечення, веб-

програмування мають постійно вдосконалювати свої навички, збільшувати межі своєї компетентності).

Платформна зайнятість вигідна для підприємств-роботодавців: якщо раніше вони мали тримати в штаті працівників з довготривалими трудовими контрактами з повним переліком соціальних гарантій, то тепер функції таких працівників виконують замовники на платформах, як такі, що просто надають певний обсяг послуг. Відповідно замовники (підприємства) не визнають такі відносини трудовими, себе не бачать у ролі роботодавця і відповідно не беруть на себе зобов'язань стосовно соціального захисту платформних працівників.

Тому вважаємо, що платформна зайнятість є видом скорочення витрат на персонал і поки держава не буде втручатися в ці процеси, це буде відбуватися і надалі – підприємства скорочуватимуть традиційні робочі місця із гарантіями зайнятості та високим рівнем соціальної захищеності, ухилитимуться від сплати податків, в тому числі податків на заробітну плату.

Ще однією причиною, чому державі варто втрутитись у регулювання цих відносин, є те, що підприємства, що використовують послуги виконавців на платформах замість офіційно зайнятих працівників, отримують завдяки цій схемі конкурентну перевагу перед підприємствами, які є соціально відповідальними, в тому числі і перед персоналом. Адже останнє передбачає, що підприємство бере на себе частину відповідальності за розвиток, гідну оплату праці, соціальний захист власних працівників.

З позиції зайнятих на платформах людей – така форма зайнятості має безперечні переваги. Насамперед – дохід, гнучкість, баланс між роботою і життям, можливість розвитку, можливість продати свою працю дорожче завдяки більшому вибору, що дають платформи, можливість витратити більше часу на родину або інші, не пов'язані з роботою обов'язки, волонтерську діяльність тощо. Переваги є для людини відчутними, доки вона не стикнеться сам на сам із соціальними ризиками – хворобою, неможливістю

продовжувати роботу через різні обставини тощо. Те, що було здобутком робітничого класу минулого століття (система соціального страхування) – наразі прийдеться виборювати працівникам цифрових платформ. Проблемою тут є те, що у платформних працівників не має духу солідарності, вони індивідуалізовані, не прагнуть об'єднуватись у професійні організації для захисту своїх інтересів.

Єдиним аргументом, щоб спростувати необхідність державного втручання, є те, що люди можуть брати участь у системах соціального страхування на добровільних засадах. Або їхні доходи настільки великі, що вони можуть дозволити собі відпочити або не працювати в період хвороби, заощаджувати.

Проте дослідження зайнятості через цифрові платформи в Україні, проведене за сприяння Міжнародного бюро праці (опитування проведено у вересні-грудні 2017 р.), засвідчило інше: розмір заробітку трохи вище середньої по країні; більше 20% працівників працювали більше нормальної тривалості робочого тижня; 75% респондентів не заощаджували коштів для життя на пенсію; 7% респондентів робили відрахування в приватні пенсійні фонди; більше половини опитаних повідомили, що не можуть собі дозволити не працювати протягом п'яти тижнів на рік [4, с. 24].

Підсумовуючи зазначимо, що в Україні в умовах військової агресії, що спричиняє руйнацію підприємств, кількість платформних працівників буде лише збільшуватись. І з огляду на ризики, що несе з собою така зайнятість для держави і суспільства, необхідно розпочинати пошук інструментів стимулювання підприємства та платформи брати на себе частину відповідальності за суспільний добробут.

Література:

1. Kostyshina T., Tuzhilkina O., Kostyshina A., Golubets V., Krasiuk R. Регулювання соціально-трудова відносин в контексті реалізації соціальної політики. *Modern engineering and innovative technologies*. 2023. Issue 27. Part 2. P. 85–91.

2. Літорович О.В. Платформова зайнятість, як глобальний тренд трансформації менеджменту. Editorial Board. 2022. С. 381–384.

3. Хлівнюк Т.Р. Платформна економіка як чинник модернізації соціальної держави. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*. 2021. № 4 (1). С. 123–131.

4. Алексинська М., Бастрова А., Харченко Н. Зайнятість через цифрові платформи в Україні. Проблеми та стратегічні перспективи. International Labour Organization. URL: https://www.ilo.org/travail/WCMS_635371/lang-en/index.htm

Надточій Алла Олександрівна

*кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри управління персоналом та підприємництва
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
ННІ «Інститут державного управління»*

Рудь Оксана Віталіївна

*студентка
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
ННІ «Інститут державного управління»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-12>

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ СПРИЯННЯ ЗАЙНЯТОСТІ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ

За останніми даними, кількість осіб з інвалідністю у 2023 р. сягнула 3 млн. осіб, що складає майже 8% (за оптимістичним сценарієм щодо кількості населення в Україні у 2023 р.). Науковці та експерти наголошують на можливості і подальшого скорочення населення, зокрема трудових ресурсів, і збільшення кількості людей з інвалідністю в умовах продовження військового конфлікту.

Проте важливість залучення людей з інвалідністю до ринку праці важлива не стільки через необхідність поповнення лав вітчизняної робочої сили, скільки через забезпечення цієї частки суспільствам можливості жити повноцінним життям і задовольняти свої соціальні потреби (потребу у праці, самореалізації, спілкуванні, повазі, творчості, освітньо-професійному та кар'єрному зростанні [1, с. 99–100]).

Розглянемо механізм сприяння держави зайнятості людей з інвалідністю (рис. 1). На сьогодні він складається умовно з двох частин: виділення квоти робочих місць для працевлаштування людей з інвалідністю, яка становить 4%, і можливості отримання фінансування на створення робочих місць для людей з інвалідністю.

Друга складова реалізується Фондом соціального захисту осіб з інвалідністю шляхом надання фінансування підприємствам-роботодавцям:

- цільової позика на створення робочих місць, призначених для працевлаштування осіб з інвалідністю (строк повернення до трьох років);
- дотації на створення спеціальних робочих місць для працевлаштування осіб з інвалідністю, які зареєстровані в державній службі зайнятості як безробітні;
- фінансової допомоги на безповоротній основі на створення спеціальних робочих місць для працевлаштування осіб з інвалідністю [2].

У сфері, причетній до сприяння зайнятості осіб з інвалідністю, в тій чи іншій мірі, співпрацюють: Державна служба зайнятості, Державна служба з питань праці, Фонд соціального захисту осіб з інвалідністю, Пенсійний фонд України. Розглянемо як вони взаємодіють.

Підприємства звітують перед Фондом соціального захисту осіб з інвалідністю щодо кількості працевлаштованих людей з інвалідністю. З 2022 р. підприємства перестали звітувати про кількість працевлаштованих інвалідів до Фонду соціального захисту осіб з інвалідністю за формою 10-ПОІ. Інформація про кількість працевлаштованих осіб з інвалідністю надходить тепер з даних Державного реєстру загальнообов'язкового державного соціального страхування та Централізованого банку даних з проблем інвалідності від Пенсійного фонду України. Ця форма звітності не була обов'язковою, тому за її ненадання підприємство не несло ніякої відповідальності.

Проте, у разі створення підприємством додаткового робочого місця для особи з інвалідністю, воно має подати звіт до Державної служби зайнятості (за формою 3-ПН). Також законодавством не передбачено відповідальності за неподання цього звіту, але роботодавець може використати цей звіт, щоб довести, що він зробив усе можливе для закриття відповідної вакансії [3].

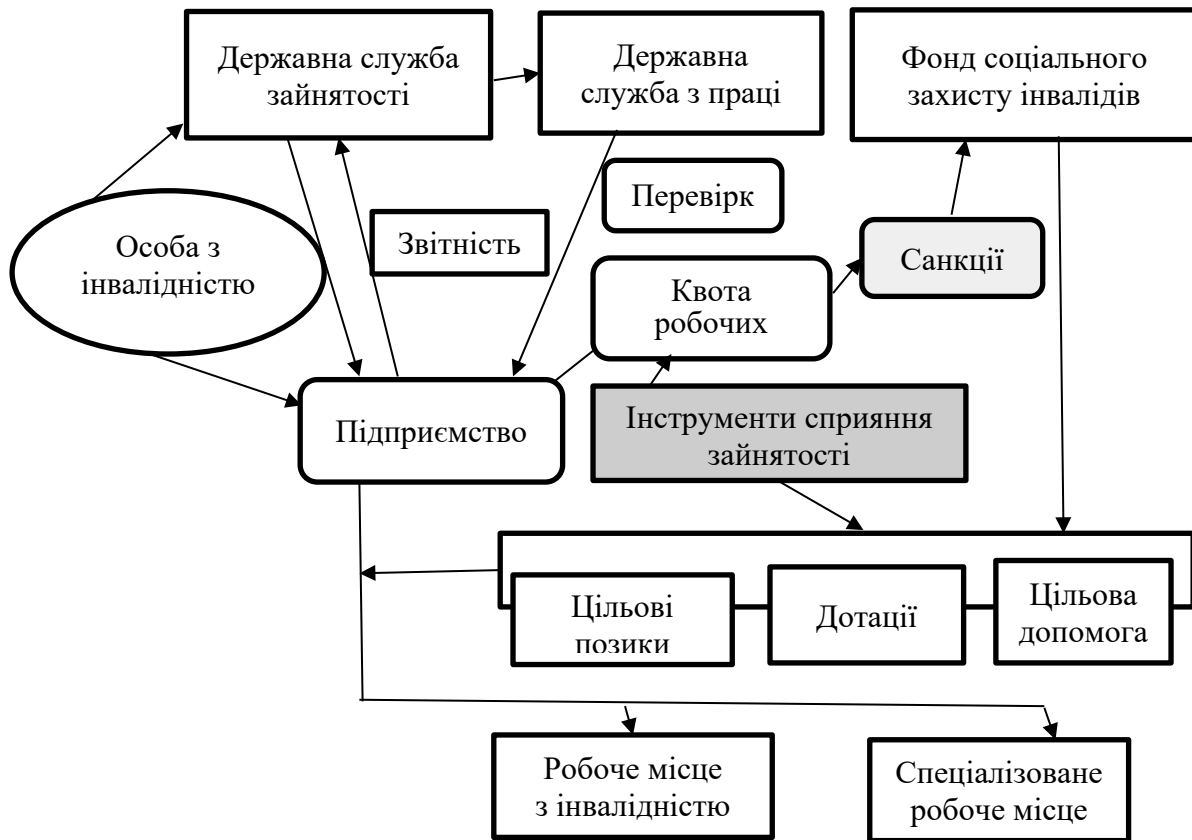


Рис. 1. Механізм сприяння зайнятості осіб з інвалідністю в Україні

Роботодавець має саме довести, бо за невиконання нормативу (не заповнення квоти) робочих місць для осіб з інвалідністю передбачено накладання адміністративно-господарських санкцій за кожне місце призначене для працевлаштування особи з інвалідністю та обов'язок їх сплатити. Право проведення перевірок на дотримання виконання цього нормативу має Державна служба з праці за поданням Державної служби зайнятості.

Кошти за невиконання нормативів надсилаються в Фонд соціального захисту осіб з інвалідністю, який і фінансує роботодавцям заходи з облаштування робочих місць для інвалідів.

У діючому механізмі сприяння зайнятості людей з інвалідністю виявлено наступні проблеми:

– формально роботодавцю достатньо створити робоче місце для особи з інвалідністю, а не працевлаштувати на нього особу з інвалідністю, адже останнє є компетенцією Державної служби зайнятості (є прецедент і постанова ВСУ від 11.05.2023 про те, що обов'язок роботодавця за створення робочих місць для осіб з інвалідністю не є тотожним пошуку осіб з інвалідністю для працевлаштування) [3];

– складна ситуація із працевлаштуванням у державному секторі через те, що у ст. 20 Закону України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» визначено, що бюджетні установи не сплачують адміністративно-господарські санкції за невиконання нормативи робочих місць для осіб з інвалідністю [4, с. 15]. За інформацією Фонду соціального захисту осіб з інвалідністю у 2022 р., лише 13,8% бюджетних установ виконали цей норматив [5]; крім того бюджетні і неприбуткові організації не можуть претендувати на дотації створення спеціальних робочих місць для людей з інвалідністю [4, с. 17];

– процедура отримання дотацій на облаштування робочих місць інвалідів є вкрай ускладненою, свідченням чого є те, що за 7 років практичної реалізації механізму профінансовано лише 15 дотацій. Порядком надання дотацій передбачено лише дотації на створення спеціальних робочих місць для людей з інвалідністю. Проте наявна потреба у звичайних робочих місцях для інвалідів. Перепоною є і те, що створене за рахунок дотації робоче місце, не враховується при розрахунку нормативу робочих місць для працевлаштування осіб з інвалідністю до завершення виконання договору про працевлаштування безробітних осіб (договір укладається на 2 роки). Впродовж цього часу роботодавець не може розірвати трудовий договір з особою з інвалідністю з ініціативи роботодавця, в тому числі і у випадку реорганізації або перепрофілювання підприємства, скорочення чисельності працівників чи за згодою сторін [4, с. 17]. Така умова слугує перепоною для працевлаштування осіб з інвалідністю, хоча б мала надавати гарантії зайнятості;

– формальне працевлаштування осіб з інвалідністю, або працевлаштування «за документами», лише юридично на робочі місця з мінімальною заробітної платою, що зводиться до зберігання трудової книжки особи з інвалідністю на підприємстві [6, с. 8] і не забезпечує реалізації соціальних потреб осіб з інвалідністю.

Пропозиції з удосконалення механізму сприяння зайнятості осіб з інвалідністю враховують дві складові і полягають у наступному:

– доцільно ввести варіювання розміру квоти в залежності від розміру підприємства та потреби на ринку праці [7, с. 45];

– забезпечити дотримання державними, комунальними і бюджетними установами нормативу робочих місць для осіб з інвалідністю [7, с. 45]; ця пропозиція зокрема закладена в проекті Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прав осіб з інвалідністю» (№ 5344-д);

– спростити порядок надання дотацій роботодавцям на облаштування робочих місць для осіб з інвалідністю та спеціальних робочих місць, в тому числі із запровадженням соціального супроводу на робочому місці (останнє також закладено в проекті);

– диференціювати норматив з урахуванням міри втрати здоров'я: для людей з важкими вадами (І група інвалідності та психічними розладами, серед лише 3% є працевлаштованими) запровадити коефіцієнт 2, тобто роботодавець працевлаштовує одну людину, а зарахується як дві [8];

– дотації роботодавцям на часткове покриття заробітних плат осіб з інвалідністю [6].

Через те, окремі вітчизняні роботодавці схильні шукати шляхи формального дотримання законів (як тримання трудових книжок осіб з інвалідністю), що не сприяє фактичному вирішенню проблем осіб з інвалідністю, доцільно, окрім законодавчих ініціатив, розвивати соціальний діалог для вирішення проблемних аспектів з працевлаштування осіб з інвалідністю, розвивати і заохочувати соціально відповідальних роботодавців, заохочувати соціальне підприємництво, розвивати гнучкі форми зайнятості.

Література:

1. Барбінова А.В. Організаційні засади реалізації соціальної інклюзії на ринку праці України. *Економічний простір*. 2023. № 186. С. 97–100. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1298/1250>
2. Сприяння зайнятості та створенню робочих місць для осіб з інвалідністю. Інформація Фонду сприяння захисту осіб з інвалідністю. URL: <https://www.ispf.gov.ua/diyalnist/robotodavcyam/spriyannya-zajnyatosti-ta-stvorennnyu-rm-dlya-osib-z-invalidnistyu>
3. Гармай О. Працевлаштування осіб з інвалідністю: нормативи, звітність, контроль. URL: https://buh.ligazakon.net/analitycs/221001_pratsevlashtuvannya-osb-z-nvaldnstyu-normativi-zvtnst-kontrol
4. Богданов С., Мойса Б. Пропозиції до політики щодо працевлаштування осіб з інвалідністю (Policy Paper). URL: https://stud.uu.edu.ua/upload/pracevlashtuvannya/Pracevlashtuvannya_studentiv_z_invalidnistyu/Normativni_documenti/DisabledPolicy.pdf
5. Інформація щодо виконання нормативу робочих місць, призначених для працевлаштування осіб з інвалідністю. Фонд соціального захисту осіб з інвалідністю. URL: <https://www.ispf.gov.ua/diyalnist/publiczna-informaciya/finansuvannya-program-zahistu-invalidiv>
6. Лук'янова Л. Моделі підтримки осіб з інвалідністю у реалізації права на працю: зарубіжний досвід, українські реалії URL: <https://www.spp.org.ua/index.php/journal/article/view/231/212>
7. Куровська Г. Основні концепції державної політики залучення осіб з інвалідністю до ринку праці: міжнародний аспект. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/20043/09-Kurovska.pdf?sequence=1>
8. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо зайнятості інвалідів». URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/gh3j600a?an=4&ed=2016_05_04

Романко Богдан Євгенович

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-13>

ДОХОДИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ: ОПТИМІЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ ТА РЕЗЕРВИ ЗРОСТАННЯ

Воєнний стан створює низку специфічних викликів, які безпосередньо впливають на місцеві бюджети. Це може включати збільшення витрат на оборону, безпеку, підтримку внутрішньо переміщених осіб, реконструкцію та реабілітацію та інші соціальні послуги. Це також може вплинути на податкові надходження та інші джерела надходжень через економічні втрати або збої.

Удосконалення процесу формування доходів місцевих бюджетів та отримання резервів для їх збільшення є надзвичайно актуальною проблемою у зв'язку з розширенням повноважень органів місцевого самоврядування. Тому збільшення та оптимізація джерел доходів місцевих бюджетів є дуже актуальною проблемою, вирішення якої призведе до підвищення результативності місцевих бюджетів, самостійності та якості виконання покладених на них завдань і функцій. Крім того, оскільки ефективної альтернативи наповнення місцевого бюджету немає, необхідно зосередитися на вирішенні існуючих проблем наповнення місцевого бюджету податковими надходженнями.

Податкові надходження до місцевих бюджетів можуть суттєво впливати на доходи держави, а їх ефективний збір та розподіл може бути одним із факторів забезпечення сталого економічного розвитку регіонів та держави в цілому.

Основним фактором, який негативно впливає на реалізацію податкового потенціалу податку на доходи фізичних осіб в Україні, є високий ступінь тінізації господарських операцій, що

проявляється, серед іншого, у значному приховуванні фонду оплати праці. У зв'язку з цим важко говорити про об'єктивну структуру доходів населення та їх реальний обсяг і прогнозувати обсяги доходів, які можуть підлягати оподаткуванню. Оцінки масштабів тіньової економіки різні. За оцінками експертів економічних видань, його параметри коливаються від 50 до 70% офіційного ВВП [1]. На нашу думку, такі параметри є надто перебільшеними. Більш об'єктивними ми вважаємо дані Міністерства економіки України, яке протягом останніх років оцінює ступінь тінізації економічних відносин приблизно в 1/3 офіційного ВВП із дещо вираженою тенденцією до зниження [2].

Навіть якщо орієнтуватися на дані, тіньова економіка в Україні за своїми параметрами значно перевищує показники розвинутих європейських країн. Розглядаючи причини високих показників тіньової економіки в Україні, ми поділяємо позицію А. Боха та В. Поворозника, що вони пов'язані з комплексом чинників: кризою державного управління економікою, що виражається в недовірі між уряд і економіка, слабкий зв'язок між ними, бюрократизм; неефективне управління податковими платежами, високий рівень корупції та вибіркоче застосування податкового законодавства, відсутність верховенства права у вирішенні податкових спорів; недостатній контроль за ефективністю використання бюджетних коштів, значні розтрати в державному секторі, що знижує мотивацію платників податків до належної сплати податкової заборгованості [3].

Світовий досвід переконливо доводить, що проблему тіньової економіки неможливо подолати, вона існує навіть у країнах з ліберальними податковими системами. На думку А. Тарасенка та В. Перетятка [4], зменшення його параметрів потребує цілеспрямованої державної політики, спрямованої на усунення причин його існування. Необхідними рішеннями в цьому контексті є:

- Створення сприятливого податкового середовища шляхом зменшення податкового тягаря та збереження неупередженого підходу до адміністрування податків і зборів.

– Розширення використання інформаційно-комунікаційних технологій у процесі адміністрування податків і зборів.

– Реалізація на муніципальному рівні цілеспрямованої політики сприяння розвитку підприємництва з метою покращення економічної бази формування доходів бюджету.

Крім рекомендацій щодо об'єктивізації неоподаткованого мінімуму доходів громадян та посилення раціональності надання пільг з податку на доходи, автори також вказують на заходи, які можуть бути реалізовані за участю органів місцевого самоврядування як бенефіціарів збільшення доходів. Фізичні особи сплачених податків:

– Спрощення декларацій про доходи та поглиблення цифровізації податкових процесів.

– Здійснення інформаційної кампанії щодо популяризації добровільного та сумлінного декларування фізичними особами доходів та виконання податкових зобов'язань.

На нашу думку, окрім гуманітарної допомоги, податків та зборів, є кілька шляхів додаткового надходження до місцевого бюджету: Продаж активів: Якщо це можливо та прийнятно, місцева влада може розглянути можливість продажу частини активів для поповнення бюджету; Економія: переглядаючи та оптимізуючи витрати на менш важливі справи, кошти можна перерозподілити на найважливіші потреби. Залучення добровільних внесків: залучення громадян та підприємств до добровільних пожертвувань для підтримки місцевого бюджету; Партнерство з приватним сектором: це може бути особливо ефективним для великих інфраструктурних проектів, де приватний сектор може забезпечити фінансування, а не місцевий бюджет; Залучення діаспори: українці за кордоном можуть стати важливим джерелом фінансування, якщо створити спеціальну програму залучення їхніх внесків; Реорганізація адміністративних ресурсів: Ефективне використання наявних ресурсів, зокрема шляхом консолідації адміністративних послуг або оптимізації роботи, може призвести до економії коштів.

Література:

1. Рівень тіньової економіки в Україні становить 50% – експерт.
URL: <https://iua.tv/news/44267-riven-tinovoї-ekonomiky-v-ukrainistanovyt-50protsent-ekspert>
2. Рівень тіньової економіки у 2021 році зріс до 32%.
URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/869285.html>
3. Бочі А., Поворозник В. Тіньова економіка в Україні: причини та шляхи подолання. Київ : Міжнародний центр перспективних досліджень, 2014.
URL: http://icps.com.ua/assets/uploads/files/t_novaekonom_kaukra_ni.pdf
4. Тарасенко О., Перетяцько В. Детінізація економіки як спосіб збільшення податкових надходжень до бюджету. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25.
URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/284/272>

Tkachenko Yaroslav

Student

State University of Trade and Economics

Demianchuk Vladyslav

Student

State University of Trade and Economics

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-14>

**PROSPECTS OF POST-WAR RECOVERY
FOR ENTERPRISES OF THE INFORMATION
TECHNOLOGY INDUSTRY IN UKRAINE**

February 24, 2022, the terrorist country – Russia, launched a full-scale invasion of the territory of our state – Ukraine. Which was an inevitable step towards changing the life of every citizen of our state. Almost all parts of our lives have not passed. Various areas have experienced these changes, including enterprises. But not only Ukraine experienced all these troubles, many other countries experienced perhaps not drastic, but rather tangible changes.

We want to consider the changes that have occurred in domestic realities and possible prospects for recovery:

– With the beginning of a full-scale invasion, many enterprises suffered physically, financially and financially. A large number of enterprises remain in the temporarily occupied territories, without the ability to pick up raw materials, the finished product, especially equipment for manufacturing or processing. Also, many suffered from shelling by the occupier's country. This puts our country in a difficult position, affecting its entire economy, and there are also fewer jobs. In addition to the tragic humanitarian consequences, the war in Ukraine had a negative impact on the economy and the labor market. Job losses in 2022 could add up to 15.5% or 2.4 million compared to 2021, according to the International Labour Organization (ILO). Although this is less than

previously predicted, the decrease is vulnerable and is due to difficulties in the frontline and occupied territories. The labour market recovery remains unstable and requires further efforts to restore economic resilience. In the second quarter of 2022, the economy fell by 36.9%, indicating serious difficulties. Compared to the same period in 2021, losses rose from 24.6%. Such a sharp decline in GDP can affect various aspects of economic life, including employment, consumer activity and investment climate. Analysis of the events that led to this recession and the adoption of appropriate measures may be important for further restoration of economic stability [1; 2]. This has affected not only enterprises in Ukraine, but also from this, perhaps not much, but some enterprises and companies around the world have suffered. After all, we were suppliers of a certain product and raw materials to other countries, but Russia has made adjustments that negatively affected the state of our and other enterprises. The information technology industry occupies one of the highest rungs in the economy. Almost everyone is familiar with such brands as: DELL, Microsoft or possibly with the OLX marketplace, which is very popular in Ukraine. Everyone understands that the development of digital technologies is a priority for every state. The digital market is more important than ever.

– At the moment, a large number of countries support our state, and in the future plans to improve relations. This is very important for our country, since after the war a lot of time will be spent on restoring infrastructure, demining territories and, in general, on returning to normal life. Good relations with large countries will allow us to purchase certain technologies from them, which will allow us to keep pace with other countries, this in turn will consolidate the status of a modern state for our country. The development of enterprises in the field of information technology, and even the creation of new ones in our country, gives a huge scope for studying other industries. For example, with modern technologies, the field of medicine, transport, agriculture and others will improve. Instead of buying some equipment abroad, we can create our own analogues and even sell them to other countries. The development of the information technology industry is an inevitable process that requires

money and time. And it was after the surrender of Russia it will be appropriate as never before, because everyone understands that our state will begin to develop in the military sphere, and it plays a very important role in the field of information technology. The creation of new weapons requires modern technology.

– Ukrainian IT enterprises face an important task in the period after the war: they should not only resume their activities, but also actively develop, attracting internal and external resources. One of the key areas of development is the development and implementation of strategies aimed at maximizing the internal potential of companies. This means not only creating new products and services, but also focusing on research work that will improve existing technologies and bring them to a new level. In the context of recovery from conflict, the flexibility and efficiency of business process management becomes especially important. This involves continuous improvement of control systems, the use of advanced technologies to increase productivity and optimize costs. Intensive digital transformation is an important stage in the development of any IT company. The introduction of intelligent technologies such as artificial intelligence and data analytics will not only help to improve the efficiency of internal processes, but also create additional value for customers. Global cooperation and active participation in global initiatives will be the key to expanding markets and attracting foreign investment. The export potential of the Ukrainian IT industry should become an important tool to stimulate the country's economic development. Equally important is the social dimension of development. IT enterprises should be socially responsible, investing in the training and development of their staff, creating comfortable working conditions and striving to create an inclusive working environment.

After Russia invaded Ukraine in February 2022, our lives underwent major changes. This applies to all areas, and especially hard hit enterprises, including those working in the field of information technology (IT). I want to share some thoughts on what post-war recovery might look like for these companies. To begin with, the war affected the physical, material and financial condition of many IT enterprises. Many

of them found themselves in the temporarily occupied territories, having lost the opportunity to take raw materials and the finished product. Shelling also led to serious losses. This caused an economic downturn, fewer jobs and a threat to stability. But it's important to view the future with optimism. After the war, IT enterprises have the opportunity not only to resume their work, but also to develop actively. This may include the creation of new products and services, the involvement of internal and external resources, and an emphasis on research work to drive innovation. Digital transformation of the industry is a key aspect of development. The introduction of artificial intelligence and data analytics can help improve efficiency and create added value for customers. Flexibility and efficiency of management will be important conditions for successful recovery. Global cooperation and participation in global initiatives can expand markets and attract foreign investment. Export opportunities of the Ukrainian IT industry can become a tool to stimulate economic development. In addition, social responsibility plays an important role. IT enterprises can and should invest in the training and development of their staff, create comfortable working conditions and strive to create an inclusive working environment. Thus, the prospects of recovery for IT enterprises in Ukraine after the war look promising, with great potential for development and making a significant contribution to the economic recovery and social development of the country.

References:

1. Tarasovskyi Yu. VVP Ukrainy u richnomu vymiri zris na 19,5% na tli nyzkoi bazy porivniannia. Available at: <https://forbes.ua/news/vvp-ukraini-u-drugomu-kvartali-u-richnomu-vimiri-zris-na-195-na-tli-nizkoi-bazi-porivnyannya-22092023-16194> (accessed November 27, 2023).
2. Press release – Global labour market to deteriorate further as Ukraine conflict and other crises continue. Available at: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_859191/lang--en/index.htm (accessed November 27, 2023).

Шилепницький Павло Іванович
*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародної економіки
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

Петрова Ірина Павлівна
*кандидат економічних наук, старший дослідник,
старший науковий співробітник відділу проблем
регуляторної політики і розвитку підприємництва,
Інституту економіки промисловості
Національної академії наук України*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-15>

КОНЦЕПЦІЯ КЛІМАТИЧНО-РОЗУМНОГО ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Зміна клімату призвела до значного збільшення ризику екстремальних погодних явищ, що створює загрозу для нашого оточуючого середовища та інфраструктури. Такі явища, як спека, сильні урагани, повені та лісові пожежі, можуть мати серйозні наслідки для людей, природних екосистем і економіки. Наслідком цього може стати загроза для енергетичних систем, транспортних мереж, водопостачання та інших важливих інфраструктурних систем, що призводить до зниження їх ефективності та надійності. Ці виклики наголошують на необхідності відповіді на зміну клімату, яка включає в себе зменшення викидів парникових газів, адаптацію до нових кліматичних умов, розвиток кліматично-розумних інфраструктурних систем і зменшення вразливості населення перед екстремальними погодними явищами. Нові виклики зумовили розвиток нової концепції публічно-приватного партнерства з акцентом на розв'язання проблеми зміни клімату – «Кліматично-розумне публічно-приватне партнерство» [1]. Беручи до уваги Паризьку

угоду [2], Європейську зелену угоду [3] та Європейський кліматичний закон [4], «Кліматично-розумне публічно-приватне партнерство» стає не лише ефективним інструментом зміцнення співпраці між публічним, громадським та приватним секторами, але й ключовою складовою в досягненні глобальних цілей щодо зміни клімату. При цьому його ефективність визнається через важливість державних витрат у поєднанні з технологіями та стимулами приватного сектору. Так, «Кліматично-розумне публічно-приватне партнерство може відігравати ключову роль у досягненні цілей кліматичної нейтральності ЄС. Європейський кліматичний закон [4], прийнятий у липні 2021 року, ставить за мету боротьбу зі зміною клімату та досягнення довгострокових цілей, встановлених Паризькою угодою, зокрема, кліматичної нейтральності до 2050 року. Європейський кліматичний закон визначає, що перехід до кліматично нейтральної економіки має бути економічно ефективним, соціально збалансованим та сприяти сталому зростанню. Такий перехід потребує значних державних та приватних інвестицій. ЄС, через свою Комісію та держави-члени, визнають потребу у плануванні та інтеграції ризиків зі зміною клімату у великі інвестиційні проєкти для досягнення цілей кліматичної нейтральності. Це відкриває можливості для «Кліматично-розумних публічно-приватних партнерств», які разом із ініціативою Світового банку з просування кліматично-розумних ППП можуть стати ключовим чинником у досягненні кліматичних та економічних цілей [5].

Інвестування у кліматично-розумні публічно-приватні партнерства має потенціал підвищити стійкість інфраструктурних проєктів до викликів зміни клімату. Це охоплює будівництво енергоефективних будівель, розвиток відновлювальних джерел енергії, модернізацію транспортної інфраструктури для зменшення викидів та інші проєкти, спрямовані на адаптацію до зміни клімату [6]. Отже, для залучення значних приватних інвестицій у інфраструктуру, спрямовану на пом'якшення впливу зміни клімату та адаптацію до неї, необхідно впровадження національних політик та програм. Ці заходи мають охоплювати кліматичні аспекти, а

також усувати перешкоди для розвитку публічно-приватних партнерств для реалізації інфраструктурних проєктів, спрямованих на зменшення наслідків зміни клімату.

Для успішного впровадження кліматично-розумних публічно-приватних партнерств в Україні необхідно створення сприятливої та відкритої платформи для співпраці між міжнародними, публічними та приватними секторами з метою досягнення спільних кліматичних цілей. Для цього необхідне удосконалення законодавства щодо реалізації публічно-приватного партнерства в проєктах, що спрямовані на зменшення викидів парникових газів та адаптацію до зміни клімату; створення пілотних проєктів щодо розвитку кліматично-розумних інфраструктурних систем для демонстрації переваг та ефективності кліматично-розумних публічно-приватних партнерств на практиці.

References:

1. Frisari Giovanni Leo, Mills Anaitée, Silva Zuniga Mariana C., Ham Marcel, Donadi Elisa, Shepherd Christine, Pohl Irene (2020) Climate Resilient Public Private Partnerships: A Toolkit for Decision Makers. Inter-American Development Bank. DOI: <http://dx.doi.org/10.18235/0002365>
2. United Nations Framework Convention on Climate Change (2015) The Paris Agreement. Available at: https://unfccc.int/sites/default/files/resource/parisagreement_publication.pdf
3. European Commission (2019) The European Green Deal, Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM/2019/640 final. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN>
4. European Parliament and the Council of the European Union (2021) Regulation (EU) 2021/1119 of the European Parliament and of the Council of 30 June 2021 establishing the framework for achieving climate neutrality and amending Regulations (EC) No 401/2009 and (EU) 2018/1999 ('European Climate Law'). *Official Journal of the European Union*, no. L 243, pp. 1–17. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32021R1119>
5. Tvarnoe Christina D. (April 12, 2022) Calling for Legislation on Climate Public-Private Partnerships – In an EU Climate Law Perspective. Copenhagen

Business School, CBS LAW Research Paper No. 22-06. Available at: <https://ssrn.com/abstract=4081932>

6. World Bank (2023) Climate-Smart PPP Legal and Regulatory Framework. Available at: <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/climate-smart/climate-smart-clean-technology-ppps/climate-smart-ppp-legal-and-regulatory-framework>

НАПРЯМ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ

Калмикова Ірина Семенівна

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та рекреації
Одеського національного технологічного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-16>

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Політичний хаос, тероризм, пандемія і війни суттєво вплинули на загальну кількість міжнародних подорожей. На жаль, саме вони залишаються основними стримуючими чинниками на міжнародному ринку гастрономічного туризму в найближчі роки.

Однак, прослідкувавши динаміку світового ринку гастрономічного туризму [1], можна відзначити, що з 2018 по 2022 рік ринок гастрономічного туризму зріс на 13,60%. Зараз галузь приваблює 5382,3 мільйона туристів щороку, і очікується, що ця цифра різко зросте у наступні роки. Споживачі все більше цінують автентичну місцеву кухню та прагнуть відвідувати нові місця, щоб задовольнити свої гастрономічні інтереси. Через їжу мандрівники можуть отримати справжнє уявлення про історичну спадщину, культуру та традиції дестинації. Тому все більше дестинацій розглядають економічний потенціал своїх місцевих гастрономічних пропозицій як основу для залучення туристів, які орієнтовані на їжу, а також на вино, враховуючи, що винний туризм є «важливим компонентом гастрономічного туризму, що перетворився на ключовий елемент як

для нових, так і для зрілих туристичних дестинацій, у яких туристи можуть відчувати культуру та спосіб життя дестинацій, одночасно сприяючи сталому розвитку туризму» [2]. Сталий розвиток туризму, в свою чергу, сприяє сталому розвитку дестинацій – довгостроковій стійкості місцевого сільського господарства, продовольчих систем, територіальних громад і культури.

Щоб допомогти дестинаціям підготуватися до наступних кроків в розвитку галузі гастрономічного туризму, WFTA (Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму) у 2020 році оновила свій основоположний 350-сторінковий звіт «Food Travel Monitor» [3], в якому конкретно розповідається про те, що дестинації можуть зробити для стратегічного планування сталого розвитку гастрономічного туризму, впровадження інновацій та підготовки до задоволення потреб майбутніх клієнтів.

Експерти WFTA зазначають, що багато дестинацій мають туристичні стратегії, але лише окремі дестнації мають стратегії гастрономічного туризму. Стратегія гастрономічного туризму може бути окремою стратегією або її можна включити в більшу туристичну стратегію, план дій або маркетинговий план.

Ось пропозиції експертів WFTA щодо того, що можна включити до успішного стратегічного плану гастрономічного туризму [4]:

- 1) Огляд місцевої історії гастрономії та кулінарної спадщини.
- 2) Профіль визначних ресторанів і барів.
- 3) Аудит ресторанів, барів, закладів харчування, кулінарних заходів і подій.
- 4) Огляд місцевих виробників їжі та напоїв (від ферм і садів до пивоварень і виноробень).
- 5) План навчання для мешканців та працівників сфери гостинності та туризму.
- 6) Можливості для додаткових подій, пам'яток або досвіду.
- 7) Визначення психографічних профілів споживачів або цільових ринків.

Для цього необхідно використовувати універсальні інноваційні методи на основі міжнародного досвіду. Зокрема, для визначення

психографічних профілів споживачів – метод «PsychoCulinary®». Експерти WFTA визначили 13 психокулінарних профілів туристів, щоб раціоналізувати різні рішення щодо подорожі [3]:

- Авантюрист;
- Атмосферний;
- Автентичний;
- Бюджетний;
- Еклектичний;
- Гурман;
- Інноваційний;
- Краєзнавець;
- Новачок;
- Органічний;
- Соціальний;
- Модний;
- Вегетаріанець.

Серед кулінарних мандрівників найпоширенішими є: «Еклектичний», «Автентичний» та «Інноваційний». Ці мандрівники прагнуть різноманітності («Еклектичний»), автентичності («Автентичний») та експериментів («Інноваційний»). Тобто, дестинації повинні пропонувати туристичні продукти, які дозволять мандрівникам спробувати нові смаки, забезпечать середовище для експериментів і нададуть їм практичний досвід.

Для формування/редизайну території як кулінарного ландшафту експерти WFTA розробили процес «Culinary Placemaking in 3-D©» [4].

Англійський термін «placemaking» перекладається як створення місця/міста. Цей термін можна перекласти як перепланування місця, що є кращим еквівалентом, ніж прямий переклад, оскільки в географії просторові зміни, трансформації, втручання в планування існуючого місця розглядаються як редизайн, а не як нове створення [5].

Метод «placemaking» використовується, щоб створити місця, де громада відчуває свою причетність і участь, і де дизайн виконує функцію, задовольняючи основні людські потреби. Він стимулює активність місцевих жителів через лідерство, фінансування та інші

ресурси, спираючись на ідеї та навички громади, а не покладаючись виключно на професійних експертів.

Експерти WFTA розробили алгоритм процесу «Culinary Placemaking in 3-D©» у вигляді відповідей на питання [4]:

1) Наскільки ваш регіон готовий прийняти мандрівників, які люблять поїсти?

2) Чим страви/напої у вашій дестинації справді унікальні?

3) Чому відвідувачі повинні приходити у ваш район тільки за їжею/напоями?

4) Наскільки точно визначені профілі ваших гастрономічних туристів?

5) Як ви зберігаєте кулінарну автентичність свого регіону?

6) Як ваша стратегія гастрономічного туризму інтегрується у вашу загальну стратегію дестинації?

7) Що б ви запропонували до Плану дій гастрономічного туризму?

Отже, оскільки гастрономічний туризм є дієвим засобом для сталого розвитку дестинацій, виникає необхідність якісного планування стратегій розвитку гастрономічного туризму для тих регіонів світу, які генерують якісні туристичні продукти. І ключовими інструментами для створення балансу між екологічними, економічними і соціально-культурними аспектами в таких стратегіях можуть стати інноваційні методи, розроблені експертами WFTA на основі міжнародного досвіду.

Література:

1. Future market insights. Food Tourism Sector Market (2023 to 2033). URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/food-tourism-sector-overview-and-forecast> (дата звернення: 04.12.2023).

2. Definition: Sustainable Development of Tourism. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (дата звернення: 04.12.2023).

3. World Food Travel Association. 2020 Food Travel Monitor. URL: <https://www.worldfoodtravel.org/food-travel-market-research> (дата звернення: 04.12.2023).

4. Wolf E., Garibaldi R., Stone M. State of the Food Travel Industry Report. 2020. URL: https://www.researchgate.net/profile/Roberta-Garibaldi-2/publication/343255792_2020_State_of_the_Food_Travel_Industry_Report/links/5f20037d299bf1720d6ac9c3/2020-State-of-the-Food-Travel-Industry-Report.pdf (дата звернення: 04.12.2023).

5. Lukic I.V. Placemaking, local community and tourism. *Hrvatski Geografski Glasnik*. 2021. Vol. 83. № 1. P. 77–104. URL: https://www.researchgate.net/publication/353199494_Placemaking_local_community_and_tourism (дата звернення: 04.12.2023).

Костенюк Юлія Борисівна

*доцент кафедри підприємництва, корпоративної
та просторової економіки*

Донецького національного університету імені Василя Стуса

Безп'ятко Ольга Анатоліївна

здобувач вищої освіти

Донецького національного університету імені Василя Стуса

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-17>

РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм є однією з важливих галузей економіки України, що має значний потенціал для розвитку в умовах війни та після її завершення. Одним із основних факторів, що стримує її розвиток є недостатній рівень інноваційності. Державна підтримка інноваційної діяльності в сфері туризму є впливовим важелем стимулювання розвитку цієї галузі. В Україні існує ряд програм та ініціатив, спрямованих на підтримку інновацій у туризмі, проте їхня ефективність є недостатньою.

Питання ролі державної підтримки інноваційної діяльності у сфері туризму знайшли місце у працях вітчизняних дослідників: В. Азар, М. Біржаков, І. Безуглий, Д. Стеченко, Л. Федулова, В. Кифяк, І. Балабанов.

Метою дослідження є визначення особливостей державної підтримки інноваційної діяльності у сфері туризму в Україні.

Туризм, як одна із ключових галузей економіки України, володіє значним потенціалом для подальшого розвитку. У контексті сучасних викликів, зокрема пандемії COVID-19 та військового конфлікту в Україні, інноваційний розвиток туризму визначається як один із стратегічних пріоритетів державної політики [4].

Основні тенденції інноваційного розвитку сфери туризму в Україні можна узагальнити на трьох рівнях:

1. Макрорівень: Цей рівень передбачає участь держави в формуванні ефективної стратегії розвитку туризму, ґрунтованої на інноваційних засадах. Стратегія розвитку туризму та курортів, схвалена Кабінетом Міністрів України до 2026 року, націлена на створення сприятливих умов для активізації розвитку туризму та курортів у відповідності до міжнародних стандартів якості та з урахуванням європейських цінностей [3].

2. Мезорівень: На цьому рівні передбачається розвиток регіонального ринку туристичних послуг на інноваційних засадах. Регіони можуть ініціювати створення чи розвиток нових форм туризму, використовуючи нові ресурси, природні об'єкти чи історичні архітектурні споруди. Прикладами можуть бути розвиток містичного туризму на Львівщині, індустріального туризму в промислових регіонах України, бальнеологічного туризму на Закарпатті та інші напрямки [2].

3. Мікрорівень: На рівні суб'єктів туристичної діяльності висувається вимога спрямування їхньої діяльності на формування привабливого та конкурентоспроможного туристичного продукту. Одночасно необхідно створювати сприятливі та комфортні умови для потенційних туристів.

Розвиток інформаційних технологій сприяє впровадженню інновацій у розробці туристичних продуктів в Україні [2]. Такі варіації наведені у таблиці 1.

З урахуванням сучасних викликів варто визначити основні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні:

1. Розвиток екологічного туризму: Сприяє збереженню довкілля та врахуванню екологічних аспектів.

2. Інклюзивний туризм: Урахування потреб різних верств населення, зокрема осіб пенсійного віку.

3. Активні види відпочинку: Зростання популярності гірськолижного, велосипедного, пішохідного туризму, а також розвиток медичного та оздоровчого туризму [4].

Інновації для розробки туристичних продуктів в Україні

Інновація	Характеристика
Доповнена та віртуальна реальність	Віртуалізація історико-архітектурних та інших туристичних об'єктів, таких як 3D-тури музеями та замками.
QR-коди	Дозволяють отримувати інформацію на мобільних пристроях про об'єкти, меню ресторанів, програми турів та інше.
Онлайн-бронювання та замовлення	Системи, які дозволяють туристам ефективно бронювати чи замовляти квитки, номери в готелях, столи в ресторанах через Інтернет, зменшуючи витрати та економлячи час
Сенсорні дисплеї	Забезпечують миттєвий доступ до інформації про події в місті чи закладах, карти розміщення туристичних об'єктів, погодні умови, розклад руху транспорту та інші корисні дані

Джерело: [1]

Отже, впровадження інновацій є важливим кроком для підвищення конкурентоспроможності та привабливості туризму в Україні. Це сприятиме створенню нових туристичних продуктів та послуг, що відповідають сучасним потребам туристів і сприяють економічному розвитку країни.

Література:

1. План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-plan-zahodiv-shchodo-pidtrimki-sferi-kulturi-ohoroni-kulturnoyi-spadshchini-rozvitku-kreativnih-industrij-ta-turizmu>
2. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9>
4. Огієнко М.М., Огієнко А.В., Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 4.

Remzina Natalia

Ph.D. of Economic Sciences,

Senior Lecturer at the Department of Entrepreneurship and Tourism

Odesa National Maritime University

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-18>

FEATURES OF ADVERTISING CAMPAIGNS DEVELOPMENT IN TOURISM

Today, the tourism business is highly dependent on the effectiveness of marketing tools, among which advertising plays an important role. It is advertising that opens up broad prospects for the growth and development of the tourism industry, being an important factor in promoting a tourism product or individual services in cities, countries and globally.

The effectiveness of an advertising campaign is primarily determined by the quality of the tourism product, its uniqueness, compliance with the needs of the target audience and the effectiveness of communication impact on the consumer.

In the process of developing a new tourism product, it is important to clearly define the final and intermediate goals, tactical actions to achieve the goals, necessary resources and economic efficiency of the project. The development and introduction of new tourism products is a key aspect of tourism companies' operations. The success of this process depends on several important factors, such as staff qualifications and experience, analysis of the tourism market, and the availability of tourism and recreational resources.

On the basis of the created tourism product, which is based on the marketing strategy, an advertising campaign is planned. The development of an advertising campaign is also a component of the overall process of promotion in the marketing activities of the enterprise, which involves the constant application of a system of measures [1, p. 98].

Algorithm for developing an advertising campaign for tourism enterprises is shown in Figure 1.

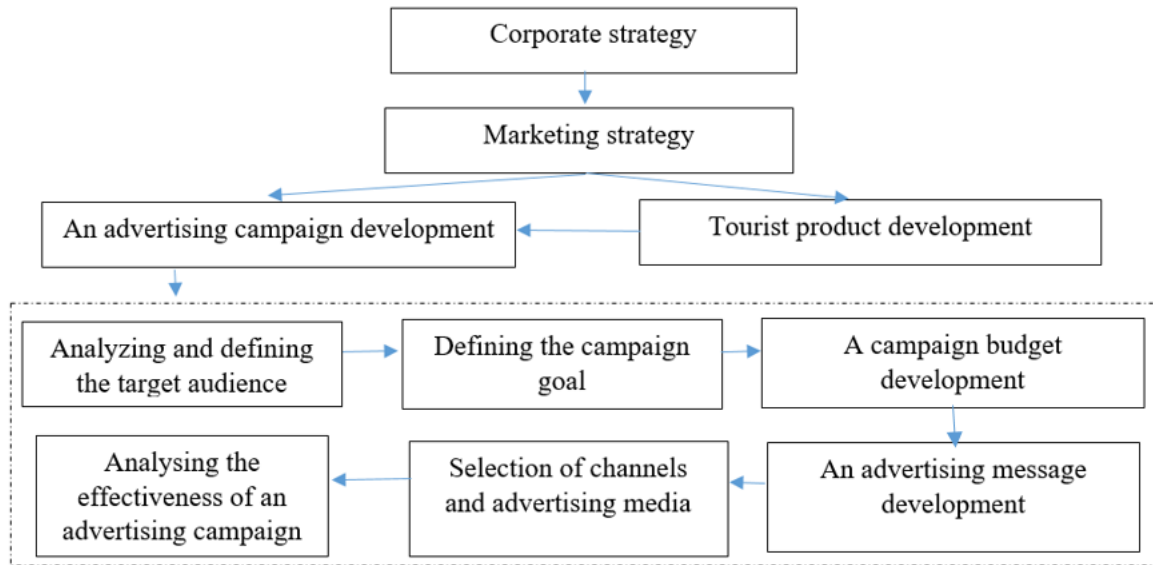


Figure 1. The advertising campaign development algorithm

Source: author's development

The stages of planning an advertising campaign may include the following steps:

1) Analyzing and defining the target audience. The decision-making process regarding advertising, including the choice of an advertising message and advertising media, is based on the definition of the target audience. This takes into account various socio-demographic characteristics of consumers, factors of consumer behavior, psychographic aspects and other factors. For example, the target audience may include young people who are committed to an active lifestyle (sports tourism advertising); people who use airline services for business trips (elite airline advertising).

2) Defining the campaign goal. Advertising, which is a component of marketing and an important element of promoting goods and services, is aimed at achieving marketing goals. For example, if the marketing objective is defined as «increasing sales of a tourism product», one of the measures may be to reduce prices. In this case, the purpose of the advertising campaign would be to inform potential consumers about

where and when the sale will take place and what discounts will be provided.

3) A campaign budget development – determination of financial resources that will be allocated for the advertising campaign and their distribution among different stages and channels. Usually, the method of determining the budget as a percentage of sales (about 2%) is chosen [2, p. 137].

4) An advertising message development. An advertising message is a message from a communicator (seller) to an addressee (consumers, intermediaries) that has a specific form (visual, textual, symbolic) and reaches the addressee through a specific communication channel for the purpose of informational or emotional impact.

Range Reeves, a recognized advertising researcher, believes that an advertising message should include an offer to the buyer that is interesting and unique. He believes that the most effective advertising campaigns will be those that offer a clear and easily perceived idea that is easy to remember. In particular, he emphasizes the importance of the offer being distinguished by its quality and uniqueness compared to competitors' advertising [3, p. 253].

5) The selection of channels and advertising media. The most common advertising media in the tourism sector are television, outdoor advertising, and the Internet.

6) Analyzing the effectiveness of an advertising campaign. In evaluating the effectiveness of specific advertising media, a communication approach is used that takes into account the impact of advertising on the target audience. The main aspects of this approach include perception, sensation, attention, emotions, memory and consumer motivation. The evaluation is based on how the advertisement is perceived by the target audience, how effectively it is remembered and how it affects consumers in terms of their feelings, emotional response and motivation for further action.

In analyzing tourism advertising, it is used the main methods of assessing its impact on the level of consumer demand for tourism services. Here are some methods that can be used:

– The method of comparing sources of awareness. This method involves obtaining information from consumers through an oral survey, questionnaire or other forms of feedback. Consumers can tell about their impressions of advertising and indicate whether it has influenced their decisions about choosing travel services;

– the method of modelling experiments based on the assessment of the economic efficiency of advertising and the use of control groups. An advertising campaign can be targeted at a specific group, and its impact is compared to a control group that was not affected by the advertising;

– the method of targeted calculations, which involves comparing the actual costs of an advertising campaign with the financial result obtained from the funds spent. This allows you to assess the effectiveness of your advertising strategy from a financial point of view.

These methods can help to carry out a comprehensive assessment of the impact of advertising on consumers and the effectiveness of the advertising campaign as a whole [4, p. 228].

Consequently, the active use of advertising can lead to positive results, as it bears great responsibility for the truthfulness and accuracy of information. Also, in the tourism services sector, the use of various visual aids is becoming a necessity for the visual representation of tourist attractions. It is important to note that an advertising campaign affects the prestige of a tourism company, which in the future may determine the effect of psychological perception, separation and recognition of the company and its product in the long term. In addition, this campaign helps to establish trust and stimulates the need to use the services of the selected tourism enterprise on a regular basis.

References:

1. Діброва Т.Г., Солнцев С.О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика : підручник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.

2. Гавриленко Н.Г., Шкода М.С. Планування рекламної кампанії підприємства : Матеріали II Всеукраїнської наукової Інтернет-конференції. «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»

2017. С. 135–141. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9910/1/ОПР2017_P135-141.pdf (дата звернення: 27.11.2023).

3. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 336 с.

4. Казак О.О. Аналіз ефективності реклами в туристичній сфері. *Економіка та суспільство*. 2017. Випуск 9. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Економiка-i-suspilstvo-9-2017.pdf#page=227> (дата звернення: 27.11.2023).

Смирнов Ігор Георгійович
*доктор географічних наук, професор,
професор кафедри країнознавства та туризму
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Любіцева Ольга Олександрівна
*докторка географічних наук, професорка,
завідувачка кафедри країнознавства та туризму
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-19>

ГЕТЬМАНСЬКИЙ БОРЩ: ВІД КОЗАЦЬКОЇ ЮШКИ ДО НАЦІОНАЛЬНОГО ТА СВІТОВОГО ГАСТРОТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ

Іван Котляревський стверджував, що українцю жити без борщу на світі просто неможливо. У давнину рецептів приготування найзнаменитішої національної страви придумали дуже багато. Задіяні у цьому були гетьмани, старі козацькі кулінари, письменники, наприклад, Г. Квітка-Основ'яненко. При цьому використовувався і іноземний досвід, зокрема польський, татарський та турецький [1]. Так, найближчим родичом українського борщу вважається старовинний польський буряковий суп. Його готували з ретельно проціджених овочевого та грибного відварів, заправляли буряковим квасом і додавали вушка з грибами та цибулею. Цей суп подавали в бульйонних філіжанках, на закуску додавали маленькі пиріжки з яйцями та грибами, які були подібні до українських пампушок. Українською варіацією цієї старовинної страви став львівський різдвяний борщок, про який згадує у своїх кулінарних есе письменник Ігор Клех. Він пише: «Чудовий пісний борщок з вушками і з начинкою з дрібно посічених грибів – одна з дванадцяти обов'язкових страв різдвяної ночі у католиків (польською – Вігілія, українською – Святвечір). Як бачимо, польські кулінари впритул

підійшли до борщу, пізніше створеному українськими козаками. Козацькі кухарі при створенні борщу використали також кухонні секрети татар і турків, які попередньо обробляли шматочки буряку у киплячому баранячому жирі з додаванням оцту або сухого вина. Щодо українського борщу, то козацькі кухарі підкисляли його зеленими яблуками, або сухим вином, а найчастіше – буряковим квасом. Такий борщ мав настільки яскравий та стійкий смак, що легко витримував численні добавки та суміші. У нього додавали капусту, окремо зварену квасоллю, кружечки ковбаси, німецькі сосиски, шинку, обсмажених у борошні карасів та оливки; далі варили на пісному овочевому бульйоні, або на бульйоні з яловичини та свинини, курки і, навіть, з гуски. При цьому борщ завжди залишався борщем, а усі вказані варіанти приготування лише урізноманітнювали його особливий борщовий смак та аромат. За три століття український борщ пережив множину новацій. Так, у другій половині ХІХ ст. бурякову закваску (сировець) почали замінювати томатною пастою. Перші пісні борщі в Україні готували на конопляній (дерев'яній) олії, оскільки повноцінна соняшникова олія ще не вироблялась [2].

Оскільки Україна – велика країна, то єдиного рецепту українського борщу не було і не має, у кожному регіоні існує свій улюблений рецепт. Існують борщі чернігівські (з «турецькими» кабачками); київські (із смальцем, часником і буряковим квасом); полтавські (з куркою та галушками); одеські (на гусці); львівські (з обсмаженими на олії шматочками сосисок) і ті самі старопольські (з грибними вушками). Отже, видів борщів на Україні існує велика множина. Письменник Г. Квітка-Основ'яненко (1778–1843 рр.) у своєму відомому творі «Пан Халявський» (1839 р.) спробував перерахувати рецепти українських борщів, але збився з ліку. «І скількох сортів бувають борщі – на здивування! Борщ з яловичиною, борщ з відгодованою гускою, борщ із свининою, борщ Собеського, бувшого у Польщі королем, борщ Скоропадського (гетьмана малоросійського)» [3]. Середньовічні українські рецептурні збірники до наших днів не збереглися, тому можна тільки

здогадуватися, якими були перші українські борщі наприкінці XVII, або скажемо, в середині XVIII ст. За деякими прикметами можна визначити, що рибні борщі тоді готували частіше, ніж м'ясні. Кулінарних видань за старих часів не було, про записи приватних осіб і говорити немає що – усі вони зникли у кухонних грубах. Якби вони вціліли, то можна було б дізнатись багато цікавого.

Ще на початку XX ст. у Києві на Святвечір подавали особливий пісний борщ, у якому можна було зауважити риси справжньої патріархальної кухні. Закінчувався зимовий піст, пісна їжа усім набридла і думки українців з благаннями зверталися до кухарів – чекали диво-борщу. І він з'явився у вигляді старовинного гетьманського борщу. Кажуть, основу його рецепту створив не хто інший, як знаменитий кулінар-гетьман Іван Скоропадський (1646–1722 рр.), який правив на Лівобережній Україні з 1708 р., а перед тим виконував складні дипломатичні доручення гетьмана І. Мазепи у Польщі, Туреччині, Криму. Відомий його знаменитий різдвяний борщ, який готували, як і належало у такий час, на олії. Але на цьому весь його аскетизм закінчувався. Багатоденне утримання від скоромної їжі «Ясновельможний пан гетьман борщів», як називали гетьмана сучасники, щедро винагороджував великою кількістю і святковою різноманітністю пісних, але дуже смачних страв. Його борщ став справжнім кулінарним відкриттям. Витвір бурхливої гастрономічної фантазії старого гетьмана чудово описав у своїх спогадах наш співвітчизник, незабутній киянин, пам'ятник якому поставлений на Андріївському узвозі, О. Вертинський: «О сьомій вечора подавали вечерю. На перше – український, або як його називали, «гетьманський» борщ. Подавали його в холодному вигляді. У ньому плавали «балабушки» – маленькі кульки з молотого м'яса щуки з начинкою із рублених сухих грибів, потім маслини та оливки, потім смажені знову ж таки в олії невеличкі карасики, валяні у борошні. Ще до борщу подавалися смажені пісні пиріжки з кислотою капустою, або з кашею, або з грибами» [4, с. 205]. За старих часів ім'я гетьмана І. Скоропадського часто згадували за столом добрими словами, так, коли хотіли

похвалити господиню, то говорили, як оповідач з повісті Тараса Шевченка «Прогулянка із задоволенням та не без моралі», що такий пісний борщ «навіть чи куштував і сам великий знавець та творець борщів гетьман Скоропадський». У сучасних кулінарних книгах гетьманські борщі зустрічаються досить часто, однак більшість з них жодного відношення до І. Скоропадського не мають, це просто борщі Гетьманщини XVII–XVIII ст., що намагаються видати за дітище великого майстра. Але трапляються і рецепти дійсних кулінарних шедеврів, що відмічені печаткою витонченої фантазії кухарів епохи українського бароко. Не виключено, що вони колись існували у кулінарних записках старого гетьмана, а можливо якогось полковника, або бунчужного товариша з його найближчого оточення. На жаль, від кулінарних експериментів гетьмана-гурмана та його сучасників, які створили оригінальну кухню доби українського бароко, не залишилось достовірних рецептів. Старий гетьман, звісно, знав, що для народу України борщ був щоденною стравою і тому вкладав у свої кулінарні витвори певний практичний сенс: його поживні борщі повинні були додати українцям те, що не вистачало в їхньому буденному раціоні. З іншого боку, напевно чи пана гетьмана настільки турбувала проблема збільшення поживності щоденного харчування населення Гетьманщини. Скоріше всього, чутки про славетний гетьманський борщ рознесли прислужники гетьманської «харчової служби», відповідно його рецепт і розповсюдився Україною, як варіант святкової, вишуканої національної страви. Завдяки пошукам і знахідкам українських кулінарів епохи українського бароко «гетьманський» борщ, як і домашня музика, танці, співи, дотепне «академічне» віршування, став одним із тих елементів культури українського бароко, які пом'якшували суворість буденного життя, вносили в нього можливість певного задоволення та примх у сфері харчування.

Прихильність українців до борщу не змінилась протягом століть. Вже 300 років він не сходить зі столу українців і напевно чи коли зійде. Недарма за версією американського видання CNN борщ належить до 20 найсмачніших супів у світі. 2020 р. Експертна рада з

питань нематеріальної культурної спадщини при Міністерстві культури та інформаційної політики України внесла «Культуру приготування українського борщу» до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України. Ініціював цю справу Є. Клопотенко, який створив громадську організацію «Інститут культури України» та організував «борщову експедицію». 1 липня 2022 р. на 5-му позачерговому засіданні Міжурядового комітету з охорони нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО український борщ увійшов до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини, яка потребує термінової охорони. В українському туризмі феномен гетьманського борщу, як гастрономічного складника культури епохи українського бароко, використовується ще недостатньо. Але вже зараз в Україні поширені щорічні фестивалі борщу. Так, у м. Борщів (Тернопільщина) у вересні проводиться фестиваль «Борщ'їв», у с. Опішня на Полтавщині – фестиваль «Борщик у глиняному горщику», в с. Правилівка на Вінничині – у рамках проєкту «Театр на городі». 2021 р. на Фестивалі борщу в Києві, де взяли участь господині з 25 регіонів України, представники «Книги рекордів України» зафіксували рекорд одночасного приготування борщу. Загальнонаціональне свято «День борщу» планувалося створити у 2022 р., але перешкодило у цьому повномасштабне російське вторгнення в Україну. «Борщові фестивалі» проводяться і за кордоном, так, 1 жовтня 2023 р. у Канаді в містах Монреалі і Торонто (Канада) відбувся фестиваль «Merci Borsch», організований Конгресом українців Канади на знак подяки Канаді за підтримку України під час війни. Цей фестиваль почався в Café Viger в Монреалі, а продовжився в Торонто. В ході заходу можна було спробувати безкоштовний борщ, представлений у п'яти різних рецептах. Музей звареного борщу 2020 р. створений у с. Опішня, а за рік до цього у харківському саду імені Тараса Шевченка встановлено скульптуру академіка Вернадського, який варить борщ за рецептом своєї бабусі. Нарешті, у 2020 р. вийшов документальний серіал «Борщ. Секретний інгредієнт» про регіональні особливості

приготування борщу в різних куточках України (авторка ідеї та креативний продюсер Н. Якимович, режисер Д. Кочнєв, ведучий Є. Клопотенко). І це не останній приклад пов'язання феномену українського борщу з туризмом та гостинністю, так, на жаль, не знайшов використання термін «гетьманський борщ», зокрема у назвах ресторанів української кухні (це наша пропозиція), а також у їхніх стравосписах.

Література:

1. Борщ. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Зроблено в Україні: рецепт гетьманського борщу. URL: <https://klopotenko.com/getmanskij-borshh/>
3. Іван Котляревський стверджував, що українцю жити без борщу на світі неможливо. 2017.
4. Макаров А. Стиль життя, звичаї та смаки старого Києва. Київ : Скай Хорс, 2018. 302 с.

Яковишина Маргарита Сергіївна
*старший викладач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Національного університету водного господарства
та природокористування*

Дмитрук Іванна Олександрівна
*здобувач вищої освіти магістерського рівня
Національного університету водного господарства
та природокористування*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-20>

ЕТНОПАРК «ЛАДОМИРІЯ»: ДОСВІД РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ОБ'ЄКТУ ПІД ФУНКЦІЄЮ ТУРИЗМУ

Нині одним із важливих напрямів туристичної діяльності є культурний туризм, який включає тури історичними місцями, відвідування музеїв, театрів, історико-культурних пам'яток, участь у фестивальних заходах тощо. До об'єктів історико-культурної спадщини, яка становить базу для розвитку культурного туризму регіонів, нині доєднуються ревіталізовані колишні промислові об'єкти – у минулому занедбані житлові зони, промислові чи господарські приміщення, які реорганізовані у туристичні об'єкти, культурно-мистецькі та спортивно-оздоровчі центри [1].

Великий досвід у ревіталізації старих промислових об'єктів під функції туризму мають такі міста України як Львів, Київ, Івано-Франківськ. Для прикладу, варто назвати деякі успішні проекти ревіталізації:

- !FESTrepublic (Львів) – територія колишнього склозаводу, де зараз відбуваються вечірки, тематичні івенти, фестивалі, у яких беруть участь виконавці з усього світу;
- центр сучасного мистецтва на базі колишньої фабрики з виробництва алкогольних напоїв (Львів);

– ReZavod (Львів) – колишній завод радіоелектронної медичної апаратури;

– Станція Лема LemStation (Львів) – соціальний хаб на місці старого трамвайного депо;

– Unit City (Київ) – інноваційний парк на колишньому Київському мотозаводі;

– IZONE (Київ) – креативний простір, який створили на території Київського суднобудівного заводу, а нині тут розміщені: галерея, локації для проведення конференцій, майданчик для перформансів та концертів, творчі майстерні, студії, магазини і кафе;

– Промприлад. Реновація (Івано-Франківськ) – інноваційний центр, який створено на базі заводу промислового обладнання [3].

Вдало організована туристична діяльність може бути вагомим інструментом розвитку окремих регіонів України. Враховуючи постійно зростаючий попит на культурний туризм, доречно зробити аналіз успішного досвіду трансформації промислового об'єкту під функції туризму.

У м. Радивилів Рівненської області успішно розвивається нова ревіталізована туристична дестинація – Етнопарк «Ладомирія». Даний об'єкт створений на колишній меблевій фабриці.

Успішне перетворення занедбаної промислової території на туристичну атракцію «Етнопарк «Ладомирія» підтверджує факт отримання престижної нагороди у сфері туризму – Ukraine Tourism Awards 2021, у номінації «Регіональний прорив року» [2].

Ініціатори проєкту «Ладомирія» постійно займаються активною його промоцією та популяризацією історико-культурної спадщини рідного краю, з акцентом на вивченні та відтворенні українського традиційного одягу. Зокрема, весною 2023 року радивилівський етнопарк представив серпанковий костюм та українську вишивку на Міжнародному форумі креативних міст і сталого розвитку у місті Каштелу Бранку (Португальська Республіка).

Наприкінці 2023 року, до свята Різдва, в етнопарку «Ладомирія» встановили найбільшу в Україні поштову скриню для листів

Святому Миколаю, яка увійшла до «Книги рекордів України» – її висота становить 2 метри 60 сантиметрів, що засвідчено відповідним сертифікатом від 6 грудня 2023 року.

Найбільшою популярністю «Ладомирія» користується у теплий період року – відвідувачам пропонується низка локацій, зокрема: ткацька майстерня, музей автентичного одягу, скансен-локація, сад павловнії, лавандове поле, акваферма, ресторан-аустерія, workshop-простір.

У межах проєкту «Ладомирія» окремо розвиваються інші соціокультурні нарядки: гуманітарний хаб, майстерня етнобрендів, онлайн-резиденція, музей рукописів (цифровізація давніх рукописів) та День традиційного костюма – Всеукраїнське свято, яке відзначається у першу неділю вересня і присвячене насамперед популяризації найрізноманітнішого одягу минулого, що був поширений на території сучасної України [2].

Варто виділити онлайн-резиденцію, яка являє собою діджиталізований проєкт, у межах якого зібрана інформація про автентичні лекала, відеопідказки з особливостей пошиття, відеолекції за типами одягу, фото у 360 градусів, а також на дану платформу можна додавати свої матеріали та вироби та співпрацювати в групах [2].

Отже, в процесі ревіталізації відбувається відродження місцевості, відновлюється занедбана міська інфраструктура, популяризується місцева історико-культурна спадщина шляхом органічного включення в туристичну діяльність регіону.

Література:

1. Гнаткович О.Д., Шевчук А.В., Скринька Т.Г. Ревіталізація як сучасна бренд-стратегія у туризмі Львова. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. № 31. С. 78–82.
2. Етнопарк Ладомирія. URL: <https://ladomyriia.com/>
3. Ревіталізація промзон та публічних просторів: український досвід. URL: <https://euprostitir.org.ua/practices/144084>

НАПРЯМ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Кришталь Галина Олександрівна

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри фінансів, банківської та страхової справи

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад

«Міжрегіональна Академія управління персоналом»

Цімошинська Оксана Валентинівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри обліку і оподаткування

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад

«Міжрегіональна Академія управління персоналом»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-21>

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Досягнення економічної безпеки підприємства здійснене за умови, що система обліку допомагатиме отриманню інформації оперативного, тактичного та стратегічного характеру, використанню різноманітних видів аналізу та аудиту, збагатить обсяг інформаційних ресурсів про будову безпеки (ринкові, фінансові, юридичні тощо). Система управління вимагає збільшення обсягу інформації про найдрібніші об'єкти всередині і за межами підприємства, що в кінцевому підсумку позначається на ефективності діяльності підприємства. Нині слабкою ланкою управління, яка потребує зміцнення та вдосконалення, залишається блок управління загального циклу управління, в якому бухгалтерський облік відіграє провідну роль в інформаційному забезпеченні. На формування економічної безпеки підприємства

відбуваються зміни, що відбуваються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі його функціонування. Ці зміни характеризуються нестабільністю та вимагають від підприємств швидкої адаптації до сучасних умов господарювання з урахуванням чинників невизначеності та нестабільності економічного середовища. Вирішення проблемних питань щодо забезпечення захисту корпоративних облікових даних є важливою умовою забезпечення економічної безпеки підприємства як на цьому етапі розвитку, так і в майбутньому.

Присутність невирішених проблемних питань, пов'язаних з організацією бухгалтерського обліку для забезпечення економічної безпеки підприємства в сучасних умовах господарювання, зумовила необхідність дослідження та формування рекомендацій щодо вдосконалення практики організації системи бухгалтерського обліку для забезпечення захисту облікової інформації та їх використання для уникнення небажаних наслідків для бізнес-процесу.

Для ефективного забезпечення економічної безпеки необхідна реалізація цілого комплексу заходів. По-перше, необхідно переглянути законодавчу базу економічної безпеки. Після завершення цього етапу необхідно негайно розпочати роботу зі створення середовища, яке сприятиме забезпеченню економічної безпеки. Великою частиною економічної безпеки є порядок її фінансування, без якої держава не може запродати політику безпеки з властивими їй елементами, будовами та вигідними механізмами. Фінансування має здійснюватися як на державному рівні, так і на рівні місцевих бюджетів, позабюджетних фондів та коштів суб'єктів господарювання, що забезпечують економічну безпеку.

Поняття «економічна безпека» набуває іншого змісту в сучасних економічних умовах та з урахуванням факторів, які диктують процеси управління. Основною метою системи економічної безпеки підприємства є забезпечення його максимально ефективного і стабільного функціонування в даний час і високого рівня розвитку в майбутньому [1].

Основними факторами, що відбиваються на економічну безпеку підприємства, є: майстерність законодавчої бази, податкової системи, участь суб'єктів господарювання в роботі міжнародних ринків, інвестиційна привабливість окремого регіону та держави в цілому. На сьогоднішній день економічна безпека підприємства залежить від економічної безпеки держави та регіону, наскільки ґрунтується на їх фінансовому, сировинному та виробничому потенціалі та перспективах розвитку. Концепція багаторівневої економічної безпеки підприємства дає змогу передбачити та уникнути зовнішніх загроз для підприємства [3].

Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств є певною мірою унікальним, оскільки залежить від специфіки діяльності підприємства, системи бухгалтерського обліку та ефективності його роботи, а також ряду інших факторів. Механізм забезпечення економічної безпеки – це теоретичне обґрунтування послідовності дій, які необхідно здійснити для забезпечення економічної безпеки. Вибір кращого механізму забезпечення економічної безпеки підприємства сприяє підвищенню рівня безпеки підприємства.

Головними завданнями забезпечення економічної безпеки підприємства щодо ведення бухгалтерського обліку є [1]:

- своєчасне виявлення зовнішніх і внутрішніх загроз в системі бухгалтерського обліку;
- поступальний, самостійний розвиток підприємства.

Виходячи з вище зазначених цілей, підприємство має вирішити такі завдання, серед яких:

- виявлення та захист найбільш слабких і вразливих сторін господарської діяльності підприємства;
- прийняття оптимальних управлінських рішень на основі аналітичної інформації, що надається в облікову систему [3].

Стосовно облікової політики слід зауважити, що вона вбачає бути інструментом, який постачає найкращу структуру всіх підсистем бухгалтерського обліку для формування фінансової, податкової та управлінської інформації. На нашу думку, основну

мету облікової політики в цьому контексті можна поділити на під цілі, особливо щодо фінансової звітності, метою якої є якісне представлення інформації у фінансовій звітності, підвищення економічної стабільності шляхом використання методи ведення бухгалтерського обліку, зниження фінансових ризиків; щодо менеджменту – надання своєчасної та актуальної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень та забезпечення на їх основі зниження господарських, економічних та інших ризиків; у зв'язку з оподаткуванням – надання достовірної інформації для зниження податкових ризиків та оптимізації розміру податкових платежів з урахуванням консенсусу інтересів підприємства та державних установ [2].

Враховуючи важливість облікової політики та її значення в забезпеченні економічної безпеки, її розробка з акцентом на проблемі підтримання економічної безпеки має забезпечити вирішення наступних завдань:

- достовірність представлення інформації у фінансовій та інших видах звітності, необхідної для всіх груп користувачів, як зовнішніх, так і внутрішніх;

- накопичення достатніх коштів для підтримки технічного стану підприємства на високому рівні шляхом вибору методів амортизації, оптимальних для різних груп основних засобів;

- страхування підприємства від небезпек і загрози втрати значних сум грошей;

- оптимізація обраної компанією системи оподаткування, якщо це можливо;

- зосередженість на досягненні бажаних показників ефективності в усіх основних сферах діяльності, особливо щодо фінансових показників, екологічних показників, ринкових умов;

- рівномірний врахування при обліку доходів і витрат;

- оптимізація внутрішніх бізнес-процесів і використання всіх видів ресурсів, в тому числі персоналу і т.д.

Тому при розробці чи вдосконаленні принципів бухгалтерського обліку головному бухгалтеру доцільно не лише висвітлювати

підходи до відображення традиційних суб'єктів господарювання в обліку та звітності, а й зосереджуватися на прогнозуванні майбутнього розвитку, забезпеченні економічної безпеки та забезпеченні здатності формувати нефінансова інформація, за якою оцінюється діяльність підприємства, для встановлення методики їх обліку. Відповідні показники можуть бути деталізовані в додатку до Положення про принципи бухгалтерського обліку в довільній формі або зафіксовані в іншому локальному законі.

На підставі проведених досліджень можна зробити висновок, що економічну безпеку підприємства необхідно розглядати в комплексі з обліковою системою як комплекс заходів, спрямованих на захист майна та інформації підприємства відповідно до обраної стратегії та принципу захисту. Безперервність бізнесу. Економічна безпека як предмет бухгалтерського обліку потребує врахування зовнішніх і внутрішніх загроз при організації бухгалтерського обліку, який, перш за все, спрямований на захист облікової інформації, що становить комерційну таємницю, та запобігання можливим ризикам. Тому необхідно вдосконалювати законодавчу базу щодо захисту облікової інформації та впроваджувати розроблені заходи щодо виявлення та попередження можливих загроз економічній безпеці. Охорона облікової інформації, що становить комерційну таємницю, потребує низки заходів щодо захисту власності підприємства; Конфіденційність інформації, що становить комерційну таємницю підприємства, що дуже важливо в сучасному конкурентному середовищі.

Література:

1. Лазарева А.П. Фінансово-економічна безпека підприємства та механізм її забезпечення. *Інноваційна економіка*. 2018. № 32 (6). С. 305–307.
2. Святенко І.М. Елементи облікової політики підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Вип. 23.16. С. 277–283.
3. Кириченко О.А., Лаптев С.М., Пригунов П.Я. та ін. Управління фінансово-економічною безпекою : навч. посібник / за ред. чл.-кор. АПК України, проф. В.С. Сідака. Київ : Дорадо-Друк, 2017. 412 с.

Кузьминчук Наталія Валеріївна
*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*

Альошин Сергій Юрійович
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри обліку і фінансів
Навчально-наукового інституту економіки,
менеджменту та міжнародного бізнесу
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-22>

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМЦІВ У 2024 РОЦІ

Верховна Рада України 9 листопада прийняла у другому читанні та загалом Закон України «Про Державний бюджет України на 2024 рік» [1], яким, зокрема, передбачається, що мінімальна заробітна плата становитиме:

– у місячному розмірі: з 1 січня – 7 100 грн, з 1 квітня – 8 000 грн (у 2023 році - 6 700 грн);

– у погодинному розмірі: з 1 січня – 42,6 грн, з 1 квітня – 48 грн (у 2023 році – 40,46 грн).

Розмір прожиткового мінімуму для працездатних осіб протягом 2024 року становитиме 3 028 грн.

Відповідно до цього має змінитися мінімальний розмір ЄСВ, що його має сплатити за себе фізична особа – підприємець (ФОП) або інша самозайнята фізична особа. Розмір такого ЄСВ наведено в таблиці 1.

Мінімальні розміри ЄСВ за категоріями платників

Категорія платника	Мінімальний страховий внесок (з 1 січня до 31 березня), в місяць	Мінімальний страховий внесок (з 1 квітня до 31 грудня), в місяць	Строк сплати
ФОПи, які обрали спрощену систему оподаткування, незалежно від обраної групи	1 562 грн	1 760 грн	До 20 числа місяця, наступного за кварталом, за який сплачується єдиний внесок (19 квітня, 19 липня, 19 жовтня, 19 січня)
ФОПи, які обрали загальну систему оподаткування	1 562 грн	1 760 грн	До 20 числа місяця, наступного за кварталом, за який сплачується єдиний внесок (19 квітня, 19 липня, 19 жовтня, 19 січня). Остаточний розрахунок за календарний рік до 10 лютого наступного року
Особи, які провадять незалежну професійну діяльність	1 562 грн	1 760 грн	До 20 числа місяця, наступного за кварталом, за який сплачується єдиний внесок (19 квітня, 19 липня, 19 жовтня, 19 січня). Остаточний розрахунок за календарний рік до 1 травня року, наступного за звітним
Члени фермерського господарства	1 562 грн	1 760 грн	До 20 числа місяця, наступного за кварталом, за який сплачується єдиний внесок (19 квітня, 19 липня, 19 жовтня, 19 січня)

Нагадаємо, що відповідно до статті 1 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування» [2], мінімальний страховий внесок – це сума єдиного внеску, що визначається розрахунково як добуток мінімального розміру заробітної плати на розмір внеску, встановлений законом на місяць, за який нараховується заробітна плата (дохід), та підлягає сплаті щомісяця. Не нижче ніж мінімальний страховий внесок треба сплачувати ЄСВ за ставкою 22% за основних працівників. Якщо працівник – сумісник, то 22% ЄСВ застосовується до його фактичної заробітної плати.

Однак треба зауважити, що відповідно до п. 9-19 розд. VIII Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування» підприємці, що обрали спрощену або загальну систему оподаткування, особи, які провадять незалежну професійну діяльність, та члени фермерського господарства, можуть не сплачувати ЄСВ за себе з 1 березня 2022 року до припинення війни, а також протягом наступних 12 місяців. Оскільки воєнний стан подовжено до 14 лютого 2024 року, відповідно ця пільга залишається актуальною й у 2024 році. Відповідно до Закону платники, які скористаються цією пільгою, розрахунок єдиного внеску у складі податкової декларації не заповнюють за період, в якому відповідно єдиний внесок не нараховувався, не обчислювався та не сплачувався. Це також не позбавляє права добровільно сплачувати ЄСВ за себе та зазначати суми такого ЄСВ у декларації з метою отримання страхового стажу.

Ще однією складовою системи оподаткування підприємців є єдиний податок (ЄП). Відповідно до норм Податкового кодексу України [3] у 2024 році застосовуватимуться такі ставки ЄП для фізичних осіб-підприємців:

- для I групи – до 10% від розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого законом на 1 січня звітного року;
- для II групи – до 20% від розміру мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня звітного року;
- для III групи – у відсотках до доходу.

За таких умов максимальні ставки єдиного податку з 01.01.2024 (протягом усього року, бо їх встановлюють на весь рік на підставі розміру МЗП станом на 1 січня):

– для платників I групи – 302,80 грн/міс.;

– для платників II групи – 1 420 грн/міс.

Зазначимо, що це розміри максимальної ставки, а реальну для кожної адміністративно-територіальної одиниці мають встановити органи місцевого самоврядування.

Таким чином можна зазначити, що в цілому структура податкового навантаження на підприємців у 2024 році особливих змін не зазнала. Змінився лише розмір податкового тягаря. Однак навіть зважаючи на це підприємці та спрощена система оподаткування все одно залишаються важливим регулюючим елементом у вітчизняній економіці, та відіграють значну роль у вирішенні багатьох соціальних проблем, а саме: сприяють зменшенню витрат, пов'язаних з функціонуванням будь-якого виду підприємницької діяльності; забезпечують зайнятість населення; поощрюють інвестиційну діяльність, оскільки перелив ресурсів до сфери малої економіки спричинює кардинальні зміни у всій структурі народного господарства; збільшують товарну масу та споживчі послуги; породжують здорову конкуренцію, яка означає всебічне регулювання економіки.

Література:

1. Про державний бюджет України на 2024 рік : Закон України від 09.11.2023 № 3460-IX. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_of_2024-698

2. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 08.07.2010 № 2464-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>

3. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Semenenko Tetiana

*Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer
at the Department of International Accounting and Audit
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-23>

CURRENT TRENDS IN ACCOUNTING: KEY FEATURES AND CHALLENGES

Nowadays the businesses have much more motivations to enter the global business environment due to the amazing improvements we have in technology, capital removal, the need to create new revenue sources as well as the removal of the inter-country trade barriers. In today's fast-paced business world, trying new ways in finance and accounting is important.

Factors influencing international accounting system development have been investigated by accounting researchers since the 1960's [1]. It is important to understand how environmental factors shape accounting reporting and disclosure standards in order to predict the progress towards harmonization efforts. The main factors that define current trends in accounting are:

1. Harmonization of IAS's: the economic expansion to new markets propelled the design of a common international accounting system.

2. Legal System: there are two types of legal system, the code law and the common law – «legalistic» orientation toward accounting and those with a «no legalistic» orientation.

3. Taxation System: in some countries taxation rules and financial reporting regulations are strongly interrelated while in others are totally separated. For example, in common law countries tax and accounting rules are kept separate. Code law countries on the other hand, tend to have common tax and financial reporting regulations.

4. Provider of Capital: there are three main sources of finance: banks, government and shareholders. The contribution of each of these sources to the creation of the companies' financial capital varies from country to country. This separation of three types of capital sources means that accounting practices differ in order to satisfy the needs of the financial providers.

5. Culture: culture is another factor that influences the regulations of accounting practices. Countries that belong to a specific culture adopt the accounting system prevailed in countries of the same culture.

6. Others: financial reporting systems, political and economic relations among countries, applying and enforcing legal regulations in accounting [2].

Under the factors mentioned above, there are significant trends in accounting. These trends have global schedule but not national or regional. Accounting practices have changed over time with new technologies, evolving customer demands, and business needs. It is now much more than just bookkeeping and ledgers. Accounting firms are embracing these new trends to be in league with the new changes and better serve client demands. The Pandemic effects are still relevant, and adapting to the latest accounting trends is the one way to stay sustainable for more extended periods in the market. Adopting new technologies and accounting trends in the business helps them embrace the new remote work culture, which is one way to stay sustainable for extended periods. *Increased use of data security, accounting in the cloud, increased use of financial software, offshore staffing with remote workplace, increased use of data analytics, taxes can be filed online, blockchain technology, data analytics and forecasting* – all of them define current direction of accounting development.

Thus, the business landscape continues to change because of technological developments, regulatory changes, market expansion, and so on (all factors and trend have been considered before). As a result, businesses may have to deal with many accounting challenges that can cause some problems or put brains on accounting development in general

and in the context of business unit as well. The main challenges, modern accounting systems face with, are:

- *Compliance with changing local accounting regulations* – navigating constantly changing accounting regulations one of the biggest problems businesses and accountants may face today. Governments and each country's regulatory boards frequently update financial reporting guidelines and tax laws to keep up with economic shifts and ensure transparency;

- *Dealing with international accounting standards* – typically, the IFRS recommends methods for dealing with accounting tasks like defining transaction types, financial reporting, record-keeping and maintaining transactional data, to mention a few;

- *Forecasting and financial planning* – market uncertainties and other external factors make forecasting more complex. It also increases the possibility of making errors and inaccurate predictions;

- *Cybersecurity* – accounting teams face the risk of data breaches, especially with remote work, where compromised employee credentials can lead to security breaches;

- *Globalization* – as businesses continue to increase in size and complexity across the world, accounting departments will need to accommodate more and more international standards and regulations. Local economic instability, cybersecurity standards, and tax law changes across these countries will require adaptable accounting teams and technology that eases the challenges.

So, the business environment is faced with numerous opportunities and challenges. Factors of accounting environment, on the one hand, enforce and, on the other hand, slow changes in accounting, down. Summing up mentioned above, it's important to state that trends are objective and formed under globalization and automation. These trends lead to improvement of accounting but at the same time cause some challenges which should be solved.

References:

1. Latest Accounting Trends in 2023. Available at: <https://www.invensis.net/blog/latest-accounting-trends>
2. Classification and Factors Influencing Accounting Systems. Available at: <https://www.smec.ac.in/assets/images/committee/research/20-21/Classification%20and%20Factors%20Influencing%20Accounting%20Systems.pdf.pdf>
3. 17 Biggest Accounting Challenges and Solutions in 2023. Available at: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/accounting/accountingchallenges.shtml>
4. Top 13 Accounting Trends 2023 To Keep An Eye On. Available at: <https://www.capactix.com/top-accounting-trends-to-follow/>

Ясінська Алла Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та аналізу
Інституту економіки і менеджменту*

Національного університету «Львівська політехніка»

Река Володимир Іванович

*аспірант кафедри обліку та аналізу
Інституту економіки і менеджменту*

Національного університету «Львівська політехніка»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-24>

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Ефективне управління підприємством в умовах конкурентного середовища на пряму залежить від правильно побудованої обліково-інформаційної системи, яка спрямована на отримання, передачу, інтерпретацію інформації та слугує для прийняття оперативних управлінських рішень. Створення даної обліково-інформаційної системи забезпечується веденням управлінського обліку на підприємстві. Саме інформація з внутрішньо-господарського управлінського обліку є надзвичайно важливою і цінною, задля ефективного управління. Так, як ведення управлінського обліку є не обов'язковим, і не регламентується законодавчо-нормативними актами, він не обмежений у виборі методів та правил. Методика ведення, форми і методи для ведення управлінського обліку розробляються підприємством самостійно з врахуванням різних параметрів, беручи до уваги запити та потреби користувачів інформації даного виду обліку.

Популярність управлінського обліку сьогодні зростає, і пов'язане це з його корисністю і необхідністю, щоб оперативно приймати рішення і зрозуміти, які бізнес-процеси і яким чином впливають на

фінансові результати діяльності. Враховуючи активне впровадження діджитал-технологій, автоматизацію бізнес-процесів, та інші цифрові технології, на систему управлінського обліку це здійснює значний вплив, і пов'язаний цей вплив насамперед із захистом управлінської інформації, так як, управлінська інформація призначена в переважній більшості тільки для внутрішніх користувачів, і певна її категорія може бути конфіденційною. Тому, ефективний захист інформації, створеної в системі управлінського обліку є першочерговим завданням і необхідністю задля стійкого розвитку бізнесу в складних умовах сучасного економічного середовища.

Вітчизняні науковці та практики [1–4], досліджуючи проблеми захисту інформації, виокремлюють такі основні напрямки чи заходи організаційного та технічного характеру, реалізація яких сприятиме і повинна забезпечити економічну безпеку підприємства. До організаційних заходів можна віднести наступні:

- розроблення Положення про захист конфіденційності: ознайомлення працівників у вигляді письмового зобов'язання про не порушення норм цього Положення;

- розроблення на підприємстві корпоративних (внутрішніх положень) положень та інструкцій щодо захисту конфіденційної інформації;

- складання та підписання угоди про нерозголошення конфіденційної інформації підприємства (Non-disclosure agreement (NDA));

- розроблення корпоративних (внутрішніх) процедур щодо поводження з конфіденційною інформацією: порядок та правила доступу; доступ третіх осіб; перелік співробітників, яким дозволено доступ до тієї чи іншої інформації; алгоритм дії у випадку порушення захисту конфіденційної інформації тощо;

До технічних заходів можна віднести наступні:

- визначення переліку осіб, які матимуть доступ до конфіденційної інформації на певний період часу тобто в яких масштабах є потреба у впровадженні захисних алгоритмів, і в яких місцях ці алгоритми є уразливими;

- постійний моніторинг та контроль за використанням конфіденційної інформації користувачами: пересилання, заміна, доповнення, видалення, перегляд тощо;
- розроблення правил внутрішньої (корпоративної) системи для роботи і спілкування співробітників: таск-менеджер, чат-системи, уникаючи спілкування через відкриті джерела (наприклад, Телеграм, Facebook тощо);
- встановлення паролів: криптографічне шифрування ПК, паролі доступу до папок з конфіденційною інформацією, особисті паролі доступу в корпоративну систему для кожного співробітника;
- встановлення системи захисту від кібератак: превентивні засоби захисту, процедуру резервного копіювання конфіденційної інформації, визначений алгоритм дії у разі кібератак або іншого порушення захисту конфіденційної інформації тощо.

Таким чином, захист конфіденційної інформації підприємства, яка може бути також комерційною таємницею, і це насамперед, інформація яка формується в системі управлінського обліку повинен бути пріоритетним напрямком і стратегічною необхідністю. Методи та форми захисту, методика створення економічної безпеки обирає підприємство індивідуально, але важливість цих заходів неможливо недооцінювати, так як, в майбутньому саме їхнє впровадження стане запорукою успішної і ефективної роботи підприємства.

Література:

1. Легенчук С.Ф., Назаренко Т.П., Царук І.М. Принципи захисту даних у системі обліку: управлінські аспекти. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 2(96). С. 61–69.
2. Шишкова Н.Л. Засоби підвищення керованості безпекою облікової інформації. *Економічний вісник*. 2016. № 3. С. 119–127.
3. Варічева Р.В. Захист інформаційних даних управлінського обліку: організаційно-кадрова складова. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 3(3). С. 308–312.
4. Осмятченко В.О., Склярчук І.П. Сучасні ІТ-рішення для обліку та управління бізнесом. *Підприємництво і торгівля*. 2022. № 34. С. 41-46.

НАПРЯМ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Капітула Сергій Васильович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання
та інноваційного розвитку*

Криворізького національного університету

Животова Діана

магістрант

Криворізького національного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-25>

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Банківська система України зазнає суттєвих збитків від економічних криз, що сприяє погіршенню ліквідності банків. Під ліквідністю розуміють можливості комерційного банку здійснювати свої зобов'язання перед інвесторами, кредиторами, вкладниками та будь-якими клієнтами. Менеджери банків постійно контролюють стан ліквідності, тому що ці установи існують не тільки за рахунок власних коштів, зокрема критичне значення має залучені від сторонніх суб'єктів кошти на депозити тощо. З цих причин банківська діяльність ґрунтується на зобов'язаннях, які створюють умови лише для результативного використання таких коштів.

Українські комерційні банки раніше позичали вагомий обсяг фінансів в економічних агентів та вкладали їх в довгострокові високодохідні активи, отримуючи при цьому високі прибутки. Але така ситуація була каталізатором підвищеного ризику ліквідності.

Приводом для появи погіршення ліквідності є зменшення кредитоспроможності позичальників внаслідок уповільнення реалізації продукції та зростання витрат вкладників. В таких умовах виникає відтік грошей з банківських рахунків.

Саме знаходження шляхів недопущення кризи ліквідності та укріплення результативності адміністрування ліквідністю в умовах кризових явищ на фінансових ринках пояснює актуальність даного дослідження.

Управління ліквідністю банку – це складний багатогранний процес, який ставить перед собою мету не лише зменшити ризик ліквідності, але здійснити основну діяльність задля отримання прибутку. Питанню управління ліквідністю банку приділяється багато уваги з боку науковців та економістів-практиків.

Ліквідність банку представляє собою можливість банку без затримки та в повністю здійснювати свої зобов'язання та терміново задовільнити будь-який запит клієнтів у грошах в зручний для них час. Ліквідність балансу – залежності деяких статей активів до пасивів балансу банку задля визначення та дотримання нормативних значень. Ліквідність активів – це можливість активів банку сплачувати його зобов'язання або здатність їх перетворювати у високоліквідні активи в необхідний момент часу. Ліквідність пасивів – це пасиви банку, на які не впливають коливання відсоткових ставок на фінансових ринках, тобто пасиви, які весь час перебувають на банківських рахунках або термін погашення яких можна передбачити. Ліквідність банківської системи – це можливість банку здійснювати свої зобов'язання перед міжнародними валютно-фінансовими установами, державою, підприємствами, вкладниками, кредиторами, а також вміння знаходити додаткові фінанси в суб'єктів економічних відносин на зовнішніх та внутрішніх ринках задля надання їх іншим суб'єктам. Банківська ліквідність важливим фактором як для внутрішньобанківського менеджменту, так і для банківської системи країни.

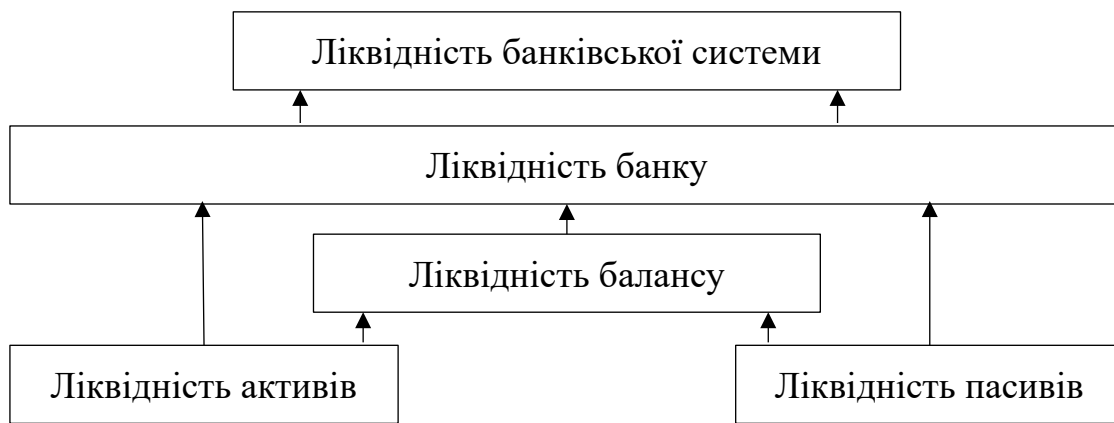


Рис. 1. Взаємозв'язок понять «ліквідність банківської системи», «ліквідність банку», «ліквідність балансу», «ліквідність активів і пасивів»

Серед багатьох завдань управління банками найголовнішим є необхідність забезпечити оптимальний рівень ліквідності. Банк можна вважати ліквідним лише тоді, коли у нього є доступ до фінансових ресурсів, що можна залучити за справедливою ціною, коли вони найбільш необхідні. У 2018 році з'явився коефіцієнт покриття ліквідністю (LCR) – новий норматив ліквідності, що підвищить доступ банків до короткострокових коштів ліквідності. Впродовж 2018 року коефіцієнт вираховувався Приватбанком у тестовому режимі, а в кінці року перейшов у обов'язковий до виконання – мінімальне значення було доведено до 100% вже у грудні 2019 року. Також було затверджено коефіцієнт чистого стабільного фінансування – ще одна методологія розрахунку нового нормативу довгострокової ліквідності (NSFR). Впровадження нормативу здійснено у 2020 році з урахуванням кількісного аналізу впливу. Головною метою NSFR – є зробити пасиви та активи банків збалансованими за строками погашення, стимулювати банки залучати депозити на довгі терміни та зменшувати їх залежність від коротких термінів фінансування.

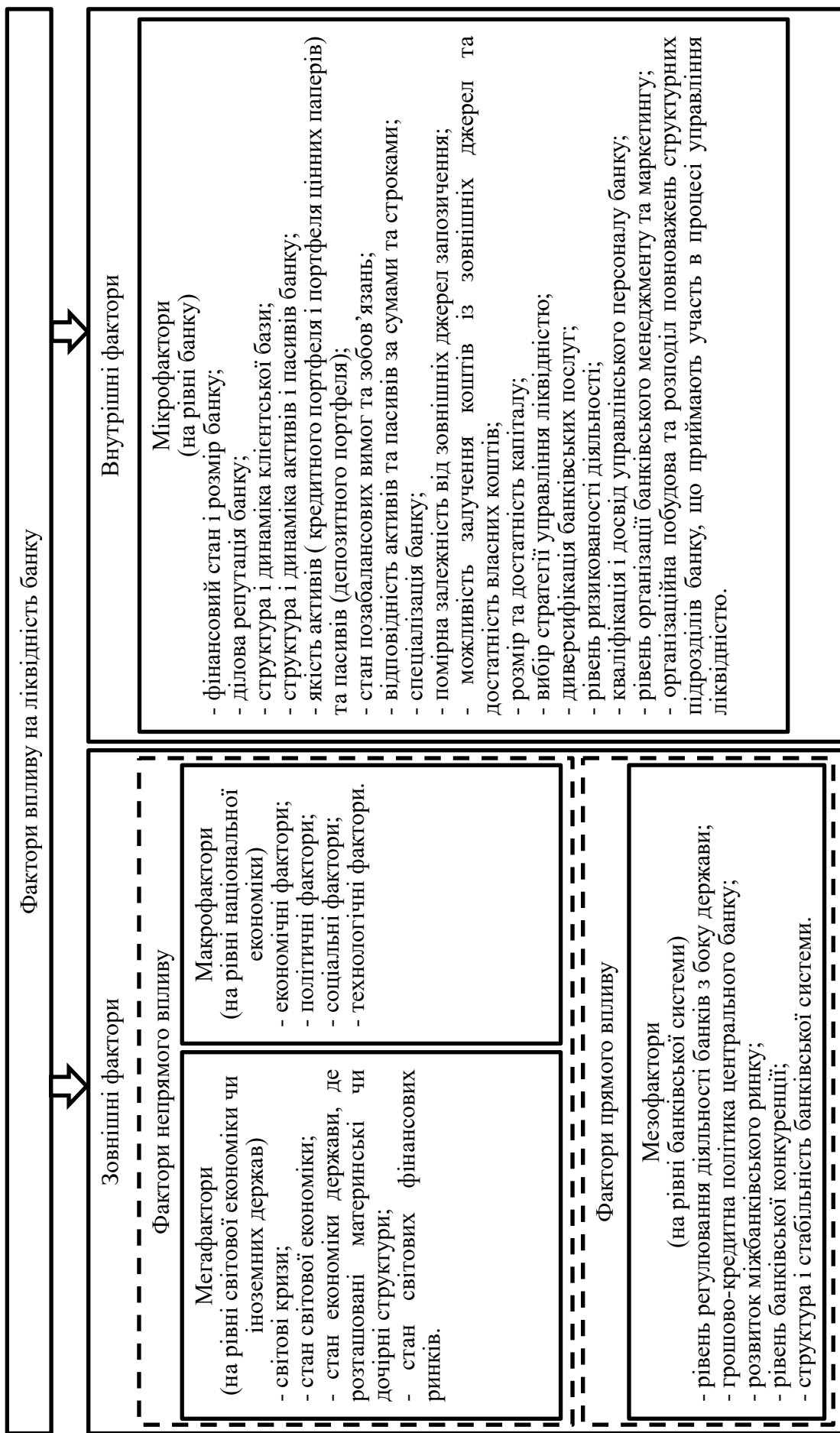


Рис. 2. Класифікація факторів впливу на ліквідність банку

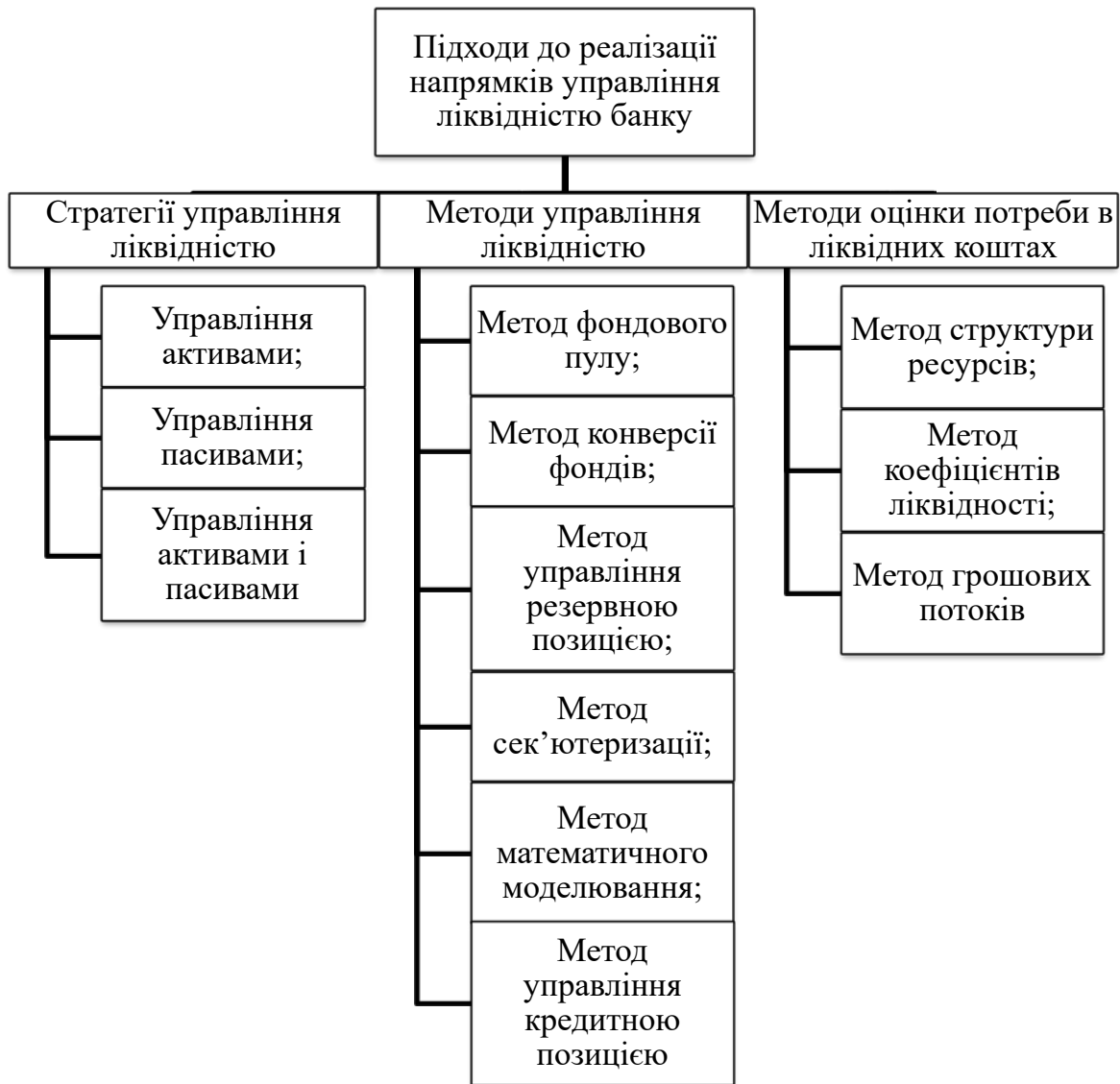


Рис. 3. Підходи до реалізації напрямків управління ліквідністю банку

Для адміністрування ліквідністю в роки кризи створено План першочергових дій при появі кризи ліквідності, в якому наведено список ймовірних причин, що слугують каталізатором кризи, характерні риси кризи, а також необхідні заходи щодо акумуляції та ліквідації кризових проявів. Планом визначені відповідальні за вказані заходи служби та дотримання запланованої взаємодії. ПриватБанком також здійснює стрес-тестування ліквідності за алгоритмами, що розглядають ймовірні несприятливі умови. Завданням ПриватБанку на плановий період згідно з цілями бізнес-

стратегії є успішний результат для показників прибутковості зі збереженням лідерства щодо позицій на українському банківському ринку. Головні пріоритети ПриватБанку на найближчу перспективу: продовжувати накопичувати якісний кредитний портфель зі збільшення кредитів малому та середньому бізнесу; підтримка комфортного та потрібного рівня ресурсної бази при наявній стратегії спаду вартості; перетворення внутрішніх бізнес-процесів, які дають можливість збільшувати результативність бізнесу та якість надання послуг клієнтам; продовжувати удосконалення та покращення регіональної мережі відділень та банківської інфраструктури; розробляти та запускати якісні та інноваційні продукти та сервісів.

Лісовська Анна Сергіївна
здобувачка вищої освіти
Державного податкового університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-26>

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ

Обслуговування державного боргу – це складовий елемент управління. В його основі закладено механізм виплати відсотків, погашення суми державного боргу, забезпечення передумов для зміни умов (строк виплат, сума боргу тощо). На даний процес впливає ряд факторів, які згруповані на рис. 1.

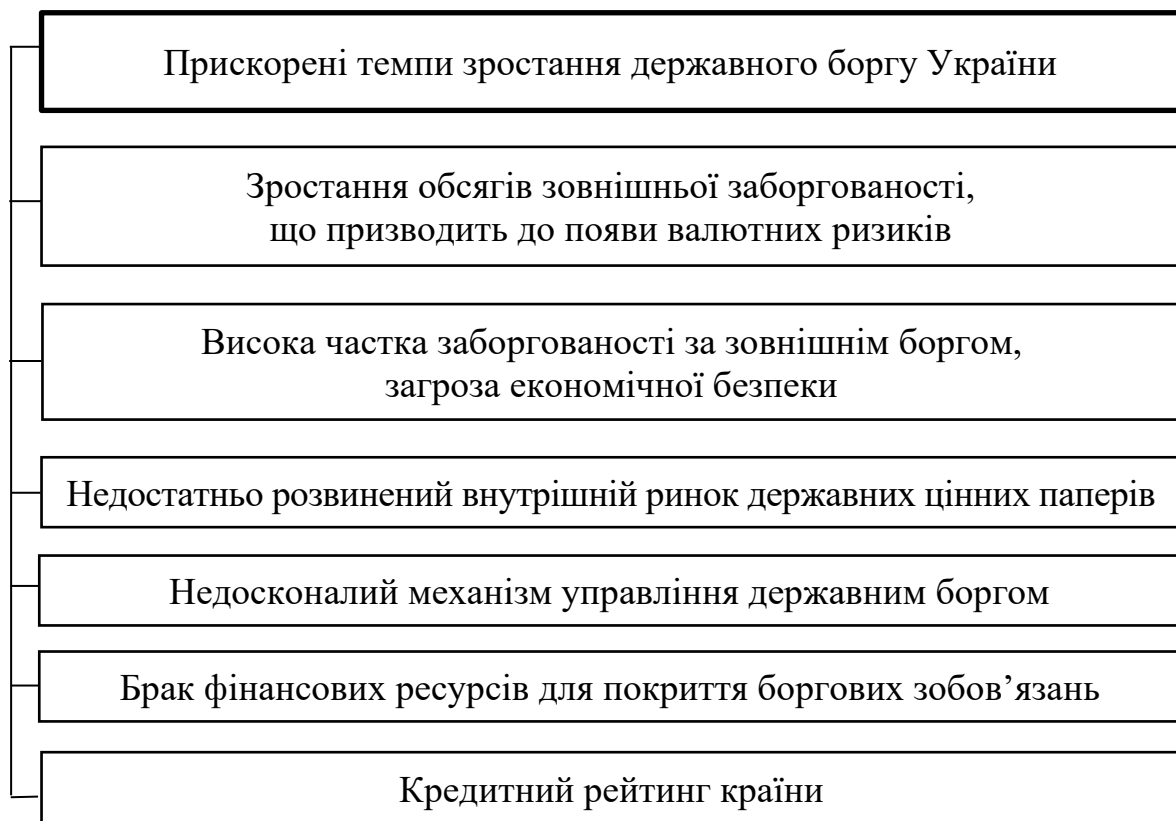


Рис. 1. Проблеми управління та обслуговування державним боргом України

Джерело: складено автором на основі [1–2]

Враховуючи комплексний характер проблем та військові дії на території країни серед переліку стратегій управління та обслуговування варто надати перевагу анти циклічній моделі. Її суть проявляється у мінімізації негативного впливу кризових проявів на національну економіку, державу, органи місцевого самоврядування, підприємницькі структури та домогосподарства. Значна увага в даному контексті приділяється зовнішньому державному боргу, а саме строкам, вартістю та кредиторами [3].

Третяк К.В., Климаш Н.І., Роганова Г.О. у дослідженні проблеми управління та обслуговування державного боргу пропонують кілька варіантів рішень щодо його зменшення та оптимізації процесів обслуговування (див. рис. 2).

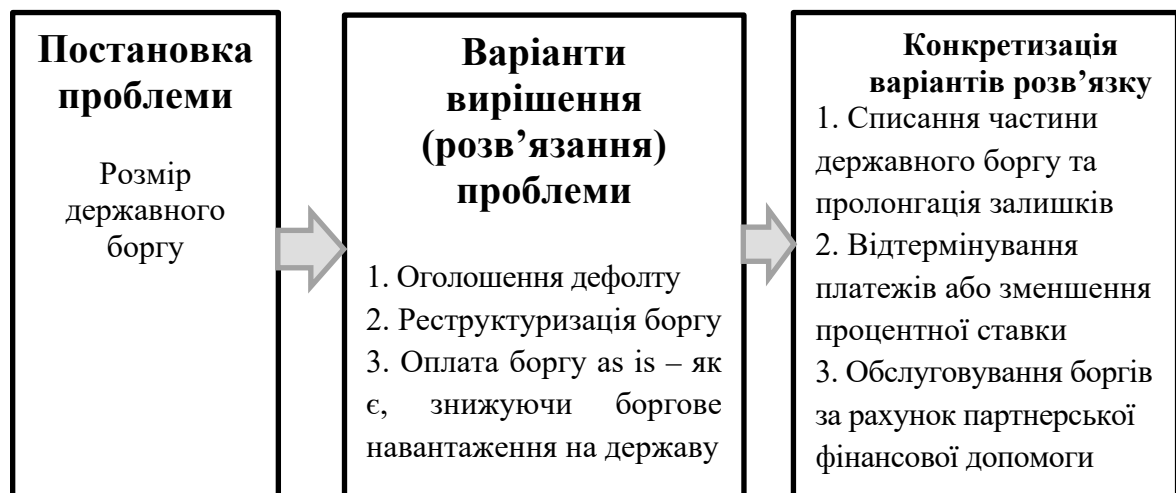


Рис. 2. Варіанти зменшення рівня боргового навантаження України

Джерело: [3]

Для України із запропонованих варіантів найбільш оптимальним є реструктуризація державного боргу. Існує кілька можливих варіантів:

1) продовжити обслуговування державного боргу шляхом покриття витрат за рахунок нових позик, отриманих від країн партнерів. Однак, такий напрямок може негативно вплинути на взаємовідносини з країнами – партнерами та кредитний рейтинг України.

2) Використання світового досвіду реструктуризації боргу на прикладі післявоєнного Іраку у 2003 році. Уряди США та Франції звернулись до Паризького клубу кредиторів з метою скорочення державного боргу Іраку. Цей крок був вкрай важливим в процесі післявоєнного відновлення. Таки досвід для України може бути використаний у разі закінчення війни. Крім того, у порівнянні з Іраком, обсяг державного боргу України на даному етапі є не настільки суттєвим.

3) Практика списання боргу для найбільш уразливих країн «включаючи ініціативи щодо бідних країн, переобтяжених боргом та багатосторонню ініціативу з полегшення тягара заборгованості» [4]. Крім того, на практиці активно використовуються механізми МВФ та Світового банку для підтримки «обтяжених боргами бідних і вразливих країн через Фонд стійкості і сталості». На жаль, в сучасних умовах України не підпадає під жодну з вищезазначених категорій країн. Проте ситуація може змінитись за умови, якщо Україна набуде статусу країни – кандидата в члени ЄС.

4) Реструктуризація боргу за облігаційними позиками із застосуванням знижок до номінальної (поточної) вартості виплат за боргом. Така реструктуризація реалізується згідно плану Брейді, який було ухвалено у 1989 році. Відповідно до цього плану комерційним кредиторам було запропоновано погодитись на зниження боргового тягара в обмін на брейді – облігації (ліквідні та надійні фінансові інструменти). Термін їх погашення становив до 30 років, гарантією виступали безкупонні облігації казначейства США. Таким методом реструктуризації скористались Аргентина, Болгарія, Мексика, Польща, В'єтнам (1990–1999 рр.).

За таким планом Україна може реструктурувати борг за облігаціями, які обертаються на міжнародному ринку капіталу. Обмін можна здійснити на нові цінні папери держави з дисконтом у розмірі 50-60% до номіналу первинних цінних паперів.

5) Використання боргових свопів для фінансування цільових програм (охорона довкілля або підвищення стійкості кліматичних умов). Боргові свопи – це інноваційний інструмент, який

використовується для фінансування та вирішення проблем навколишнього середовища. Практичний досвід використання даного методу мають такі країни, як Ямайка, Гренада, Сейшельські острови тощо.

В кінцевому підсумку варто підсумувати, що для поліпшення ситуації у сфері управління та обслуговування державного боргу необхідно визначити основні положення державної боргової політики, зокрема:

– Забезпечити створення нової боргової стратегії на середньострокову перспективу, в якій чітко передбачені наступні інструменти:

1. Способи зменшення боргового навантаження – реструктуризація, списання, замороження

2. Інструменти оптимізації управління та обслуговування державного боргу з точки зору вартості обслуговування боргових зобов'язань та ризиків, які вони створюють для економіки країни

– Здійснювати координацію фіскальної та монетарної політики з метою дотримання правил платіжної та фіскальної дисциплін, балансу державного бюджету та потенційних розмірів дефіциту бюджету. Крім того, у розрізі бюджетної політики варто акцентувати увагу на переході до середньострокового бюджетного планування з метою забезпечення оптимізації бюджетних відносин.

– Застосовувати ряд заходів, спрямованих на дотримання оптимального співвідношення між обсягом державного боргу та ВВП. Пере усім варто застосовувати засоби, які здатні забезпечити позитивні темпи економічного зростання з метою формування конкурентоспроможної національної економіки. Економічне зростання дозволяє знизити вплив розмірів дефіциту державного бюджету, формуючи при цьому певний обсяг бюджетного надлишку з метою зниження частки боргового тягаря.

– Оптимізація структури державного боргу країни. Даний пункт включає в себе диверсифікацію джерел фінансування для забезпечення оптимальної структури боргу з урахуванням ризиків та витрат на його обслуговування.

– Зміна структури зовнішнього боргу країни з метою зниження обсягів боргових зобов'язань в іноземній валюті. Це призведе до зниження темпів знецінення національної валюти в короткостроковій перспективі.

– Пошук шляхів рефінансування державного боргу. Це можна забезпечити шляхом пере фінансування, списання та пролонгації боргових зобов'язань тощо. Досягнення домовленостей з країнами – партнерами щодо включення України до переліку країн, які можуть пройти процедуру списання заборгованості за ініціативами щодо бідних країн, переобтяжених боргом (HIPC – initiative) та «Багатосторонньої ініціативи з полегшення боргового тягаря» (MDR – initiative).

– Досягнення домовленостей з кредиторами за зовнішнім державним боргом щодо знижок за номінальною сумою боргових зобов'язань або враховуючи дисконтну вартість боргових платежів на даний момент.

– Створити програму реструктуризації запозичень: переглянути умови боргових зобов'язань, строків погашення та відсоткові ставки. З точки зору реструктуризації боргів варто звернути увагу на досвід Польщі у 1990 – х роках. Під наглядом МВФ уряд Польщі здійснив реструктуризацію у два етапи: на першому етапі вдалось списати 80% боргу, другий етап передбачав скорочення боргу на 10% через механізм конверсії боргів у спеціальні фонди [5, с. 73].

– Налагодити можливі ініціативи щодо використання боргових свопів для післявоєнної відбудови країни.

Література:

1. Кудряшов В. Стратегічні засади управління державним боргом. *Економіка України*. 2022. № 9. С. 58–76. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.09.058>
2. Софієнко А.П. Особливості механізму управління та обслуговування зовнішнього державного боргу України. *Економіка та держава*. 2019. № 7. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2019/15.pdf
3. Третяк К.В., Климаш Н.І., Роганова Г.О. Державний борг України: виклики та загрози для економіки. *Бізнес Інформ*. 2022. № 10. С. 152–161.

URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-10_0-pages-152_161.pdf

4. Міжнародний досвід реструктуризації державного боргу у вимірі України. Національний інститут стратегічних досліджень.

URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-07/shemaeva.pdf>

5. Салтикова Г.В., Захаркін О.О., Тарасенко Я.Ю. Раціональна боргова політика в системі забезпечення фінансової політики держави. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2021. № 3. С. 137–144. URL: https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2021/15.pdf

Мамедов Юніс Анар огли

студент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Дорошенко Надія Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-27>

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЄВОСТІ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ

Грошово-кредитна політика в Україні є ключовим механізмом регулювання економічних процесів, спрямованих на досягнення стабільності, сталого росту та забезпечення економічної безпеки країни. В умовах глобальних викликів та внутрішніх економічних труднощів, важливо надавати особливу увагу ефективності інструментарію грошово-кредитної політики.

При аналізі розвитку інструментів грошово-кредитного регулювання нами була виявлена наступна тенденція: поява нових інструментів монетарного регулювання відбувається в кризові ситуації в економіці, а їх вдосконалення в період стабілізації. Тобто, поштовхом або переломним моментом для розвитку чи модернізації інструментів служить погіршення показників економічного зростання в країні.

Слід зазначити, що напрямки оптимізації інструментів грошово-кредитної політики виходять з умов економічного середовища української економіки, а також з основних напрямків грошово-кредитної політики, завдань грошово-кредитного регулювання та визначення оптимального набору застосовуваних інструментів.

На сьогоднішній день фінансова система нашої країни продовжує переживати важке фінансове становище. Це проявляється в розладі економіки, значному зростанні цін, скороченні

виробництва і значному зовнішньому боргу. Удосконалення грошово-кредитної сфери економіки України здійснюється за допомогою спільних дій держави і Національного банку.

Головне завдання грошової-кредитної політики НБУ в грошовій сфері полягає в тому, щоб створити такі умови, при яких на фінансовому ринку постійно існував обсяг грошей і кредитів, необхідний для розвитку економіки, і тим самим забезпечити країну зростаючою кількістю товарів, послуг, робочих місць.

Неможливо запропонувати єдине вірне рішення, яке б поліпшило ситуацію абсолютно і відразу. Для поліпшення стану в Україні необхідний комплекс заходів, який зачіпає всі гілки влади.

Для вдосконалення грошово-кредитної політики необхідно спершу створити базу, на якій будуть ефективно співіснувати запропоновані методи, інструменти. Для створення такої бази в українських реаліях необхідно:

- вдосконалення міцної законодавчої бази, яка передбачатиме реальний захист прав учасників ринку кредитів;
- створення відносно гривні умов для виконання нею усіх функцій грошей в інтересах стабільного соціально-економічного розвитку країни (на першому етапі це використання гривні як регіональної валюти);
- створення сприятливих умов для залучення іноземного капіталу в українську економіку;
- досить добре розвинене інформаційне забезпечення учасників ринку кредитів;
- забезпечення необхідного рівня конкуренції на кредитному ринку;
- формування умов для виходу кредитного ринку України на світовий рівень;
- зменшення доларизації українського грошового обігу;
- впровадження і вдосконалення електронного грошового обігу;
- посилення контролю над законністю готівкового і безготівкового обороту для запобігання можливих протиправних дій.

Важливим критерієм оборотності грошових коштів в готівковій і безготівковій формах є швидкість і ефективність, які залежать від розвитку механізму надання гарантій. В даний час це надання гарантій від держави.

Поліпшення кон'юнктури грошового ринку в Україні призведе до зміцнення національної грошової одиниці і стабілізації грошової системи в цілому, що, в свою чергу, матиме позитивний вплив на весь комплекс економічних процесів в країні.

Перераховані вище заходи до організації кредитного ринку України дозволять розширити можливості його учасників і підтримати функціонування економічної системи держави на світовому рівні.

В рамках політики забезпечення ефективного контролю за діяльністю банківської системи і політики забезпечення надійності і стійкості грошово-кредитної системи слід звернути увагу на інформаційну відкритість грошових властей, банківського сектора, за допомогою регулярних публікацій аналітичних матеріалів.

В даний час, у міру виходу світової економіки з кризи важливо продовжити здійснення монетарної політики для ефективного забезпечення її вкладу в нову якість зростання. Зокрема, пріоритетними напрямками вдосконалення грошово-кредитної політики на найближчу перспективу представляються:

- 1) подальше підвищення гнучкості курсоутворення в рамках режиму прив'язки курсу до кошика іноземних валют;

- 2) підвищення значущості процентного каналу.

Також представляється важливим посилення транспарентності грошово-кредитної політики.

В якості основи курсової політики в найближчі роки найбільш доцільно зберегти механізм прив'язки української гривні до кошика іноземних валют, оскільки відмова від використання обмінного курсу як номінального якоря і перехід до більш гнучкого курсового режиму до досягнення більшої збалансованості зовнішньої торгівлі і забезпечення стійкого припливу іноземних інвестицій може виявитися передчасним. Разом з тим, можливе вдосконалення самого механізму

кошика, наприклад, за рахунок перегляду часток іноземних валют у міру необхідності. Щорічне уточнення центрального значення і ширини коридору коливань вартості кошика також може сприяти підвищенню ефективності курсової політики.

Одночасно було б корисним підвищувати гнучкість зміни курсу всередині діючого коридору коливань для адаптації до таких змін населення і підприємств. Збереженню стійкості діючого курсового режиму сприяло б вжиття додаткових заходів щодо нарощування державних золотовалютних резервів.

Переходу в середньостроковій перспективі до режиму плаваючого обмінного курсу повинна передувати також серйозна організаційна та дослідницька робота.

Для посилення ролі процентної політики повинна проводитися робота щодо подальшого підвищення ефективності системи рефінансування Національного банку.

Перш за все, необхідно вдосконалення механізму зміни процентних ставок за операціями Національного банку та їх впливу на ставку на короткостроковому ринку на наступних принципах:

1. Ставка на ринку міжбанківських кредитів повинна наближатися до рівня ставки рефінансування;

2. Зміна ставок за іншими інструментами Національного банку має бути синхронізована зі зміною ставки рефінансування.

Відступ від даних принципів можуть допускатися тільки у виняткових випадках і носити короткочасний характер.

Крім того, назріла необхідність повернути ставкам кредитного ринку характер дієвого інструменту регулювання вартості запозичення. Високий рівень номінальних і реальних процентних ставок, який діяв під час кризи, зіграв свою позитивну роль, сприяючи стабілізації ситуації на валютному ринку. Однак в сьогоднішній ситуації необхідно їх поступове зниження аж до докризового рівня.

Вищеназвані заходи щодо вдосконалення грошово-кредитної політики доцільно супроводжувати подальшим підвищенням її транспарентності.

Література:

1. Кравчук М.М. Центральний банк як ключовий інструмент монетарної політики. *Економічний аналіз*. 2017. № 26(2). С. 109–113.
2. Шостко Ю.О. Сутність та завдання центрального банку в умовах монетарної політики. *Вісник Черкаського університету. Серія Економічні науки*. 2019. № 1(330). С. 63–68.
3. Максименко О. Функції та роль центрального банку в умовах розвитку національної економіки. *Економіка та держава*. 2018. № 2. С. 82–85.
4. Резніков О. Функції та завдання центральних банків в умовах фінансової глобалізації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2020. № 33. С. 74–78.
5. Дудченко В.Ю. Роль та функції центрального банку у фінансовій системі. *Науковий вісник Полісся*. 2021. № 1(20). С. 60–66.
DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2020-2-1\(20\)-60-66](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2020-2-1(20)-60-66)

Mukoied Oleksandra
Student of Master's Degree
Taras Shevchenko National University of Kyiv

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-28>

INSTRUMENTS OF UKRAINE'S FINANCIAL STABILITY IN WARTIME CONDITIONS

During periods of war, maintaining financial stability becomes crucial for the economy of an engaged country. Currently, the economy of Ukraine, along with its financial system, is undergoing a process of transformation and adjustment in response to the conditions of war. This study examines the financial stability instruments available in Ukraine as of autumn 2023, including monetary and credit policy, tax policy, budget policy, and public debt. It aims to identify the main obstacles and prospects for maintaining economic stability during war, as Ukraine's economy and financial system are undergoing transformation and adjustment.

1. Monetary-credit policy. The National Bank of Ukraine (NBU) is implementing measures to maintain financial stability and regulate the financial sector, even during wartime. In September 2023, inflation dropped significantly to 7.1%, compared to 8.6% in August [1]. Consumer inflation remains below the «pre-war» level for 9 consecutive months, and core inflation also slows down to 8.4% [1]. Inflation is decreasing due to increased agricultural yields, stable exchange rates, and a decrease in wartime infrastructure devastation. However, inflation may increase due to slowed price rise in non-food categories. The NBU predicts inflation to slow down with a forecast to 5.8% for the end of 2023 instead of 10.6%. But at the same time the NBU raised its inflation forecast for 2024 – from 8.5% to 9.8% [1].

In September the NBU *lowered the discount rate from 22% to 20%* [2]. Additionally, the NBU lowered overnight deposit certificates to 16%

and refinancing loans to 22%. The share of term deposit balances of individuals was also reduced. This step encourages banks to compete for deposits and boost economic recovery. Assuming inflation dynamics, the NBU lowers the discount rate to support economic recovery without threatening macro-financial stability. Reduced deposit rates and NBU inflation control are projected to boost the hryvnia's appeal and help move to a flexible rate.

International reserves of Ukraine for September 2023 amounted to 39.7 billion USD. [3], mainly through NBU interventions and reimbursement of public debt. The net sale of the NBU currency amounted to USD 2,691 million, while revenues from international partners increased. The total level of international reserves is enough to finance 5.3 months of future imports. The new *financial sector development strategy* [4] adopted by regulators focuses on macroeconomic and financial stability, financial services modernization and institutional efficiency. The *easing of restrictions on the foreign exchange* market continues [5], aimed at reducing the difference between cash and the official rate, supporting non-cash operations of the population. The work of the educational site «Harazd (url. «well»)» has begun [6]. Ukrainian construction and investment bank declared insolvent, information about which has a limited impact on the stability of the banking sector.

2. Tax and customs policy. Citizens and businesses continue to pay taxes, contributing to Ukraine's economy. State budget general fund received UAH 1130.8 billion in three quarters of 2023. The primary sources of revenue are VAT (336.4 billion UAH), PIT and military tax (109.9 billion), Income tax (101.9 billion), excise tax (69.0 billion), rent (39.4 billion), and customs (19.6 billion). The State Tax Service generated 102.4% revenue and the State Customs Service 97.9%. The state budget received UAH 1655.5 billion in 8 months of 2023, CSC totaled 301.8 billion UAH.

The Ukrainian Verkhovna Rada passed several legislative measures to *simplify military equipment customs declaration* and *minimise double taxation*. In particular, the Armed Forces of Ukraine, EU, and NATO

militaries must now declare military equipment during cross-border movements. After suspending intergovernmental agreements on double taxation with Iran and Syria, Ukraine can avoid replenishing their budgets and maintain tax stability. The ruling also considers the reluctance of Iran and Syria residents operating in Ukraine to pay preferential taxes. Such measures promote financial transparency and fiscal stability.

Among other improvements, the Ministry of Finance and the State Tax Service of Ukraine confirmed technological preparation for the *first international automatic tax information exchanges* using CRS and CbCR standards. The software was created under the EU Programme for the Support of Public Finance Management in Ukraine (EU4PFM), with the first data exchange expected for 2024. This will boost tax control efficiency and Ukraine's international tax credibility.

3. Budget policy. For October 2023, the state budget received UAH 2206.2 billion and spent UAH 3115.9 billion. This state budget deficit was 9027.0 billion UAH [7]. Budget funds were primarily allocated to social benefits, including pensions, protection of citizens who fell into difficult life circumstances due to military actions (including subventions for IDPs under the Emergency Credit Programme), support for low-income families, benefits and housing subsidies, and support for combatant and disabled families [8]. Health care received 93% of the plan, including 90.2 billion UAH (95% of the plan) for medical guarantees [9]. Work continues to strengthen transparency in the budget process, in particular in terms of the publication of budget requests for 2024–2026.

The government has submitted a draft law for changes to the state budget in 2023, aiming to finance the security and defense sector. The increase in revenues and expenditures amounts to UAH 328.51 billion, with UAH 302.64 billion allocated to national security and defense. The changes aim to optimize expenditure implementation under martial law and improve budget program formation methods. Measures are launched to support restoration, infrastructure, emergency events, regional projects, military engineering structures, electricity support, volunteer assistance, and drinking water transportation.

4. Public debt. The Ukrainian Ministry of Finance received over \$30 billion in 2023. The main donors are the European Union, the United States, the IMF, Canada and Japan. Despite Russian aggression, Ukraine maintains debt sustainability by attracting external grants and loans: 1) the 7th tranche of 1.5 billion EUR as part of a large-scale EU macro-financial assistance program; 2) 4.3 billion USD within the World Bank Project «PEACE in Ukraine» for reimbursement of priority expenses; 3) new government bonds issued by the Ministry of Finance in the amount of UAH 3.5 billion at a yield rate of 18.31%, which contributes to the financing of de-occupied territories through the Diia application.

Considerable attention was also paid to the search for *external sources of investment in the post-war restoration* of Ukraine. To this end, the Ministry of Finance signed a number of agreements: Agreement with the BRCE for joint projects in social sectors (healthcare, utilities and education), agreement on the Ukraine Facility program with the Italian government, amendments to the Loan Agreement with the EBRD, Agreement with the World Bank on the Housing Repair for People's Empowerment project (HOPE), «as well as with the European Investment Bank, are focused on the restoration and development of the country.

Conclusions. The Ukrainian economy faces significant challenges due to Russia's military aggression, posing financial security concerns. To ensure stability, a methodical approach is being adopted, aligning financial instruments with contemporary standards. This enhances the financial sector's resilience and promotes efficient economy operation amidst domestic and international issues.

References:

1. National Bank of Ukraine. National Bank comment on the inflation rate in August 2023. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-rivnya-inflyatsiyi-v-serpni-2023-roku>

2. National Bank of Ukraine. The National Bank of Ukraine reduced the discount rate to 20%. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-ukrayini-zniziv-oblikovu-stavku-do-20>

3. National Bank of Ukraine. International reserves amounted to \$39.7 billion. USA at the end of September. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/mijnarodni-rezervi-stanovili-397-mlrd-dol-ssha-za-pidsumkami-veresnya>

4. New Financial Sector Development Strategy: confronting the challenges of war in the financial sector and supporting Ukraine's economic recovery. National Bank of Ukraine. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nova-strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-protistoyannya-viklikam-viyni-u-finansovomu-sektori-ta-pidtrimannya-vidnovlennya-ekonomiki-ukrayini>

5. Restrictions on the sale of non-cash foreign currency to citizens to minimize the multiplicity of exchange rates have been eased. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pomyaksheno-obmejennya-v-chastini-prodaju-bezgotivkovoyi-inozemnoyi-valyuti-gromadyanam-dlya-minimizatsiyi-mnojinosti-obminnih-kursiv>

6. The National Bank has launched a website on financial literacy «OK». Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-zapustiv-sayt-z-finansovoyi-gramotnosti-garazd>

7. In August, the general fund of the state budget received 124.7 billion hryvnias. Available at: https://mof.gov.ua/uk/news/u_serpni_do_zagalnogo_fondu_derzhbiudzhetu_nadiishlo_1247_mlrd_griven-4167

8. Since the beginning of the year, UAH 300.5 billion has been allocated for social payments. Available at: https://mof.gov.ua/uk/news/minfin_z_pochatku_roku_na_sotsviplati_bulo_spriamovano_3005_mlrd_grn-4177

9. Ministry of Finance: For 8 months of 2023, UAH 105.2 billion was allocated for protection. Available at: https://mof.gov.ua/uk/news/minfin_za_8_misiatsiv_2023_roku_na_okhoronu_zdorovia_spriamovano_1052_mlrd_grn-4174

10. Review of financial stability instruments under martial law in Ukraine. Available at: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-instrumentiv-finansovoyi-stiykosti-v-umovakh-voyennoho-stanu-v>

Недопад Григорій Вікторович

*доктор філософії з фінансів, банківської справи та страхування,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Луцького національного технічного університету*

Левитський Вадим Валентинович

*аспірант кафедри фінансів
Національного університету біоресурсів
і природокористування України*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-29>

ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ: РЕГІОНАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ

В умовах необхідності активізації процесів ресурсозбереження та зміцнення енергетичної самодостатності країни та регіонів актуалізується проблема нарощення обсягів фінансово-інвестиційного забезпечення сфери поводження з відходами, щоб мінімізувати негативний вплив різноманітних видів відходів на довкілля та забезпечити утилізацію ресурсних цінностей вторинної сировини. У попередні роки у сфері поводження з відходами не спостерігалася навіть критично необхідна інвестиційна активність суб'єктів вторинного ресурсокористування через відсутність необхідних податкових, кредитних та інших преференцій, що робило не вигідним бізнес пов'язаний з утилізацією промислових та побутових відходів.

У 2015–2020 роках сукупні витрати у поводження з відходами за всіма джерелами фінансування в цілому по Україні щорічно зростали окрім діапазону 2019–2020 років. Зокрема, у 2015 році сукупні витрати у поводження з відходами за всіма джерелами фінансування в цілому по Україні становили 7539,4 млн грн,

у 2016 році – 8928,3 млн грн, у 2017 році – 9979,2 млн грн, у 2018 році – 10012,3 млн грн, у 2019 році – 15981,4 млн грн, у 2020 році – 14097,0 млн грн. У 2020 році порівняно з 2015 роком сума сукупних витрат у поводження з відходами за всіма джерелами фінансування в цілому по Україні виросла на 6557,6 млн грн або на 187,0%. За період 2015-2020 років найбільше значення в динаміці даного показника мало місце у 2019 році (15981,4 млн грн), а найменше – у 2015 році (7539,4 млн грн).

Певними позитивними тенденціями відзначається така складова сукупних витрат у поводження з відходами як запобігання утворенню відходів за допомогою внесення зміни у виробничий процес. У 2015–2020 роках витрати щодо запобігання утворенню відходів за допомогою внесення зміни у виробничий процес зростали, окрім незначного падіння у 2019 році. Зокрема, у 2015 році витрати щодо запобігання утворенню відходів за допомогою внесення зміни у виробничий процес становили 274,3 млн грн, у 2016 році – 326,3 млн грн, у 2017 році – 405,2 млн грн, у 2018 році – 469 млн грн, у 2019 році – 365,2 млн грн, у 2020 році – 460,5 млн грн. У 2020 році порівняно з 2015 роком сума витрат щодо запобігання утворенню відходів за допомогою внесення зміни у виробничий процес виросла на 186,2 млн грн або на 167,9 %.

У короткостроковій перспективі необхідно здійснювати роботу щодо нарощення обсягів фінансово-інвестиційного забезпечення саме цієї складової сфери поводження з відходами, що дасть змогу зменшувати масу утворення відходів безпосередньо у виробничому процесі і поступово скорочувати непродуктивні втрати первинної сировини. Фактично в даному випадку фінансово-інвестиційне забезпечення спрямовується у запобігання утворенню відходів, а не на ліквідацію наслідків надмірного утворення вторинної природної сировини.

У міру поглиблення децентралізації зростає роль місцевої влади в питаннях поводження з відходами. Потрібна трансформація системи відносин територіальних громад із суб'єктами підприємницької діяльності, у тому числі в частині утилізації

відходів. Істотного збільшення обсягів інвестування можна досягти при розширенні переліку угод державно-приватного партнерства в сфері поводження з відходами. Тому прискорення темпів інвестування проєктів у сфері поводження з відходами на рівні регіонів і територіальних громад пов'язане з удосконаленням законодавства про державно-приватне партнерство. У законодавстві відсутня конкретизація можливих форм державно-приватного партнерства з розміщення, утилізації, видалення та спалювання відходів, тобто не визначені різні моделі співробітництва територіальних громад із приватними партнерами (резидентами та/або нерезидентами), які мають у своєму розпорядженні необхідну матеріально-технічну базу та значний досвід ведення підприємницької діяльності в сфері поводження з відходами [1, с. 9].

В умовах воєнного стану одним з основних пріоритетів політики ресурсозбереження та поводження з відходами виступає утилізація вторинної природної сировини задля виробництва різноманітних видів біологічного палива. Значний потенціал в даній царині концентрується у секторі утворення відходів сільськогосподарського виробництва, обсяги котрих зросли в останні роки у зв'язку зі збільшенням посівних площ експортно орієнтованих сільськогосподарських культур. Створення на рівні територіальних громад регіональних систем поводження з відходами сільськогосподарського виробництва дасть змогу підвищити концентрацію даної категорії відходів, що підвищує привабливість їх переробки з метою налагодження виробництва паливних продуктів.

З огляду на це, магістральною ланкою ресурсозбереження у сільському господарстві виступає забезпечення підвищення рівня утилізації відходів підгалузі рослинництва, що, з однієї сторони, підвищить рівень капіталізації аграрного бізнесу в цілому, а з іншої – зміцнить енергетичну самодостатність територіальних утворень, в першу чергу сільських територіальних громад. Прискорення процесів виготовлення на основі утилізації відходів сільськогосподарського виробництва енергетичних продуктів стане можливим за умови диверсифікації джерел фінансово-

інвестиційного забезпечення через створення на базі суб'єктів аграрного бізнесу та органів місцевого самоврядування кластерних утворень, де буде забезпечена консолідація ресурсів комунального та корпоративного секторів, а це дасть змогу придбати необхідне для виробництва біологічного палива обладнання.

Література:

1. Голян В. Інвестиції в переробку відходів: як подолати пасивність влади та бізнесу. *Дзеркало тижня*. 2018. № 13(359). С. 9.

Фрунза Світлана Анатоліївна
доцентка, кандидатка економічних наук,
завідувачка кафедри фінансів та бухгалтерського обліку
Економіко-технологічного інституту імені Роберта Ельворті

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-30>

МЕТОДИКА СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ

Сучасний стан банківської структури характеризується ризиковою складовою фінансового забезпечення на рівні стресової ситуації в Україні. Вплив геополітичного, демографічного та макроекономічного шоку на банківський ринок, визначив стійкість фінансових інститутів в наслідок здійснених реформ та своєчасних антикризових заходів в процесі воєнних дій. Попри зовнішні загрози, банкам вдалося зберегти приплив коштів населення на рахунки та адаптувати операційні процеси до початку активних воєнних дій.

Моніторинг – це один із заходів фінансового менеджменту, для забезпечення оцінки надійності банків – партнерів, проведення аналізу їх рейтингу. Після фінансової кризи (2008–2009 рр.) почали приділяти увагу застосуванню стрес-тестуванню для визначення державного регулятора щодо банківської діяльності. Щорічні стрес-тести – один із інструментів контролю, що забезпечує оцінку їх стійкості в кризових ситуаціях.

Стрес-тестування – це метод оцінки ризику, який полягає у визначенні величини неузгодженої позиції, яка наражає банк на ризик, та у визначенні шокової величини зміни зовнішнього фактору – валютного курсу, процентної ставки тощо. Його мета – прогнозування змін у вартості банківського портфелю або впливу негативних фінансових факторів ризиків на макроекономічному рівні [3].

Аналізуючи розвиток банківського сектора, можемо спостерігати що кількість банківських установ на початку вересня 2023 році визначається в розмірі 65 банків. За 2022 рік скорочення банківських підрозділів відбулось на 20% (з 6685 до 5336). При цьому, внаслідок окупації південно-східних територій країни, закриття цих 1349 відділень перевищує показник 2021 року (в даний рік скоротили 449 підрозділів). Тому, в умовах воєнного часу процес перевірок зі сторони НБУ щодо надійності банків для забезпечення фінансової стабільності бізнесу та не втрати клієнтів – основна задача яку ставить перед собою буд-яка фінансова організація.

Задля своєчасного виявлення проблем в банках експерти Національного банку (Департамент банківського нагляду, незалежні аудитори) проводять стрес-тестування на початку року.

Порядок здійснення стрес-тестування НБУ передбачає такі етапи: перевірка аудиторськими фірмами якості активів банку та прийняття забезпечення за кредитними операціями; екстраполяція результатів першого етапу та оцінка достатності капіталу банку на дату оцінки; оцінка НБУ достатності капіталу за результатами стрес-тестування за базовими та несприятливими прогнозними макроекономічними ситуаціями.

В 2021 році 30 банків, що мають 93% активів банківської системи проходили стрес-тестування НБУ. На весні 2023 року 20 найбільших банківських установ (обсяг чистих активів яких перевищує 90% активів усієї банківської системи): ПриватБанк, Ощадбанк, ПУМБ, Сенс Банк, Укргазбанк, ОТП Банк та ін. Відповідно оцінки НБУ сумарний обсяг активів банків становив 2,6 млрд грн, обсяг коштів фізичних осіб, розміщених у банках, – 911 млрд грн, кредитний портфель – 605 млрд грн. Найбільший прибуток, після оцінювання НБУ, мають: ПриватБанк (16 млрд грн), Ощадбанк (2,1 млрд грн), Райффайзен Банк (2,1 млрд грн). Надходження коштів найбільше було за рахунок відсоткових доходів, близько 66% складає її частка у структурі доходів. Збитковими зазначені 5 банків: Мотор-Банк (-25,4 млн грн),

БТА Банк (-8,1 млн грн), Правекс Банк (-4,8 млн грн), Український банк реконструкції та розвитку (-0,9 млн грн) [2].

За його результатами банкам надається час, щоб усунути слабкі місця, розробити програму до капіталізації. Вони матимуть час аж до квітня 2026 року, для того щоб регулятивний капітал (Н2), та нормативі достатності основного капіталу (Н3) відповідали встановленим законодавствам відповідних нормативів [1].

Особливості стану країни в 2023 році зумовлюють зміну рішень за стрес-тестами залежно від ситуації у сфері безпеки. На самому початку війни банки зіткнулися за такими реаліями:

- скорочення чисельності банків наслідок ліквідації банків, що належали російському уряду;
- більшість банків закрились у тих регіонах, що окуповані і де є ризи вторгнення;
- встановлення лімітів на зняття готівки;
- збільшення розміру заборгованості через неповернення кредитів;
- надходження на рахунки клієнтів зменшуються через зниження ділової активності та зростання безробіття.

Для захисту банківських даних, НБУ дозволив банкам зберігати інформацію в хмарних сховищах, які розташовані в ЄС, Канаді, США.

Базовими факторами ризику в банківській системі на макроекономічному рівні, є: рівень політичної та геополітичної стабільності; стабільність економічної ситуації; стійкість фінансових ринків; зміни процентних ставок; курсові коливання валюти; розвиток міжбанківського ринку.

Макроекономічний прогноз НБУ передбачає такі основні параметри базового сценарію: поступове зростання реального ВВП; інфляція поступово знижується та досягає рівня 6% у 2025 році.

Враховуючи чинники впливу на погіршення капіталу в банках є необхідність в подальшому проведенні стрес-тестування, що передбачає:

- оцінку показників діяльності банків або банківської системи (визначається боргове навантаження та спроможність обслуговувати борг);
- тестування впливу несприятливих подій на ці показники;
- визначення необхідних заходів для підвищення стійкості банків.

Отже, для успішного функціонування банки повинні продовжувати надавати послуги, підтримувати роботу мереж, зберігати операційну ефективність, прибутковість та нарощення капіталу. Крім того, повинен бути лояльний вплив НБУ в діяльності комерційних банках на умовах усунення недоліків ліквідності, кредитування в сучасних макроекономічних умовах. Контроль щодо формування фінансових коштів в банку повинен бути завжди, оптимальним інструментом якого є проведення стрес-тестування.

Література:

1. Вижили та вистояли. НБУ завершив перший етап стрес-тестування банківської системи та готує деякі регуляторні посилення. 2023. URL: <https://mind.ua/publications/20266138-vizhili-ta-vistoyali-nbu-zavershiv> (дата звернення: 03.12.2023).
2. НБУ запускає стрес-тестування 20 банків. Хто потрапить під перевірку: повний список. 2023. URL: <https://mind.ua/publications/20257494-nbu-zapuskae-stres> (дата звернення: 03.12.2023).
3. Про схвалення Методичних рекомендацій щодо порядку проведення стрес-тестування в банках України : Постанова Правління Національного банку України від 06.08.2009 № 460. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0460500-09> (дата звернення: 03.12.2023).

Яструбецька Леся Сергіївна

*доктор економічних наук, професор кафедри фінансів,
грошового обігу і кредиту*

Львівського національного університету імені Івана Франка

Голиш Софія Сергіївна

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Львівського національного університету імені Івана Франка

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-31>

ВИКОРИСТАННЯ КІБЕРАТАК В РОСІЙСЬКІЙ ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

Гібридна агресія росії в Україні набула глибинного і довгострокового характеру, перейшовши у лютому 2022 року в гостру фазу – повномасштабне військове вторгнення. Її наслідки виявляються у масштабних людських, територіальних й економічних втратах. Російський режим використав й продовжує застосовувати в Україні широкий арсенал гібридних засобів – економічних, енергетичних, інформаційних тощо. Промислове шпигунство, корупція, диверсії та провокації, вчинені агресором, спрямовані на порушення безпеки інформаційно-технічної інфраструктури України, дискредитацію державних структур, зниження рівня фінансової безпеки країни.

Дослідженню особливостей гібридних конфліктів присвятили свої праці вітчизняні й іноземні вчені, зокрема такі: О. Базалук, В. Бірчак, В. Горбулін, Р. Додонов, Є. Магда, М. Нікіфоров, С. Рябенко, Р. Бернсбі, Е. Броу, К. Каунерт, Дж.А. Ларсен, Г. Лассвелл, Г. Ласконьяріас, В. Мічлін-Шапір, Е. Фолі та інші. Водночас, гібридні протистояння постійно еволюціонують у формах свого виявлення, особливо це стосується інформаційних інструментів агресії, що найбільше підлягають впливу стрімкого

технологічного розвитку. Відтак, застосування росією гібридних методів в інформаційній сфері, зокрема кіберзлочинів, потребує поглибленого вивчення та аналізу з метою напрацювання засобів протидії.

Впродовж останніх років чимало кібератак було вчинено на інформаційно-технічну інфраструктуру України, web-сторінки банківських установ та підприємств. Водночас перед початком війни рівень кіберзлочинності суттєво зріс, що може свідчити про використання агресором втручання в інформаційний простір держави з метою підготовки до повномасштабного вторгнення. Аналіз кібер-активності росії в Україні в цей період, дав змогу виявити кібер-атаки, які становили найбільшу загрозу:

- кібер-атака, реалізована росією 14 січня 2022 р., внаслідок якої зазнали зловмисного інформаційного втручання близько 70 державних веб-сайтів, серед яких web-сторінки Міністерства оборони України, Міністерства закордонних справ України, Державної служби України з надзвичайних ситуацій тощо;

- кібер-атака, вчинена росією 15-16 лютого 2022 р., що була спрямована на сайти органів державної влади України та банківські установи, серед яких – АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Державний ощадний банк України»;

- кібер-атака, здійснена росією 23 лютого 2022 р., метою якої було дестабілізувати сайти державних установ України та банки, серед яких – сайти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Міністерства закордонних справ України, Служби безпеки України, Міністерства з питань стратегічних галузей промисловості України, Міністерства інфраструктури України, Міністерства аграрної політики України;

- кібер-атака, реалізована росією 24 лютого 2023 року, внаслідок якої зазнав деструктивного впливу сайт Київської ОДА, а також Державною службою спеціального зв'язку та захисту інформації України було виявлено масові e-mail листи з фішинговими посиланнями на приватні адреси українських військових і пов'язаних осіб.

На початку війни росії проти України було виявлено кібер-атаки на системи зв'язку газети «Kyiv Post», супутникову мережу «KA-SAT», урядові веб-сайти, пункт прикордонного контролю з метою перешкоджання виїзду біженців до Румунії, атаки на цифрову інфраструктуру України, що призвело до блокування доступу до фінансових послуг та енергетичних ресурсів. У березні 2022 р. продовжилися кібератаки з використанням шкідливого програмного забезпечення на урядові сайти й web-сторінки фінансових установ, а також на неурядові, благодійні організації, що перешкоджало розповсюдженню необхідних продуктів, медикаментів та інших видів гуманітарної допомоги. Крім того, здійснювалися фішингові атаки на громадян України, державні служби, а також кібер-атаки на постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг, що призводило до порушення функціонування українських мереж.

Кібер-атаки, реалізовані росією в Україні впродовж березня 2022 р., спричинили також отримання несанкціонованого доступу до облікових даних українських громадян та організацій. У квітні 2022 р. російськими хакерами за допомогою троянської програми й шахрайського опитування через сторінки в соціальних мережах було перехоплено конфіденційну інформацію й окремі облікові дані уряду України, банківські та платіжні дані громадян. Також було реалізовано спробу перешкодити роботі електростанцій і припинити постачання електроенергії населенню України [2].

Початок війни в Україні характеризувався також зростанням дезінформаційних потоків в суспільстві, зокрема в березні 2022 року в ефірі одного з українських телеканалів з'явилося неправдиве повідомлення щодо заклику Президента України Володимира Зеленського до капітуляції [2].

Кіберзлочинність завдає вагомих фінансових і репутаційних втрат державі, суб'єктам господарювання та громадянам, суттєво знижуючи рівень їхньої фінансової безпеки. Водночас, кібер-атаки, що використовуються зловмисниками як інструменти гібридної війни, можуть спричинити глобальні наслідки для захисту національних інтересів країн та глобальної безпеки загалом. Відтак,

в цілях протидії російській агресії Україною було реалізовано комплекс заходів разом із урядами інших держав, зокрема 22 лютого 2022 р. до команди швидкого реагування на російські кібер-атаки було залучено 12 експертів з шести країн ЄС (Литва, Естонія, Хорватія, Польща, Нідерланди та Румунія).

Висновки. Спільні дії України й країн-союзниць дадуть змогу сформувати комплексні стратегічні підходи у протидії російській гібридній агресії, створити гнучкі та ефективні механізми реагування на кібер-загрози, що, своєю чергою, забезпечить зміцнення фінансової безпеки держави і суб'єктів підприємництва й підвищить оборонний потенціал у триваючій війні.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України. URL: <https://сір.gov.ua/ua> (дата звернення: 11.10.2023).
2. Пшетачник Я., Тарпова С. Війна Росії проти України: хронологія кібератак. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733549/EPRS_BRI\(2022\)733549_XL.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733549/EPRS_BRI(2022)733549_XL.pdf) (дата звернення: 29.10.2023).
3. Сайти банків та органів влади зазнали масової DDoS-атаки. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 12.11.2023).

НАПРЯМ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

Бардась Артем Володимирович

*доктор економічних наук, професор
Національного технічного університету
«Дніпровська політехніка»*

Бобров Владислав Михайлович

*магістр
Національного технічного університету
«Дніпровська політехніка»*

Щербина Єгор Олександрович

*магістр
Національного технічного університету
«Дніпровська політехніка»*

Трегуб Альона Ігорівна

*магістр
Національного технічного університету
«Дніпровська політехніка»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-32>

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах спостерігається посилення конкуренції на ринку мінеральних добрив України, спричинене формуванням «ринку покупця» та втратою колишніх конкурентних переваг, що забезпечувалися завдяки доступу до природного газу за штучно заниженими цінами, що дозволяло вигравати у конкурентній ціновій боротьбі як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках збуту.

До того ж, процес набуття членства Україною в Європейському Союзі та отриманий статус кандидата на вступ до ЄС стали логічним продовженням укладеної у 2014 році Угоди про асоційоване партнерство між Україною та Європейським Союзом і створення зони вільної торгівлі. Відповідно до досягнутих умов обидві сторони відкривають свої ринки для взаємного доступу товарів та послуг, скасовують чинні системи тарифних та нетарифних обмежень у торгівлі, а Україна гармонізує національне законодавство, державні та галузеві стандарти відповідно до Директив ЄС. Перевагами цього підходу є доступ українських виробників до спільного ринку ємністю у понад 500 млн споживачів з високою платоспроможністю, а ризики полягають у загостренні конкуренції на внутрішньому та світовому ринках, яку витримати можуть лише високоефективні підприємства. Враховуючи специфіку діяльності підприємства, здатність забезпечити відповідність його діяльності цілям сталого розвитку буде залишатися однією з визначальних конкурентних переваг у майбутньому.

Питання організаційно-управлінського забезпечення ефективності підприємства, а також методологічні підходи до підвищення ефективності діяльності широко розглядалися у працях українських дослідників, зокрема таких як В. Швець [1], О. Трифонова [2], Бардась А.В. [3; 4], М. Іванова [4], Т. Гринько [6], М. Бойченко [3; 5], Дудник А.В. [3].

На даний час гостро постала проблема втрати частини ринків збуту української експортної продукції, що пояснюється активними бойовими діями та зусиллями російських агресорів заблокувати доступ до морських шляхів, хоча саме морський транспорт відіграє визначальну роль у міжнародній торгівлі. Це пояснюється як його відносною дешевизною, так і тими значними обсягами, що можуть транспортуватися, а також широкою географією поставок. Втрата портової інфраструктури, високі ризики для цивільного судноплавства, підвищені страхові платежі для операцій з українськими постачальниками, так само як і воєнний стан всередині нашої держави ускладнюють зовнішньоекономічну діяльність

суб'єктів господарювання та безпосередньо позначаються на скороченні надходжень до державної скарбниці. За цих умов важливим стає розробка управлінських заходів, спрямованих на забезпечення доступу до закордонних ринків у середньо- та довгостроковій перспективі з урахуванням тенденцій європейської інтеграції та перспектив входження України до спільного ринку Європейського Союзу.

Серед факторів (чинників), які впливають на ефективність діяльності підприємства варто відзначити можливість доступу до інвестиційних ресурсів, психологічний стан та рівень мотивування персоналу підприємства, диференціацію продукції, державну і соціальну політику, наявність інфраструктури, структурні та динамічні процеси у суспільстві, технологічні інновації. Дослідивши сучасні підходи до формування організаційно-економічного механізму забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства було визначено, що усі існуючі показники оцінюють загальну раціональність діяльності підприємства. Незважаючи на відсутність єдиного та вичерпного переліку показників ефективності діяльності підприємства, найпоширеніші з них базуються на оцінюванні прибутковості (рентабельності) як в цілому підприємства, так і його окремих видів активів. Важливими напрямками обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на забезпечення реалізації виробничого потенціалу підприємства в умовах воєнного стану та підвищення ефективності діяльності є забезпечення надійних шляхів доступу до зовнішніх ринків, розроблення заходів зі стимулювання попиту на продукцію та мотивування власних працівників, підвищення надійності функціонування виробничої системи. Саме перелічені сфери належать до найбільш ризикованими, вимагають інвестування у виробничі та енергетичні потужності, модифікації управлінських підходів до збутової діяльності та застосовувати стимулюючі системи знижок, розробляти альтернативні логістичні маршрути як всередині країни, так і за її межами, пропонувати нові види продукції та здійснювати пошук нових ринків.

Література:

1. Швець В.Я., Грекова В.А. До питання оцінки економічної ефективності оновлення основних фондів. *Ефективна економіка*. 2012. № 11.
2. Трифонова О.В. Економічні основи управління організацією : навч. посіб. Дніпро : НТУ «ДП», 2018. 171 с.
3. Бардась А.В., Бойченко М.В., Дудник А.В., Богач К.С., Казимиренко О.В. Тенденції управління ланцюгами постачань в умовах глобалізації. *Економічний простір*. 2017. № 121. С. 144–167.
4. Іванова М.І., Швець В.Я., Саннікова С.Ф., Варяниченко О.В., Бардась А.В. Соціальна відповідальність як ключова компетенція забезпечення сталого розвитку підприємств. *Бізнес-інформ*. 2023. № 3. С. 177–186.
5. Бойченко М.В. Переваги галузевих кластерів для старопромислових регіонів. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 2 (39). С. 46–49.
6. Гринько Т.В., Дудніченко А.В. Проблеми забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства. *Економічний простір*. 2019. № (142). С. 149–160.

Бездітко Олена Євгенівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Поліського національного університету*

Зінчук Анастасія Олександрівна
*магістрантка
Поліського національного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-33>

УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ

Управління кадровою політикою є однією з ключових складових успішної діяльності будь-якого підприємства. Це комплексний процес, спрямований на організацію, розвиток та збереження людських ресурсів підприємства з метою досягнення стратегічних цілей компанії. Ефективне управління кадровими ресурсами визначає успіх бізнесу, його конкурентоспроможність та здатність адаптуватися до змін у сучасному світі.

Кадрова політика представляє собою важливу складову стратегічного розвитку підприємства і має повністю відповідати основним принципам її зростання. Ця політика тісно взаємопов'язана з усіма аспектами господарської стратегії підприємства. Також кадрова політика визначає ключові напрями та методи управління персоналом для досягнення місії підприємства та втілення стратегічних цілей, оголошених керівництвом. Успішне впровадження цієї політики залежить від визнання на всіх рівнях управління економічної важливості кожного працівника як невід'ємної частини стратегічного та тактичного потенціалу підприємства.

Ефективне управління кадровою політикою полягає у засвоєнні необхідних знань та навичок з організаційних методів, технологій і

інструментів, спрямованих на керування персоналом підприємства. Необхідною умовою для успішного формування та підтримки кадрового складу на всіх рівнях управління і в усіх підрозділах підприємства є розробка та впровадження ефективної стратегії управління кадровим потенціалом.

Ключові аспекти кадрової політики об'єднують п'ять важливих напрямів, які спрямовані на досягнення мети підприємства та втілення його місії в управлінні персоналом:

- 1) підвищення продуктивності на всіх рівнях діяльності;
- 2) оптимізація та стабілізація кадрового складу підприємства для максимального використання їх потенціалу;
- 3) створення та розвиток системи навчання та розвитку персоналу;
- 4) стимулювання високого рівня лояльності серед співробітників;
- 5) формування та підтримка корпоративної культури підприємства [1].

Основна мета кадрової політики підприємства полягає у підвищенні ефективності управління персоналом через створення ефективної системи управління співробітниками. Ця система спрямована на досягнення максимального фінансового результату та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Вона ґрунтується на економічних стимулах і соціальних гарантіях, сприяючи гармонійному злагодженню інтересів як працівників, так і роботодавця.

Управління кадровою політикою охоплює різноманітні аспекти, спрямовані на оптимізацію роботи з персоналом підприємства. Деякі з основних аспектів управління кадровою політикою включають: рекрутинг та відбір кадрів (ефективний пошук та відбір найкращих кандидатів є важливим етапом у створенні сильної команди); навчання та розвиток (постійне навчання працівників допомагає підвищити їхню кваліфікацію та адаптивність до змін); мотивація та стимулювання (створення системи мотивації, яка враховує як матеріальні, так і нематеріальні потреби працівників, сприяє підвищенню продуктивності та збереженню талановитого

персоналу); оцінка та управління продуктивністю (постійна оцінка роботи працівників та впровадження програм збереження ключових кадрів є важливою складовою утримання талановитого персоналу). Це складний процес, який вимагає постійного вдосконалення та адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Забезпечення гармонійних відносин між співробітниками та підтриманням їхньої ефективності є важливою складовою успішної кадрової політики, що впливає на загальний успіх підприємства [2, с. 15].

Кадрова політика підприємства формується під впливом різноманітних факторів, які визначають стратегію та підходи до управління персоналом. Основні чинники, що впливають на кадрову політику підприємства, включають: напрямки, елементи, цілі та принципи кадрової політики (рис. 1).

Таким чином, управління кадровою політикою – це комплекс стратегій, методів та процедур, спрямованих на організацію та вдосконалення всіх аспектів роботи з персоналом в організації. Це включає в себе розробку та впровадження стратегій найму, навчання, розвитку, мотивації працівників, оцінки їхньої продуктивності, а також розробку політик щодо компенсації та соціальних пакетів для працівників. Головна мета управління кадровою політикою полягає в забезпеченні оптимального використання та розвитку потенціалу персоналу для досягнення стратегічних цілей організації.

Ефективна кадрова політика повинна включати такі основні аспекти, як: стратегічна орієнтованість, гнучкість, економічна обґрунтованість, індивідуальний підхід до працівників, принципи справедливості та рівності, оптимальний баланс процесів управління персоналом, механізми реалізації.

Кадрова політика є основним інструментом для управління людськими ресурсами в організації та спрямована на створення оптимальних умов для працівників та досягнення стратегічних цілей підприємства.



Рис. 1. Чинники, які визначають кадрову політику підприємства

Джерело: власні дослідження

Необхідність нових підходів у кадровій політиці обумовлена сучасними змінами у бізнес-середовищі та ринку праці. Деякі з ключових аспектів, які підкреслюють необхідність інноваційних підходів у кадровій політиці, включають (рис. 2) гнучкість та адаптивність, цифровізація та технологічний процес, розвиток компетенцій та навичок, робота з різноманітністю та інклюзивність, збалансованість між роботою та життям.

Ринок праці постійно змінюється, технології розвиваються швидко, і потреби підприємства постійно змінюються. Кадрова політика повинна бути гнучкою і здатною адаптуватися до цих змін, щоб відповідати новим вимогам. Використання технологій у кадровій сфері, таких як штучний інтелект, аналітика даних та автоматизація процесів, дозволяє ефективніше управляти

персоналом, забезпечуючи точність, швидкість та зниження людського втручання у багатьох аспектах управління.

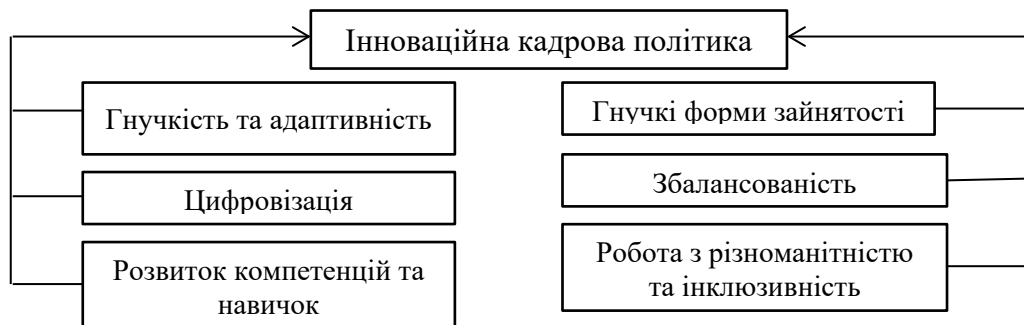


Рис. 2. Інноваційні підходи у кадрові політиці підприємства

Джерело: власні дослідження

Зміни в технологіях та робочих методах вимагають постійного оновлення навичок персоналу. Нові підходи в управлінні кадрами повинні акцентувати на навчанні, розвитку та стимулюванні співробітників для удосконалення їхніх компетенцій. Забезпечення рівної можливості для всіх працівників та створення робочого середовища, яке забезпечує різноманіття, є важливим аспектом сучасної кадрової політики.

Введення альтернативних форм зайнятості, таких як дистанційна робота, гнучкий графік та фріланс, вимагає нових підходів у веденні кадрової політики для ефективного управління цими формами праці. Забезпечення балансу між робочим та особистим життям сприяє підвищенню задоволеності працівників і їхній продуктивності.

Отже, нові підходи в управлінні кадрами враховують ці фактори та спрямовані на створення більш ефективної, гнучкої та сприятливої робочої атмосфери для співробітників у відповідь на виклики і зміни сучасного бізнесу.

Література:

1. Борщ В.І., Белякова В.В. Формування і реалізація кадрової політики на підприємствах України. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика*

управління. 2017. Вип. 3(37). URL: <https://rinek.onu.edu.ua/article/download/123714/118323>

2. Острянина С.В. Основні принципи кадрової політики : формування і реалізація на підприємствах України. *Сучасна економіка: актуальні питання, досягнення та інновації*. 2016. № 44. С. 12–17.

3. Прохоровська С.А. Компетентісний підхід в управлінні персоналом. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. Тернопіль : Економічна думка, 2018. С. 86–90.

Воронов Максим Сергійович

директор

ТОВ «Модульні системи»

Воронов Дмитро Сергійович

директор

ТОВ «Білдинг М ЕНД Д»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-34>

ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

Ефективний менеджмент в сучасних умовах стає невід'ємною складовою інноваційного розвитку підприємств. Швидкі зміни в технологічних можливостях, постійне зростання конкуренції та коливання у споживацьких уподобаннях ставлять підприємства перед завданням не тільки забезпечити стійкість у виробництві, а й постійно знаходити нові можливості для розвитку. Інновації в сучасному бізнесі вимагають гнучкості та швидкого реагування. Ефективний менеджмент стає ключовим фактором, оскільки він визначає напрямок розвитку, а також здатність підприємства адаптуватися до змін.

Війна в Україні відчутно вплинула на інноваційний розвиток підприємств. Конфлікт та нестабільність спричинили ряд викликів та обмежень, що суттєво ускладнили умови для розвитку та впровадження інновацій. По-перше, війна змінила пріоритети: більшість ресурсів, які раніше витрачалися на дослідження та розвиток нових технологій, тепер спрямовані на вирішення нагальних питань безпеки, що зменшило фінансування та увагу до інноваційних проектів. По-друге, напочатку війни були порушені ланцюги постачань, що спричинило перешкоди для інтеграції новітніх технологій у виробництво та обмежило можливості отримання обладнання, компонентів та технологічних рішень зі

світового ринку, ускладнило впровадження інновацій. Позитивним є те, що наразі цей фактор вже не спричиняє суттєвого негативного впливу. По-третє, внаслідок війни відбулася часткова втрата фахівців. Війна змусила багатьох кваліфікованих працівників захищати батьківщину або шукати безпечніші умови життя й роботи за межами країни, що призвело до обмеження доступу до висококваліфікованої робочої сили для інноваційних проектів.

Зважаючи на ці фактори, інноваційний розвиток підприємств в Україні став вимушено обмеженим та ускладненим. Однак, деякі компанії залишаються активними в інтеграції нових технологій, шукаючи внутрішні рішення та адаптуючись до складних умов. Незважаючи на виклики, багато підприємств виявили ресурси та винахідливість, шукаючи можливості для розвитку в умовах воєнного стану. Використання власних ресурсів, пошук альтернативних джерел фінансування та прихованих можливостей стали ключовими стратегіями для тих, хто прагне продовжувати інноваційний розвиток навіть у складний період війни в Україні. Завдяки ефективному менеджменту деякі підприємства в Україні не лише не погіршили стан власної інноваційної діяльності, але й розширили сферу її впливу.

Наприклад, лідер у сфері доставки в Україні – компанія «Nova Poshta» – впровадила інноваційні підходи у логістиці, використанні технологій та пакуванні з метою поліпшення сервісу. У 2023 році компанія розширила своє діяльність на європейський ринок, відкривши свої відділення у більшості країнах Балтії, Польщі, Німеччині, Італії тощо.

Одним з вражаючих прикладів ефективного управління інноваційним розвитком є компанія «Lanet Network Ltd.», що активно впроваджувала передові технології у сфері інтернет-зв'язку. Завдяки розробці новаторських програмних продуктів та вдосконаленню сервісів, «Lanet Network Ltd.» досягла значного зростання клієнтської бази та позиціонується як лідер на внутрішньому ринку інформаційних технологій.

Ще одна відома IT-компанія SoftServe активно розвивала та впроваджувала передові технології в області програмного

забезпечення. У 2023 році компанія вдосконалила інноваційні рішення в галузі штучного інтелекту, обробки даних та розробки програм. А компанія Raccoon.World, що спеціалізується на виробництві робототехніки та навчальних іграх для дітей, у 2023 році розширила асортимент продукції та покращила інноваційні технології запобіжний захід для навчання, чим підтримала набуття знань дітьми і молоддю в умовах війни.

Ще одним прикладом є підприємство «EcoTech Solutions», яке активно працює над розвитком екологічно чистих технологій у виробництві та енергетиці (сонячні та вітрові генератори). Ця компанія у 2023 році успішно впроваджувала проекти з використання відновлюваних джерел енергії, екологічно чистих матеріалів та зменшення викидів, спрямовуючи свою діяльність на створення сталого виробництва.

Крім зазначених вище компаній є велика кількість інноваційних розробників та виробництв у сфері оборони. Майже кожного місяця 2023 року з'являлася інформація по розробку українських безпілотників та дронів, удосконалення військової техніки та зброї. Але це вимушена об'єктивна міра, викликана війною з РФ. Деякі технологічні стартапи активно розвивають проекти, спрямовані на підтримку військових та медичних потреб. Винайдення нових способів комунікації, обміну інформацією та захисту даних стають надзвичайно важливими в умовах військових загроз. Це дозволяє створювати інноваційні рішення, що полегшують взаємодію та допомагають захищати інформацію.

Більшість підприємств також використовують інноваційні підходи для оптимізації процесів та виробництва, що дозволяє збільшувати продуктивність та знижувати витрати. Впровадження автоматизації, розробка нових методів управління та виробництва, а також використання передових технологій допомагають компаніям підтримувати ефективність у важливий для них період.

Отже, незважаючи на суттєві економічні проблеми в Україні, викликані війною можна бачити, що частина підприємств, які здійснювали інноваційну діяльність, адаптувалися, а деякі

продовжили активний інноваційний розвиток і навіть вийшли на новий прогресивний рівень. Можна говорити, що війна для великої частини українських компаній не стала завадою у реалізації інноваційних ідей. Деякі підприємства перестроюють свою діяльність, звертаючи увагу на створення технологій для вирішення актуальних проблем, таких як безпека, медицина, енергетика, підтримка життєдіяльності населення та інших.

Менеджмент повинен стимулювати інноваційну активність всередині підприємства, створюючи сприятливу атмосферу для розвитку інноваційних ідей. Це включає в себе сприяння внутрішній комунікації, створення механізмів для залучення співробітників до процесу впровадження новацій та стимулювання творчого підходу до розв'язання проблем. Крім того, ефективний менеджмент забезпечує оптимальне використання ресурсів, включаючи людський капітал, фінансові можливості та технологічні інновації. Це означає впровадження ефективних стратегій управління, які спрямовані на підвищення продуктивності та зниження витрат, щоб виділити ресурси на нові ідеї та розвиток. Партнерство та співпраця з іншими підприємствами, науково-дослідними установами та стартап-організаціями також є важливими чинниками успішного інноваційного розвитку. Обмін знаннями, досвідом, інформацією та ресурсами дозволяє створювати систему спільної взаємодії для розвитку нових ідей та їх впровадження. Не менш важливим є постійний аналіз, контроль та моніторинг ефективності інноваційного розвитку підприємства. Постійне вдосконалення, аналіз результатів і корекція стратегій дозволяють підприємствам підтримувати свою конкурентоспроможність та відповідати вимогам ринку.

Отже, ефективний менеджмент є важливим чинником інноваційного розвитку підприємства особливо в умовах війни. Він визначає стратегію та політику інноваційного розвитку, здатність підприємства адаптуватися до змін, впроваджувати та підтримувати інновації в умовах постійних змін і турбулентності на ринку.

Данилевич Наталія Михайлівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту

Львівського національного університету імені Івана Франка

Чемерис Мирослав Богданович

студент магістратури

Львівського національного університету імені Івана Франка

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-35>

ФОРМУВАННЯ ЗМІН У НОВІЙ ПАРАДИГМІ ЛІДЕРСТВА

Завдання лідера – оживити, переосмислити і трансформувати систему. На менеджерів покладається важлива, відповідальна і престижна роль – забезпечувати стабільність системи, її здатність виконувати певні завдання і підтримувати неревольюційні типи розвитку» [1].

Справжні лідери вміють ділитися, дарувати і служити. Розуміючи і приймаючи інших, вони можуть пропонувати рішення, давати напрямок і ділитися своєю творчою енергією. Лідер – це потужний суб'єкт, який відкритий і здатний працювати в команді і з командою. У той час як «жертви» діють за принципом «для себе», лідери діють за принципом «для інших».

Ми повертаємося до того, що лідерство має емоційну основу. Це вірний крок до розвитку самосвідомості лідера та його унікальних емоційних компетенцій [2].

Емоційна компетентність лідерів передбачає наявність особистих (управління собою) та соціальних (міжособистісних) навичок (управління відносинами з іншими). Навички, якими повинні володіти лідери, наступним чином: усвідомлення власних емоцій, точна оцінка власних сил і здібностей, впевненість у власних силах і самооцінка, емоційний контроль, чесність і надійність, гнучкість, воля до перемоги, активність і оптимізм.

Ми хотіли б підкреслити, що для лідерів дуже важливо контролювати власні емоції (часто негативні) та бути оптимістами (особливо у складних ситуаціях). Ці особистісні навички дозволяють лідерам створювати і підтримувати позитивне робоче середовище та зберігати організаційну цілісність [3; 4].

У сучасних умовах лідер – це людина, яка може встановлювати «правила гри» та відповідає за природний баланс і розвиток певної соціальної системи. Враховуючи, що всі бізнес-структури та організації є відкритими системами, лідери впливають на системи за допомогою ідей.

Лідерство відоме своїми парадоксами. Це дуже широке контекстуальне явище з багатьма вимірами. Тому лідери мають системне мислення і впливають на систему через конкретні ідеї.

Іншими словами, системний лідер набагато сильніший за харизматичного. Він самодостатній і не залежить від зміни «правил гри» у зовнішньому середовищі.

Він має «внутрішню систему координат». За словами Олександра Саврука, системний лідер – це такий собі «неваляшка». Якщо він падає разом з іншими 100 разів, тільки він може піднятися, тоді як інші не можуть піднятися на 101-й раз. Оскільки точка опори внутрішня, він не прив'язаний жорстко до зовнішніх структур, а може виходити за їх межі. Така людина має власні правила і нав'язує їх світу [5].

На думку Олександра Саврука, ректора Києво-Могилянської бізнес-школи, ще однією ознакою системного лідера є те, «що він здатен розуміти і балансувати себе в більш широких рамках».

Таких людей дуже мало, і практика показує, що не кожен може бути системним лідером. Втім, не всім ця здатність потрібна. Можна бути корисним суспільству і без цієї здатності. Водночас потрібно визнати, що якщо людина має унікальні якості, щоб бути таким системним і трансформаційним лідером (або лідером служіння), то ці якості потрібно розвивати. Ця компетенція має бути реалізована [5].

Автор О. Саврук у своїй праці «Точка неповернення» [6] дає пояснення щодо природи лідерства: «Природа лідерства змінилася.

Наш характер, наша здатність діяти, розуміти та думати є найважливішим активом компанії порівняно з традиційними фізичними активами. Сучасний підприємець повинен «защити» в ДНК компанії здатність процвітати в будь-який неспокійний час».

Антоніо Менегетті стверджує, що «лідер – це функція соціального контексту, людина, яка сприяє розвитку інших, реалізуючи власні інтереси» [7].

Повертаючись до наукового доробку практиків системного лідерства, цю методологію називають теорією Херсі-Бланшара (засновники – Пол Херсі та Кен Бланшар), формалізованою у 70-х роках минулого століття [8].

Модель ситуаційного лідерства відрізняється від класичної теорії лідерства, яка доводить, що стиль керівництва власників не змінюється. Для нас певний стиль керівництва, наприклад, авторитаризм чи демократія, є застиглою «маскою», яку самі люди не можуть змінити.

Однак, прихильники ситуативного лідерства стверджують, що стилі лідерства можна і потрібно модифікувати. Лідери можуть використовувати будь-який стиль взаємодії залежно від людини, з якою вони мають справу, особливо якщо їм потрібно навчити, допомогти і підтримати цю людину.

Таким чином, існує чотири стилі управління: авторитарний, наставництво, демократичний, делегування. Різниця між ними полягає лише в ступені деталізації та емоцій, які менеджери відчують по відношенню до своїх підлеглих.

Лідери – це людина, за якою йдуть туди, куди ми не пішли б з власної волі. Лідери генерують і втілюють ідеї для нових парадигм.

Грецьке слово «парадигма» означає приклад, модель або зразок. За словами Джоела Баркера, парадигма – це набір норм і правил (письмових чи усних), які виконують дві функції:

- 1) встановити межі;
- 2) навчити людей, як поводитися в цих межах, щоб досягти успіху.

Він стверджує, що «наукові категорії та відповідна їм номенклатура відображають парадигмальні смисли в розвитку науки»: теорія, модель, методологія, принцип, критерій, процедура, режим, передумова, конвенція, структура, звичка, здоровий глузд, загальна точка зору, ідея, цінності, система поглядів, традиція, звичай, марновірство, ідеологія, заборонені теми, забобони, ритуали, одержимість, шкідливі звички, догми і догмати. Це дозволило автору побудувати ієрархічну структуру парадигм, на вершині якої знаходиться наука і техніка. Водночас «концепція парадигми вчить толерантності до нових ідей, до тих, хто їх презентує, і до всіх, чий світогляд відрізняється від нашого» [9, с. 33–34, 164; 10, с. 8].

Різниця між лідером і менеджером полягає в тому, що менеджер керує в межах однієї парадигми, тоді як лідер веде від однієї парадигми до іншої.

Отже, порівнюючи системних лідерів та організаційних менеджерів, формуючи уявлення про природу їхніх цінностей, можна сказати, що для них характерні різні способи мислення про управління в компанії та власний концептуальний підхід до системи управління та процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві. Однак між цими особистостями існує причинно-наслідковий зв'язок, який об'єднує їх у досягненні цілей компанії та формуванні культури (і етики) її взаємовідносин з колегами та діловими партнерами. Відмінності між ними можуть виражатися у відмінностях їхніх компетентнісних підходів та здатності змінювати правила гри в умовах трансформаційних змін у системі управління компанією та економічних процесах і видах діяльності.

Література:

1. Саврук О. Завдання лідера провокувати систему, переосмислювати, трансформувати її. URL: <http://www.management.com.ua/interview/int602.html>
2. Саврук О. Що об'єднує лідерів. URL: <http://innovations.com.ua/ua/blogs/mark/18357/oleksandr-savruksho-ob-jednuje-lideriv>
3. Маккі Е., Бояцис Р., Гоулман Д. Емоційне лідерство: Мистецтво управління людьми на основі емоційного інтелекту / переклад з англ. О. Лисицина. 2018. 301 с.

4. Мальцев Е. Емоційне лідерство. URL: <http://innovations.com.ua/ua/books/finance/18475/emocijne-liderstvo>
5. Саврук О.Й. Олександр Саврук про системне лідерство. URL: <http://innovations.com.ua/ua/blogs/op-manage/19328/oleksandr-savruk-pro-sistemne-liderstvo>
6. Саврук О. Точка неповернення. URL: <http://innovations.com.ua/ua/blogs/mark/18258/oleksandr-savruktochka-nerovernennya>
7. Менегетті А. Психологія лідера / переклад з італійської. 2010. 336 с.
8. Ситуаційне лідерство: модель Херсі-Бланшара. URL: <https://joffer.com.ua/model-situacijnogoliderstva-hersi-blanshara>
9. Баркер Дж. Парадигми мислення: як побачити нове і досягти успіху в мінливому світі / пер. з англ. 2007. 187 с.
10. Вознюк О.В. Нова парадигма моделювання та розвитку історико-педагогічного процесу : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2014. 550 с.
11. OPEN: інтелект-проект Києво-Могилянської бізнес-школи. URL: <http://innovations.com.ua/ua/index>
12. Компанія «Trainings For Business» (Тренінги для бізнесу). Менеджмент і лідерство. Системне лідерство. URL: <http://tfbiz.com.ua/treningi-dlya-biznesa/menedzhment-i-liderstvo/sistemnoe-liderstvo>
13. Сірко А.В. Реалії цифрової економіки: нові можливості та виклики для суспільства і держави. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8337> DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.15>

Романашенко Ірина Олександрівна

*асистент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Державного біотехнологічного університету*

Гіржева Ольга Миколаївна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Державного біотехнологічного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-36>

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ

В умовах сучасного соціально-економічного розвитку важливу роль має саме інформаційне забезпечення, на основі якого приймаються обґрунтовані управлінські рішення. Прийняття будь-якого рішення вимагає оперативної обробки значних масивів інформації; компетентність керівника вже залежить не стільки від досвіду, отриманого в минулому, скільки від володіння достатньою кількістю актуальної для даної ситуації інформації та вміння зробити корисні висновки.

Саме тому вивчення інформаційного менеджменту та його особливостей в Україні є досить актуальним.

Метою роботи є розкриття поняття «інформаційний менеджмент» та розглянути його особливості в Україні.

Тенденції розвитку сучасної світової економіки ХХІ ст. призвели до так званого віку знань, в якому інформація виступає в ролі окремого ключового ресурсу виробництва. Водночас не слід забувати, що якість та ефективність управління компанією багато в чому залежать саме від інформаційного забезпечення менеджменту на всіх рівнях. Вищенаведені причини призвели до різкого зростання залежності результатів діяльності організації від інформаційної системи [1].

У науці про управління, на жаль, поки що не існує однозначного розуміння такого поняття, як «інформаційний менеджмент». Хоча останнім часом і говорять про те, що інформаційний менеджмент все частіше розглядається як самостійна галузь управління, нарівні з фінансовим, операційним, стратегічним, інноваційним або менеджментом персоналу. Проте стверджувати про сформованість концепції інформаційного менеджменту як самостійного наукового напрямку в теорії менеджменту ще зарано. Існує велика розбіжність щодо змістовного наповнення поняття «інформаційний менеджмент» серед фахівців різних країн і різного наукового спрямування.

Матвієнко О. в своїй праці пояснював поняття «інформаційний менеджмент» як широкий спектр видів діяльності, пов'язаних з інформаційними ресурсами, управлінням інформаційними потоками, технологіями і управлінською діяльністю загалом [2].

На думку деяких науковців, інформаційний менеджмент – це не що інше як сукупність засобів та методів управління інформацією, а також управління діяльністю підприємства за допомогою цієї інформації [1].

Інформаційний менеджмент – це окрема, відносно незалежна сфера управління підприємством, що повинна опиратися на нові парадигми та концепції менеджменту, тобто вона має враховувати:

- високу швидкість зміни предметної сфери;
- переважання мережевих відносин та структур;
- орієнтацію на випередження у конкурентній боротьбі;
- орієнтацію на клієнтів організації;
- високий вплив політичних, психологічних та соціологічних процесів [3].

Розвиток інформаційного менеджменту створює нові можливості, нові виклики та випробування для суспільства. Так конкретизуючи вплив інформаційного менеджменту та інших сучасних інформаційних технологій на масштаби і структуру зайнятості, Бойченко Е.Б., Костенко А.М. підкреслюють, що створення одиниці цінності із залученням значно меншої робочої

сили, аніж 10 або 15 років тому, стало можливим завдяки мінімальній вартості цифрового бізнесу, яка наближується до нуля. Крім того, реальність цифрової сфери полягає в тому, що багато нових компаній надають «інформаційні товари» з практично нульовими витратами на зберігання, транспортування і тиражування. Деяким компаніям, заснованим на дизруптивних технологіях, для процвітання майже не потрібен капітал. Наприклад, таким компаніям, як Instagram або WhatsApp, для старту фактично не знадобилося фінансування, що змінило роль капіталу і масштабування бізнесу в контексті четвертої промислової революції. Загалом це демонструє, як ефект масштабу стимулює зростання і впливає на зміну цих галузей [4].

Можна сказати що поняття «інформаційний менеджмент» як науковий напрямок починає тільки зароджуватися. Нині розвитком ідей у цій галузі зайняті передусім практики та компанії, що зайняті у сфері інформаційних систем.

Розвиток інформаційного менеджменту в Україні знаходиться на достатньо низькому рівні. У сфері засобів масової інформації нині все ще переважають достатньо застарілі уявлення про роль та завдання інформації у житті кожного з нас та суспільства як своєрідного сервісу для цієї так званої «машини суспільного виробництва».

Для удосконалення системи управління з використанням інформаційного менеджменту можна дотримуватись таких положень:

- диференціація підходів до управління. Зважаючи на особливості в управлінні малого підприємництва, необхідне розроблення спеціальних методик, які зможуть задовольнити вимоги обмеженості ресурсів і скорочення строків упровадження [5].

- розвиток предметної сфери. Припустимо, що ця сфера розщеплена і містить чотири напрями: інституційний, віртуальний, інформаційний та науковий (раціоналістичний менеджмент). Кожен із напрямів включає певний набір різних положень та принципів. Таким чином, для вирішення завдань необхідно враховувати, крім

класичних тенденцій розвитку менеджменту, ще й сучасні, такі як галузі знань [6].

– використанні нового підходу до самоорганізації та вирішення завдань постійних змін в організації: гнучкого менеджменту, який орієнтований на зміни, самоорганізацію персоналу компанії та самоналаштування бізнес-процесів [6]. Основним припущенням гнучкого менеджменту є відсутність сталості вимог замовників та достатньо велика швидкість зміни процесів. Також в ідеологію цього менеджменту включено принципи зниження «бюрократизованості» бізнес-процесів та акцентування на мотивації людей і кінцевому результаті ніж формалізації (шляхи досягнення результатів). Гнучкий підхід дає змогу адекватно, а головне – швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі компанії [7].

Отже, поняття «інформаційний менеджмент» вживається у таких значеннях:

1) це управління за допомогою інформації, тобто інформаційне управління (управлінська технологія);

2) це управління власне інформацією (управління інформаційними потоками та інформаційними ресурсами) для оптимізації роботи;

3) це управління процесами інформатизації, тобто управління інформаційною технологією (автоматизована технологія обробки інформації в певній предметній галузі).

На нашу думку, у сучасних умовах розвитку нашого суспільства однозначно постає той факт, що суспільство формується та існує в умовах економіки знань. Здобуття саме нових знань відбувається в процесі нагромадження інформації. Розвиток інформаційного менеджменту створює нові можливості, нові виклики та випробування для суспільства.

Література:

1. Лазоренко Т.В. Особливості інформаційного менеджменту в малому та середньому бізнесі в Україні. *Приазовський економічний вісник*. Класичний приватний університет. 2018. Вип. 2(07). С. 62–64.

2. Матвієнко О. Інформаційний менеджмент як основа концептуалізації моделі фахівця з інформаційної справи. *Вісник Книжкової палати*. 2017. № 4. С. 27–30.
3. Мельник В.В. Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, завдання, основні напрями розвитку. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2012. № 49. С. 122–134.
4. Бойченко Е.Б., Костенко А.М. Концепція формування інформаційного менеджменту в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7159> (дата звернення: 05.12.2023).
5. Інформаційний менеджмент. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/13966> (дата звернення: 05.12.2023).
6. Закипний М.В. Інформаційний менеджмент у сучасних умовах: цілі та основні задачі. 2012. № 2. С. 63–67.
7. Кухар Р.Б., Слейко О.І., Мотько Н.Р. та ін. Проблеми та перспективи сучасного менеджменту в інформаційному суспільстві. *Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького*. 2016. № 2. С. 87–91.

НАПРЯМ 6. МАРКЕТИНГ

Громова Ольга Євгеніївна

доктор економічних наук,

професор кафедри маркетингу та реклами

*Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

Вишнюк Віталій Володимирович

аспірант

Хмельницького національного університету

Мельник Богдан Євгенійович

здобувач ОС «бакалавр»

*Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-37>

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

У сучасному цифровому світі соціальні мережі виступають не лише платформами для спілкування, але й потужним інструментом для ведення бізнесу. Дослідження впливу соціальних мереж на стратегії цифрового маркетингу стає невід'ємною частиною розвитку сучасних компаній, що прагнуть зайняти своє місце в онлайн-середовищі та ефективно взаємодіяти зі споживачами.

Зміна парадигми маркетингу: Споживачі сьогодні перебувають в постійному віртуальному зв'язку, а соціальні мережі стали ключовим елементом їхнього повсякденного життя. Вплив соціальних мереж на стратегії цифрового маркетингу полягає у зміні парадигми, від традиційного рекламного підходу до взаємодії та

спільного відчуття цінностей бренду зі споживачами [2]. Особистіше та значуще спілкування:

Ця нова парадигма передбачає відмову від масового підходу до споживача в рекламі. Бренди повинні звертатися до своєї аудиторії більш особисто, створюючи контент, який стає ближчим до життя та цінностей споживачів. Використання історій, які відзначаються емоційною привабливістю, стає ключовим для привертання уваги та взаємодії.

Спільне відчуття цінностей: сучасний споживач хоче відчувати себе частиною чогось більшого, ніж просто покупець товару чи послуги. Взаємодія з брендом повинна створювати враження спільноти та спільного відчуття цінностей. Це вимагає від компаній зосередитися на тому, що вони роблять для світу та як вони співпрацюють зі споживачами для досягнення спільних цілей [1].

Особистіша взаємодія: важливим аспектом нової парадигми є більш особистий підхід до взаємодії. Споживачі хочуть відчувати, що їхні думки, відгуки та побажання мають значення для бренду. Використання інтерактивних елементів, анкет, та інших інструментів для залучення аудиторії важливо для побудови більш тісного зв'язку.

Зміна підходу до реклами: під парадигмою спільного відчуття цінностей, традиційна реклама втрачає свою ефективність. Бренди повинні шукати нові форми комунікації, такі як участь у справедливих суспільних питаннях чи створення контенту, який стимулює реальні обговорення та взаємодію.

Адаптація стратегій: для компаній це означає не лише створення більш людського обличчя для свого бренду, але й постійне адаптування стратегій відповідно до змін в споживчому підході. Відстеження трендів у споживчому поведінці та швидка реакція на них дозволяє компаніям залишатися актуальними та привабливими для аудиторії.

Відкриття для діалогу: ключовим елементом нової парадигми є відкриття для діалогу. Бренди повинні будувати механізми для зворотного зв'язку та активно слухати свою аудиторію. Взаємодія

не повинна бути односторонньою, а має створювати можливості для спільного обміну ідеями та думками [1].

Постійна адаптація: у світі, де технології та смаки швидко змінюються, компанії повинні розглядати адаптацію як постійний процес. Стратегії, які були успішними вчора, можуть вже не працювати завтра. Постійна адаптація та відкриття до новацій дозволяють брендам залишатися актуальними та привабливими для своєї аудиторії. Ця зміна парадигми відкриває не лише нові можливості для брендів, але й ставить перед ними виклик створити більш людські та автентичні взаємодії зі своєю аудиторією.

Розбудова бренду через взаємодію: Соціальні мережі стали не лише майданчиком для рекламних повідомлень, але й простором для взаємодії та відкритого спілкування. Бренди використовують соціальні платформи для активної розбудови спільнот та взаємодії зі споживачами, що сприяє формуванню сильного бренд-лояльності.

Вплив відео та візуального контенту: Визначальною частиною стратегій цифрового маркетингу на соціальних мережах стає використання відео та візуального контенту. Аналіз впливу відеоматеріалів на споживачів дозволяє розкрити, як створення захопливого візуального контенту може значно підвищити ефективність маркетингових кампаній та сприяти взаємодії з аудиторією [3].

Мікроінфлюенсери та особистість бренду: У світі соціальних мереж набуває популярності використання мікроінфлюенсерів, які мають близький контакт із своєю аудиторією. Аналіз ролі мікроінфлюенсерів у формуванні стратегій цифрового маркетингу розкриває можливості побудови більш особистого та автентичного спілкування зі споживачами[1].

Аналітика та вимірювання ефективності: Ефективні стратегії цифрового маркетингу на соціальних мережах неможливі без вивчення аналітичних даних та вимірювання ефективності кампаній. Аналіз ключових показників ефективності дозволяє компаніям адаптувати свої стратегії, підвищувати залученість та максимізувати вплив [2].

Виклики та перспективи: Завершальний аспект дослідження стосується визначення викликів та перспектив розвитку стратегій цифрового маркетингу на соціальних мережах. Розгляд інновацій, які можуть вплинути на майбутнє, дозволяє підготуватися до змін та залишатися конкурентоспроможним в онлайн-середовищі.

У висновку можна відзначити, що вплив соціальних мереж на стратегії цифрового маркетингу суттєво перетворює підходи компаній до взаємодії зі своєю аудиторією. Враховуючи технологічний прогрес та зміни в споживчому поведінці, компанії повинні постійно адаптувати свої стратегії для максимізації впливу та досягнення успіху в цифровому маркетингу.

Література:

1. Варіс І.О., Кравчук О.І., Завгородня С.А. Цифрова трансформація бізнесу: вибір, впровадження та вдосконалення CRM-систем. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5. № 2. С. 48–66. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/139/124> (дата звернення: 28.11.2023).

2. Жарлінська Р.Г., Шеремета Н.В. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових каналах сучасних підприємств. Обліково-аналітичне та фінансове забезпечення управління підприємства: міжнародний досвід та вітчизняна практика : збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної Інтернет- конференції 8-9 квітня 2011 року. Вінниця, 2011. С. 37–40 (дата звернення: 25.11.2023).

3. Івченко І.Ю. Моделювання ігрових ситуацій для обґрунтування управлінських рішень в ІТ-компаніях в умовах невизначеності та ризику. *Маркетинг і цифрові технології*. 2019. Т. 3. № 1. С. 21–33. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/59/56> (дата звернення: 26.11.2023).

Громова Ольга Євгеніївна
*доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу та реклами
Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

Крупський Андрій Станіславович
*аспірант
Хмельницького національного університету*

Котов Віталій Михайлович
*здобувач ОС «бакалавр»
Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-38>

ОПТИМІЗАЦІЯ ВЕБ-САЙТУ ДЛЯ ПОШУКОВИХ СИСТЕМ (SEO) ТА ЙОГО РОЛЬ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ

У наш час, коли технології та цифрова економіка визначають розвиток сучасного бізнесу, важливість адаптації веб-сайту до вимог пошукових систем стає вирішальною для досягнення успіху в цифровому просторі. Однією з ключових стратегій, що формує успішну онлайн-присутність, є SEO, або оптимізація для пошукових систем.

Оптимізація веб-сайтів для пошукових систем відіграє ключову роль у процесі взаємодії бізнесу з онлайн-середовищем, надаючи підприємствам не лише можливість представити свій продукт чи послугу на віртуальній вітрині Інтернету, а й активно взаємодіяти з цільовою аудиторією. Існує ряд ключових аспектів, які підкреслюють важливість SEO в цифровому бізнесі.

SEO визначається як комплекс заходів, спрямованих на покращення видимості веб-сайту в пошукових системах. Однак його вплив не обмежується лише підняттям рейтингу в пошукових

видачах. SEO є важливою складовою стратегії цифрового маркетингу через наступні ключові аспекти, які будуть розглянуті далі.

SEO допомагає забезпечити, що ваш веб-сайт з'являється перед тими, хто активно шукає товари чи послуги, які ви пропонуєте. Це створює можливість для привертання цільової аудиторії, яка вже зацікавлена в вашому пропозиції.

Використання правильних ключових слів і оптимізація контенту сприяють покращенню якості трафіку. Результат – збільшення конверсій, оскільки відвідувачі, які знаходять ваш веб-сайт через пошукові системи, мають велику ймовірність бути зацікавленими в вашому продукті чи послугі.

У світі, де конкуренція в Інтернеті щораз більше зростає, SEO дозволяє виділитися серед інших гравців на ринку. Висока позиція в пошукових видачах створює позитивне перше враження та довіру до вашого бренду.

Визначення та використання ключових слів є критичним етапом у процесі оптимізації веб-сайту для пошукових систем (SEO). Ключові слова повинні не лише точно відображати тематику чи специфіку бізнесу, але й бути стратегічно впроваджені у заголовках, мета-тегах, URL-адресах та контенті сторінок. Це забезпечує максимальну релевантність для пошукових алгоритмів та полегшує виявлення вашого веб-сайту цільовою аудиторією.

Зосередження на створенні якісного та оригінального контенту є необхідним елементом стратегії SEO. Такий контент має великий вплив на рейтинг в пошукових системах, оскільки він привертає увагу користувачів та відповідає їхнім потребам. Важливо, щоб інформація була цікавою та інформативною, адже це забезпечить задоволення потреб вашої аудиторії.

Технічні аспекти, такі як швидкість завантаження сторінок, мобільна оптимізація та використання HTTPS, також грають велику роль у визначенні SEO-параметрів. Забезпечення ефективної роботи веб-сайту на різних пристроях та забезпечення безпеки передачі даних впливають на загальну оцінку пошукових систем.

Якісні зовнішні посилання на ваш веб-сайт є суттєвим чинником для підвищення його авторитету в очах пошукових систем. Розробка стратегії для здобуття високоякісних посилань від інших ресурсів стає важливим компонентом роботи над SEO.

Отже, в епоху високих технологій, SEO є важливим інструментом для будь-якого бізнесу, який прагне ефективно функціонувати в онлайн-середовищі. Його вплив на позиції в пошукових системах, якість веб-сайту та залучення цільової аудиторії робить його невід'ємною частиною цифрового успіху. Слід також підкреслити ключову роль SEO в цифровому маркетингу. Ця стратегія допомагає підприємствам привертати увагу цільової аудиторії, підвищувати конверсії та здобувати конкурентні переваги. Особливо в умовах зростаючої конкуренції в онлайн-просторі, правильна SEO-стратегія стає необхідною для успішного функціонування бізнесу в Інтернеті.

Література:

1. Rodin Y.S., Sinitsyn I.P. Security basic model for applied tasks of the distributed information system. *Проблеми програмування*. 2021. № 2. С. 16–23.
2. Stopchenco Y., Boiko M. Digital functionality of complementation of business processes of the hotel industry. *Вісник КНТЕУ*. 2021. № 6. С. 99–111.
3. Tolochko M., Rozbytska T., Sukhenko V. Problems, prospects, information security technologies. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2020. № 6. С. 32–38.
4. Zharovai L.V., Khlobystov I.V. Informational Technologies as a Tool for Local Level Sustainable. *Механізм регулювання економіки*. 2021. № 2. С. 5–15. URL: https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_49/Liubov_V_Zharova_Ievgen_V_KhlobystovInformational_Technologies_as_a_Tool_for_Local_Level_Sustainable_Development_Goals_Im.pdf (дата звернення: 21.11.2023).
5. Адонін С.В., Куряча Н.В. Сучасні методи викладання з використанням інформаційних технологій. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/87.pdf (дата звернення: 22.11.2023).

Громова Ольга Євгеніївна
*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу та реклами
Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

Слободянюк Софія Володимирівна
*здобувач освітнього ступеню «молодший бакалавр»
Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-39>

WEB-АНАЛІТИКА У ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ

Актуальність дослідження веб-аналітики полягає в тому, що вона служить бізнес-метрикою для просування конкретних продуктів клієнтам, які, найімовірніше, їх придбають, і визначити, які продукти конкретний клієнт найімовірніше придбає. Це може допомогти покращити співвідношення доходів і маркетингових витрат.

Метою дослідження є аналіз можливостей застосування веб-аналітики у цифровому маркетингу.

Веб-аналітика передбачає збір, вимірювання та аналіз даних веб-сайту. Інструменти веб-аналітики можуть надати багато корисної інформації про походження трафіку веб-сайту, про те, як користувачі веб-сайту переміщуються та взаємодіють на веб-сайті, в якому вмісті веб-сторінок вони найбільше зацікавлені та як вони виходять із сайту. Потім маркетологи можуть використовувати ці дані для оптимізації продуктивності своїх каналів і веб-сайтів, приймаючи рішення на основі даних. Це дії, які вживаються для покращення продуктивності на основі розуміння даних, які отримані; іншими словами, дані ведуть у прийнятті рішення. Хоча це найкраща практика – приймати рішення на основі даних, завжди потрібно перевіряти ці дані [1].

Процес веб-аналітики включає такі кроки:

1) Постановка цілей. Першим кроком у процесі веб-аналітики для компаній є визначення цілей і кінцевих результатів, яких вони намагаються досягти. Ці цілі можуть включати збільшення продажів, задоволеність клієнтів і впізнаваність бренду. Бізнес-цілі можуть бути як кількісними, так і якісними.

2) Збір даних. Другим кроком веб-аналітики є збір і зберігання даних. Компанії можуть збирати дані безпосередньо з веб-сайту або інструменту веб-аналітики, наприклад Google Analytics. Дані в основному надходять із запитів протоколу передачі гіпертексту, включаючи дані на рівні мережі та додатків, і можуть поєднуватися із зовнішніми даними для інтерпретації використання Інтернету. Наприклад, адреса Інтернет-протоколу користувача зазвичай пов'язана з багатьма факторами, включаючи географічне розташування та рейтинг кліків.

3) Обробка даних. На наступному етапі воронки веб-аналітики підприємства переробляють зібрані дані в корисну інформацію.

4) Визначення ключових показників ефективності (KPI). У веб-аналітиці KPI є кількісним показником для моніторингу та аналізу поведінки користувачів на веб-сайті. Приклади включають показники відмов, унікальних користувачів, сеанси користувачів і пошукові запити на сайті.

5) Розробка стратегії. Цей етап передбачає впровадження ідей для формулювання стратегій, які відповідають цілям організації. Наприклад, пошукові запити, виконані на сайті, можуть допомогти організації розробити стратегію контенту на основі того, що користувачі шукають на веб-сайті.

6) Експериментування та тестування. Підприємствам необхідно експериментувати з різними стратегіями, щоб знайти ту, яка дає найкращі результати. Наприклад, А/В-тестування – це проста стратегія, яка допомагає дізнатися, як аудиторія реагує на різний контент. Процес передбачає створення двох або більше версій вмісту, а потім його показ різним сегментам аудиторії, щоб визначити, яка версія вмісту ефективніша [2].

Нині на ринку доступна низка інструментів аналітики. Деякі з них безкоштовні, а для деяких потрібна платна підписка. Платні аналітичні продукти та безкоштовні аналітичні продукти відрізнятимуться підтримкою, функціями та функціями.

Деякі приклади доступних аналітичних пакетів включають:

– Google Analytics і Google Analytics 360, які є частиною Google Marketing Platform;

– Adobe Analytics;

– Woopra;

– Kissmetrics;

– Webtrends;

– Piwik [3].

Лідером на ринку та найбільш часто використовуваною аналітичною програмою є безкоштовна версія Google Analytics або GA, як її іноді називають. Платна версія GA під назвою Google Analytics 360 пропонує деякі додаткові функції щодо дійсності звітів і розмірів вибірки. Але це в основному для веб-сайтів, які отримують понад 10 мільйонів переглядів сторінок на місяць. Для переважної більшості веб-сайтів безкоштовна версія Google Analytics цілком підходить [3].

Завдяки своїй функціональності та широкому розповсюдженню на ринку Google Analytics розглядається багатьма маркетологами як єдине «джерело правди» для даних про трафік веб-сайту, залучення та конверсії.

Веб-аналітика – це цінний спосіб вивести «історію» даних, щоб отримати цінну інформацію та підвищити ефективність бізнесу. Веб-аналітика може допомогти цифровому маркетологу краще зрозуміти своїх клієнтів, надаючи:

1) Розуміння того, хто такі клієнти та їхні інтереси;

2) Інформацію про проблеми конверсії;

3) Покращену оцінку того, що подобається або не подобається споживачам;

4) Розуміння того, як покращити користувацький досвід для споживача [4].

Одна зі справжніх цінностей веб-аналітики полягає в тому, що вона дозволяє вивести «історію» даних, щоб отримати цінну інформацію та підвищити ефективність бізнесу. Але як саме це призводить до комерційної прибутковості? Веб-аналітика може допомогти краще зрозуміти своїх клієнтів. Вона говорить бізнесмену, хто вони, звідки приходять і які їхні інтереси. Вона розповідає вам про їхню демографію та місцезнаходження. Це також допомагає виявити будь-які проблеми з конверсією, які можуть існувати на вашому веб-сайті.

Для різних маркетингових кампаній, як онлайн, так і офлайн, можна створювати унікальні та специфічні посилання, які можна відстежувати. Відстеження цих унікальних посилань надасть вам детальну інформацію про те, як ці маркетингові кампанії сприйняли користувачі та чи були вони прибутковими.

Відстежуючи все, що можливо, можна знайти потенційно високорентабельні кампанії, щоб інвестувати більше та скасувати кампанії з низькою ефективністю.

Таким чином застосування веб-аналітики у цифровому маркетингу допоможе зрозуміти, який вміст і продукти подобаються або не подобаються вашим споживачам, і як вони взаємодіють на веб-сайті. Бізнес може використовувати всю цю інформацію, щоб покращити взаємодію зі споживачами на сайті та оптимізувати канали, які споживачі використовують для його відвідування.

Література:

1. Gandhi D. What is Web Analytics? Definition, Examples & Tools. URL: <https://amplitude.com/blog/web-analytics> (дата звернення: 29.11.2023).
2. Preston J. Digital Marketing – Study Notes: What is web analytics? URL: https://digitalmarketinginstitute.com/resources/lessons/analytics_web-analytics_qjyк (дата звернення: 29.11.2023).
3. What is Web Analytics and Its 10 Benefits. URL: <https://engaiodigital.com/what-is-web-analytics/> (дата звернення: 29.11.2023).
4. Громова О., Поліщук І., Довгань Ю., Довгань Л., Гнидюк І. Інструменти маркетингового управління інноваційно-інвестиційною діяльністю. *Проблеми теорії та практики фінансово-кредитної діяльності*. 2022. Т. 2. Вип. 43. С. 228–237. (дата звернення: 29.11.2023).

Каркушка Олександр Олександрович
аспірант, асистент кафедри маркетингу
Державного торговельно-економічного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-40>

БРЕНД-КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ПРОСУВАННІ ПРОДУКТІВ КОМПАНІЇ

Бренд-комунікації виступають ключовим елементом стратегії просування брендів, забезпечують ефективний обмін інформацією та сприяють формуванню унікального образу компанії в свідомості споживачів. Їх роль визначається не лише забезпеченням рекламного впливу, але й вирішальним внеском у взаємодію з цільовою аудиторією та підтримкою сталого взаємовідношення з нею.

Перш за все, бренд-комунікації служать механізмом передачі цінностей та ідеології бренду. Через виважену комунікацію, компанія має можливість ефективно висловлювати свою місію, візію, визначати основні принципи та надавати споживачам зрозумілі референції щодо власної ідентичності.

На думку Джона Раффетто, генерального директора Raffleto Herman Strategic Communications: «Бренди – це активи, що постійно розвиваються, які формуються під впливом навмисних і ненавмисних факторів. Рекламна кампанія має цілеспрямований характер – повідомлення бренду ретельно продумані і націлені на потрібну аудиторію в потрібний час. PR-криза ненавмисна і може звести нанівець роки ретельно культивованої комунікації бренду. Комунікація бренду – це вміле керування обома аспектами для закріплення бажаних атрибутів бренду та захисту від небажаних атрибутів» [1].

Подальша роль бренд-комунікацій полягає в підтримці взаємодії з аудиторією на всіх етапах її сприйняття та взаємодії з продуктом чи послугою. Спрямованість на взаєморозуміння та відповідь на

потреби споживачів дозволяє побудувати довгострокові відносини та підвищити рівень лояльності.

За допомогою бренд-комунікацій можна впливати на поведінку людей, їхні цінності й потреби, створюючи соціальний образ бренду, який відображає прагнення й бажання суспільства, що ідентифікує себе з ним. Результатом бренд-комунікації є образ бренду як соціального об'єкту [2].

У сучасному світі, насиченому різноманітними медіаплатформами та каналами зв'язку зі споживачами, бренд-комунікації є важливим інструментом для ідентифікації бренду. Надаючи якісну та релевантну інформацію про продукт компанії, вони формують унікальний образ бренду, що вирізняє його на ринку та створює особливу привабливість для споживачів.

Під комунікаціями бренду розуміють інструменти, в першу чергу, такі як реклама та соціальні мережі, які компанії використовують для спілкування з існуючими та потенційними клієнтами. Приклади комунікацій бренду включають рекламні щити, рекламу на радіо, рекламу на телебаченні, інформаційні бюлетені, онлайн-бюлетені, огляди та пряме спілкування з компанією через її співробітників, соціальні мережі, корпоративні сайти і т.д. Всі ці форми комунікації фокусуються на ширшому та цілісному іміджі бренду, який компанія намагається просувати.

Основна мета комунікації бренду – побудувати дієвий, успішний та ефективний комунікаційний підхід [1]. Використовуючи бренд-комунікації компанія має можливість покращити становище компанії та створює додаткові переваги: від розширення цільової аудиторії до допомоги у збереженні більш лояльних клієнтів (табл. 1).

У підсумку, бренд-комунікації виступають як стратегічний інструмент, спрямований на підтримку та підсилення ідентичності бренду, створення довгострокових взаємовідносин із споживачами та забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Їхня роль стає особливо важливою в умовах постійних змін та високої конкуренції, де ефективна комунікація визначає успіх бренду в свідомості споживачів.

**Переваги, що отримує компанія
від використання бренд-комунікацій**

Перевага	Опис
Підвищення авторитету	Завдяки дизайну продукту та сильної комунікації бренду компанія може підвищити свій загальний авторитет щодо продукту чи послуги. Ці зусилля змушують клієнтів повірити, що бренд перевершує конкурентів, і, своєю чергою, призводять до більшого залучення клієнтів.
Виокремлення серед конкурентів	Враховуючи дії конкурентів, компанія має можливість створити для споживачі унікальні пропозиції, засновані на конкретних цінностях. Підприємство створює потужнішу конкурентну перевагу, яка відточує її ринкові пропозиції та інтелектуальне лідерство.
Підвищення лояльності до бренду	В свідомості споживача бренд, який має оптимізовану і послідовну комунікацію, заслуговує на довіру та прихильність. Компанії з часом зміцнюють лояльність і пропаганду за допомогою позитивного досвіду комунікації бренду, що постійно повторюється.
Створення можливостей розширення ринку	Послідовна комунікація бренду з часом виділить для компанії певне місце на ринку, що зробить бренд більш актуальним та впізнаваним.
Формування образу бренду/компанії у свідомості споживачі	Підвищення впізнаваності вашого бренду це перший сходинка у комунікації між брендами. Другий – підвищення обізнаності за рахунок розширення охоплення вашого партнерського бренду, і навпаки.
Зміцнення довіри за допомогою персоніфікації	Раніше споживачі купували у компаній, які мали відмінну продукцію за привабливою ціною. Сьогоднішні покупці все частіше шукають прозорості, автентичності та сильних цінностей брендів при ухваленні рішень про покупку. Комунікація між брендами – це спосіб показати індивідуальність бренду та навіть почуття гумору.
Створює основу для нейромаркетингу	Комунікація між брендами створює контекст, де дослідження можуть повністю вивчити готовність людей купувати послугу/продукт. Він пов'язаний з виявленням основних моделей уваги, відносин і емоцій і може бути джерелом інформації для творчості, розробки продуктів, ціноутворення та інших областей

Джерело: складено автором на основі [1; 3; 4]

Література:

1. Everything You Need to Know About Brand Communication: Elements, Strategies, and Examples. URL: <https://brandfolder.com/resources/brand-communications/>

2. Гомольська Л.П. Актуальні тренди та особливості бренд-комунікацій а процесі формування лояльності до брендів. Наукові тренди постіндустріального суспільства. МНДЦ. 2023. С. 110–112. URL: <https://archive.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/article/view/766>

3. The Importance Of Brand Communication. Propr. URL: <https://propragency.com/mattr/the-importance-of-brand-communication/>

4. 10 Benefits Of Brand-To-Brand Communication. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2020/05/04/10-benefits-of-brand-to-brand-communication/?sh=54c3faee57b8>

НАПРЯМ 7. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Метла В'ячеслав Олексійович
здобувач третього рівня вищої освіти
Української інженерно-педагогічної академії

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-41>

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами (ОІУБП) є одним із найважливіших напрямків діяльності сучасного підприємства. Воно спрямоване на впровадження інновацій в бізнес-процеси підприємства, що дозволяє підвищити його ефективність, конкурентоспроможність та адаптивність до змін зовнішнього середовища.

Щоб організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами стало повсякденним, підприємствам необхідно дотримуватися таких принципів:

– Системність. Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами має бути частиною загальної стратегії підприємства. Воно має бути спрямоване на досягнення конкретних цілей і завдань, визначених у стратегії.

– Цілеспрямованість. Організаційно-інноваційні заходи мають бути спрямовані на вирішення конкретних проблем і завдань. Вони мають бути розроблені з урахуванням потреб і можливостей підприємства.

– Комплексність. Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами має охоплювати всі аспекти діяльності підприємства.

Воно має бути спрямоване на підвищення ефективності всіх бізнес-процесів.

– Інноваційність. Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами має базуватися на використанні інноваційних методів і технологій.

– Адаптивність. Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами має бути адаптивним до змін зовнішнього середовища. Воно має дозволяти підприємству швидко реагувати на зміни і підтримувати свою конкурентоспроможність [1].

Для реалізації цих принципів підприємствам необхідно впровадити такі заходи:

– Розробити стратегію організаційно-інноваційного управління бізнес-процесами. Ця стратегія має визначати цілі, завдання, принципи та методи організаційно-інноваційного управління.

– Створити систему управління інноваційною діяльністю. Ця система має забезпечувати розробку, реалізацію та оцінку інноваційних проектів.

– Забезпечити наявність висококваліфікованих кадрів. Керівники та персонал підприємства повинні мати необхідні знання та навички для реалізації інноваційних проектів.

Якщо підприємства дотримуються цих принципів і впроваджують ці заходи, вони можуть зробити організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами повсякденним. Це дозволить їм підвищити ефективність бізнесу та забезпечити свою конкурентоспроможність [2].

ОІУБП передбачає використання таких інноваційних методів і технологій:

Методи управління інноваційним процесом спрямовані на ефективну реалізацію інноваційного проекту або програми. До таких методів належать:

– Метод управління проектом – це сукупність принципів, методів і процедур, які забезпечують ефективне планування, виконання та контроль проекту.

– Метод управління портфелем інновацій – це сукупність принципів, методів і процедур, які забезпечують ефективне управління набором інноваційних проектів.

– Метод управління технологічним циклом – це сукупність принципів, методів і процедур, які забезпечують ефективне управління процесом створення та впровадження нової технології.

Технології управління бізнес-процесами спрямовані на підвищення ефективності бізнес-процесів. До таких технологій належать:

– Методологія управління процесами (BPM) – це сукупність принципів, методів і процедур, які забезпечують ефективне проектування, впровадження та управління бізнес-процесами.

– Методологія управління ланцюгами поставок (SCM) – це сукупність принципів, методів і процедур, які забезпечують ефективне управління ланцюгами поставок.

– Методологія управління якістю (QM) – це сукупність принципів, методів і процедур, які забезпечують ефективне управління якістю продукції та послуг [3].

Вибір конкретних інноваційних методів і технологій для ОІУБП залежить від цілей, завдань та особливостей конкретного підприємства. Наприклад, для підприємства, яке планує впровадити нову технологію, доцільно використовувати метод управління технологічним циклом. Для підприємства, яке прагне підвищити ефективність логістики, доцільно використовувати методологію управління ланцюгами поставок. Для підприємства, яке хоче підвищити якість продукції, доцільно використовувати методологію управління якістю.

Впровадження інноваційних методів і технологій в ОІУБП дозволяє підприємствам досягти таких результатів:

- Підвищення ефективності бізнес-процесів.
- Покращення конкурентоспроможності підприємства.
- Адаптивність підприємства до змін зовнішнього середовища.

Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами – це важливий інструмент підвищення ефективності бізнесу та

забезпечення його конкурентоспроможності. Запровадження повсякденного організаційно-інноваційного управління бізнес-процесами дозволить підприємствам отримати ряд переваг, які допоможуть їм залишатися успішними в сучасних умовах господарювання.

Література:

1. Белоусов В.В., Прудник О.А. Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами: теорія та практика. Київ : КНЕУ, 2014.
2. Костенко О.А. Організаційно-інноваційне управління бізнес-процесами: методологічні основи. Київ : НТУУ «КПІ», 2016.
3. Смоляр Л.Г. Управління бізнес-процесами у сфері технологічних інновацій на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2013. № 12.

Теорло Наталя Анатоліївна
аспірантка 3-го року навчання
Одеської державної академії будівництва та архітектури

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-42>

ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ КОШТОРИСНИХ НОРМ ТА НОРМАТИВІВ В БУДІВНИЦТВІ

Сучасна система ціноутворення є багатогранною та багатокомпонентною. В основі процесу ціноутворення в будівництві головними є розрахунки вартості робіт. Ці розрахунки визначаються певними кошторисними нормами, які в свою чергу визначають кількість ресурсів, які необхідні для виконання певного комплексу операцій.

Виходячи з цього потрібно чітко відрізнити поняття кошторисних норм та кошторисних нормативів.

Кошторисна норма в загалом являє собою сукупність нормативних показників витрат ресурсів, таких як: трудовитрати, час роботи будівельних машин та механізмів, витрати матеріалів, виробів і конструкцій, які встановлені на прийнятий вид будівельних робіт.

Кошторисні нормативи – це узагальнена назва комплексу кошторисних норм, які поєднуються в окремі збірники.

В кошторисній нормі визначається сукупність ресурсів, а саме трудовитрати робочих, час експлуатації будівельних машин та механізмів, витрати матеріалів та конструкцій, що використовуються при виконанні певного виду робіт, які встановлені на одиницю виміру роботи та приведені у натуральних одиницях.

Кошторисні норми були узагальнені під назвою «кошторисні нормативи». Залежно від галузі, до якої буде відноситися будівництво, здійснюється розподіл кошторисних нормативів на

наступні види: загальнодержавні, відомчі, окремих будівництв та індивідуальні.

Використання загальнодержавних кошторисних нормативів обов'язково при визначенні вартості будівництва, яке здійснюється за рахунок бюджетних коштів або за рахунок коштів підприємств, форма власності яких відноситься до державної. А у всіх інших випадках носять більш рекомендаційний характер.

В основному кошторисні нормативи для окремих будівництв розробляються за рішенням забудовника саме у випадках, коли технологія організації робіт на цих будівництвах відрізняється від тої, що визначена у загальнодержавних нормативах [1, с. 153].

Загальнодержавні нормативи являють собою такі загальнодержавні будівельні кошторисні нормативи до яких відносяться кошторисні нормативи, що входять до складу кошторисних норм класу «Д». Вони є обов'язковими для застосування всіма організаціями, установами і підприємствами незалежно від їх відомчої приналежності і форм власності при визначенні вартості будівельних робіт, які здійснюються із залученням бюджетних коштів або коштів підприємств, установ і організацій державної власності.

Виділяють також кошторисні нормативи, які в свою чергу поділяються на елементні й укрупнені.

До елементних кошторисних нормативів відносять:

1. Ресурсні елементні кошторисні норми на будівельні роботи (РЕКН).

2. Ресурсні елементні кошторисні норми на монтаж устаткування (РЕКНМУ).

3. Ресурсні елементні кошторисні норми на ремонтно-будівельні роботи (РЕКНр).

4. Ресурсні елементні кошторисні норми на реставраційно-відновлювальні роботи (РЕКНрв).

5. Ресурсні елементні кошторисні норми на пусканалагоджувальні роботи (РЕКНпн).

6. Ресурсні кошторисні норми експлуатації будівельних машин і механізмів (РКНЕМ).

До укрупнених кошторисних нормативів відносять такі ресурсні кошторисні норми (УРКН):

- на будівлі й споруди в цілому;
- на частини будівель і споруд, конструкції та види робіт [3].

На окремі види робіт розраховуються так звані індивідуальні кошторисні норми. Це може бути зумовлено тим, що саме відсутні нормативи на ці роботи у ресурсних елементних кошторисних нормах.

Існує також такий вид кошторисних нормативів як загально-державні. До них відносяться елементні кошторисні норми на:

- будівельні роботи (РЕКН, ДСТУ);
- монтаж обладнання (РЕСНМО);
- ремонтно-будівельні роботи (РЕКНр);
- реставраційно-відновлювальні роботи (РЕКНрн);
- пусконаладжувальні роботи (РЕКНпн);
- ресурсні кошторисні норми експлуатації будівельних машин та механізмів (РЕКНЕМ).

Отже, кошторисні норми і нормативи відіграють важливу роль в будівництві. Це зумовлено тим, що саме за допомогою них визначається вартість будівництва на всіх стадіях інвестування, а також впроваджуються всі нові досягнення науки та техніки, використовуються новітні матеріали.

Література:

1. Окландер Т.О., Педько І.А., Камбур О.Л. та ін. Економіка будівельного підприємства : підручник. Одеса : ОДАБА, 2017. 363 с.
2. Гомон П.С., Савицький В.В. Ціноутворення та інвесторська кошторисна документація будівництва : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2021. 98 с.
3. Види кошторисних нормативів. Тема 4. Кошторисні нормативи та їх види. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=463528>

Тимошенко Марина Вікторівна
кандидат технічних наук,
доцент кафедри фінансів та банківської справи
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0288-9750>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-43>

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ БАНКІВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного бізнесу, важливою для підтримки та підвищення іміджу компаній. Вони надають можливість спілкуватися з клієнтами, відгукуватися на їхні запити та відгуки, демонструвати обізнаність у своїй галузі. Взаємодія з аудиторією через соцмережі сприяє побудові довіри, створенню позитивного іміджу та розширенню клієнтської бази. Важливе також вірусне поширення інформації та можливість моніторингу конкурентів. Зважаючи на це, бізнесам слід активно використовувати соціальні мережі як стратегічний інструмент для підтримки свого іміджу та досягнення успіху на ринку [1].

Нині соціальні мережі володіють потужним потенціалом впливу на маркетингову політику комерційних банків завдяки ефективній техніці. З огляду на вказане, комерційні банки у соціальних мережах перманентно повинні розробити ефективні засоби контролю часу частоти та змісту публікацій, щоб досягти поставлених маркетингових цілей. Окрім того, контент повинен постійно збагачуватись вмістом, який включає зображення та відео. Саме так можна підвищити вплив маркетингу на платформах, які значною мірою базуються на тексті, оскільки вони менш зацікавлюють аудиторію [2].

Соціальні мережі грають ключову роль у формуванні іміджу банків у сучасному світі. Вони дозволяють банкам збудувати

позитивний імідж, публікуючи інформацію про свої фінансові послуги, корпоративну відповідальність та заходи з соціальної відповідальності. Це робить інформацію більш доступною для клієнтів і допомагає підвищити довіру до банку.

Соціальні мережі є потужним інструментом взаємодії з клієнтами. Банки можуть відповідати на запити та скарги клієнтів у реальному часі, вирішувати їхні проблеми та відповідати на питання. Це підсилює позитивний імідж банку та підвищує задоволеність клієнтів.

Соціальні мережі дозволяють банкам слідкувати за реакцією ринку на їхні фінансові послуги та конкурентів. Це надає можливість аналізувати світовий економічний клімат і адаптувати свої стратегії. Загалом, соціальні мережі стали необхідним інструментом для банків у формуванні позитивного та довіреного іміджу, сприяючи залученню та задоволенню клієнтів, а також вдосконаленню стратегій розвитку.

Соціальні мережі відкривають безліч можливостей для формування іміджу банку [1–3]:

- це інструмент для активного спілкування з клієнтами. Банк може відповідати на їхні запити, роз'яснювати умови послуг, надавати консультації та рішення проблем, що підвищує довіру та лояльність клієнтів.

- соцмережі створюють можливість демонструвати важливі досягнення банку. Публікації про фінансову стабільність, інновації, соціальну відповідальність та участь у глобальних ініціативах сприяють позитивному іміджу.

- мережі дозволяють вивчати потреби та побажання клієнтів через аналіз коментарів та відгуків. Це допомагає адаптувати продукти та послуги банку до потреб аудиторії.

- банк може впливати на громадську думку, активно просуваючи свої цінності та позиції щодо суспільних питань.

- соціальні мережі дозволяють банкам запускати спеціальні маркетингові кампанії, спрямовані на залучення нових клієнтів,

просування нових фінансових продуктів та послуг, а також збільшення участі у різноманітних промо-акціях;

– банки можуть використовувати соціальні мережі для надання освітнього контенту та фінансових консультацій. Це допомагає підвищити фінансову грамотність клієнтів і створює позитивний імідж як освітнього ресурсу.

Загалом, соціальні мережі є потужним інструментом для підвищення свідомості, довіри та позитивного іміджу банку, а також для створення міцних зв'язків із клієнтами та впливу на ринкову ситуацію.

Соціальні мережі, хоча й є потужним інструментом для формування іміджу банку, також несуть ризики та загрози [1–3]:

– можливість поширення негативних відгуків та коментарів, які можуть суттєво пошкодити репутацію банку, особливо в умовах вірусного поширення інформації;

– в соціальних мережах існує загроза зловживання співробітниками банку або несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації, що може призвести до витоку даних або фінансових скандалів;

– конкуренти та недоброзичливі особи можуть спробувати дестабілізувати банк, публікуючи дезінформацію або організовуючи негативні кампанії;

– недостатня увага до соціальних мереж може призвести до втрати контролю щодо іміджу та зростання кількості негативних коментарів, що може вплинути на довіру клієнтів.

Отже, банки повинні бути обережними та активними у взаємодії з соціальними мережами, враховуючи можливі загрози та ефективно реагуючи на них для збереження позитивного іміджу.

Використання соціальних мереж у процесі формування іміджу банку має значущі переваги. Це важливий інструмент для спілкування з клієнтами та глибокого розуміння їхніх потреб, підвищення свідомості про фінансові послуги, а також підтримки позитивного сприйняття банку у суспільстві. Соцмережі дають можливість публікувати освітні матеріали, розвивати маркетингові стратегії та

створювати сприятливу атмосферу для клієнтів. Крім того, вони сприяють вирішенню конфліктних ситуацій та підвищують довіру. У цілому, соціальні мережі є потужним інструментом для вдосконалення іміджу банку та забезпечення стабільного і успішного взаємодії зі споживачами фінансових послуг.

Література:

1. Благун І.І. Просування банківських послуг з використанням соціальної мережі Instagram. *The actual problems of regional economy development*. 2023. № 1(19). С. 126–132.

2. Федевич Л., Блавт А. Реалізація маркетингової політики комерційних банків сучасними технологіями соціальних мереж. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. С. 1–7.

3. Прокопенко Д. Бренд-маркетингові комунікації банку. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Дмитра Мусійовича Фесенка. 2023. С. 738.

Черняєва Анна Олександрівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Української інженерно-педагогічної академії*

Радченко Ігор Олександрович
*здобувач третього рівня вищої освіти
Української інженерно-педагогічної академії*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-44>

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ. КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

В період глобальних криз рівень гнучкості тих чи інших бізнес-процесів визначає успішність всього підприємства. Починаючи з часів пандемії COVID-19, сфера торгівлі зазнала багато глобальних змін, звичайно підґрунтям всіх цих змін виступає вже багаторічна діджиталізація процесів. Україна наразі дуже гостро переживає всі ці процеси, особливо різні сектори економіки, а вітчизняний бізнес, особливо піддається серйозним випробуванням, і став дуже вразливим до впливу воєнного конфлікту та загальної фінансової неспроможності економічної системи країни. Одним з основних чинників, які можуть забезпечити підприємству стійкість на ринку та сприяти посиленню його позицій, є належним чином обґрунтована стратегія розвитку. Стратегія розвитку підприємства – це довгостроковий гнучкий план дій інноваційного спрямування з відповідним рівнем ризику, який базується на детальному аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, залежить від людських чинників та потребує інвестицій для досягнення ефективних результатів, підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства. Наразі, одним із головних факторів, через який бізнес може досягти нового рівня розвитку, розкрити свої

додаткові можливості та вийти на нові, високі економічні показники є процес діджиталізації, який безпосередньо охоплює зміни як внутрішнього так і зовнішнього середовища підприємства [1].

Діджиталізація є одним із ключових чинників успіху для підприємств і означає перехід від традиційних методів ведення підприємницької діяльності до впровадження і використання цифрових технологій. Епоха діджиталізації – це епоха знань і творчості, що характеризується цифровими технологіями й інноваціями в цифровому бізнесі. Однак слід розуміти, що процес оцифрування вимагає певних змін у бізнесі. Оскільки нова епоха включає нові зовнішні фактори та можливості, стратегічні моделі потребують перегляду. Процес формування та впровадження стратегії повинен бути постійним, щоб адаптуватися до швидких змін у цифровому середовищі [2].

Велика кількість торгових підприємств вже користуються вбудованим програмним забезпеченням для електронної комерції. Щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти запити клієнтів, необхідно впроваджувати актуальні цифрові рішення. Успішна діджиталізація онлайн-платформи передбачає впровадження однієї або відразу декількох технологій та ідей, наприклад:

- Перехід до omnichannel-продажів є важливим кроком для підприємств, які хочуть задовольнити потреби сучасних клієнтів. Клієнти все частіше використовують різні канали для покупки товарів і послуг. Підприємства, які забезпечують клієнтам можливість купувати товари і послуги в будь-який час і в будь-якому місці, використовуючи різні канали, мають більше шансів на успіх;

- Розробка нових цифрових сервісів для клієнтів, які будуть відповідати їхнім потребам і очікуванням. Цифрові сервіси можуть включати в себе онлайн-замовлення, трекінг замовлення, чат-боти тощо;

- Використання Big Data і штучного інтелекту. Big Data можна використовувати для сегментації клієнтів, прогнозування попиту і персоналізації пропозицій. Штучний інтелект можна

використовувати для автоматизації завдань, оптимізації логістики і прогнозування ризиків;

– Впровадження нових бізнес-моделей, які засновані на чіткому розумінні цілей і завдань торгового підприємства в сфері діджиталізації. Ці цілі і завдання повинні бути реалістичними і досягнутими. При впровадженні необхідно враховувати такі фактори, як поведінка клієнтів, конкурентна ситуація, технологічні тренди тощо;

– Розвиток цифрових навичок персоналу є важливою інвестицією в майбутнє торгового підприємства. Персонал торгових підприємств повинен мати необхідні цифрові навички для ефективного використання цифрових технологій.

У підсумку можна сказати, що процес діджиталізації є неминучим та безперервним процесом нашого суспільства загалом, та кожної окремої організації зокрема. Стратегія розвитку підприємства залежить від безлічі факторів, як внутрішніх так і зовнішніх, однак усім учасникам ринку доведеться змінюватися значно швидше в аспекті цифрових трансформацій, ніж це відбувається сьогодні. Мінливість зовнішнього середовища вимагає від підприємства постійної відповідності всім світовим тенденціям і стандартам, забезпечення конкурентних переваг, що дозволить довго та стабільно підтримувати діяльність бізнесу.

Література:

1. Гудзь О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка та суспільство*. 2018. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/48.pdf

2. Корнієнко А.П. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу. *Збірник матеріалів круглого столу «Діджиталізація бізнесу: сьогодні і майбутнє»*. Київ : «Хай-Тек Прес», 2021. С. 39–44.

3. Мусієць Т.В., Рябець О.М. Глобальний контекст процесу діджиталізації: сутність, пріоритетні вектори та загрози. *Економіка та суспільство*. № 52. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2600/251>

НАПРЯМ 8. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Портаненко Роман Сергійович

*здобувач магістерського рівня вищої освіти
Донбаської державної машинобудівної академії
м. Краматорськ / м. Тернопіль*

Шашко Вікторія Олександрівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Донбаської державної машинобудівної академії
м. Краматорськ / м. Тернопіль*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-45>

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Сучасна регіональна політика України має базуватися на чіткому розумінні своїх цілей, методів, інструментів перетворення та пристосування регіональної системи до умов війни та наявності необхідних ресурсів для реалізації необхідних кроків. Незавершеність адміністративно-територіальної реформи, зумовлена російсько-українською війною, загрожує наростанням в Україні інституційних диспропорцій у взаємовідносинах між органами державної влади та органами місцевого самоврядування різних рівнів [1]. В Україні на державному рівні досі не створено чіткої соціально-економічної політики для регіонів в умовах війни, спрямованої на їх збереження та на необхідний систематичний розвиток. У той же час досягнення глобальних цілей України, таких як збереження територій, зростання економіки, боротьба з бідністю,

модернізація, цифровізація та реструктуризація економіки, не є можливим без урахування регіональних особливостей в умовах воєнного стану. Незважаючи на важливість кожного регіону для збереження цілісності країни та її загального розвитку, вони ще не займають відповідної позиції в національній економіці та управлінні державою. Радикальна зміна ситуації в територіальному розвитку можлива лише через подолання тенденції до надто великої централізації у державній регіональній політиці, яка почала спостерігатися в останні місяці 2023 року. Також ситуація ускладнюється через корупцію та інші інституційні дисфункції, що блокують ефективність механізмів публічного управління в Україні. Отже необхідно остаточно перейти від централізованої системи з переважанням інтересів, ресурсів та дій національного рівня влади до нової, децентралізованої системи, в якій регіони мають більшу автономію в питаннях свого соціально-економічного розвитку. Іншими словами, потрібно закріпити підхід до управління «знизу до верху». В сучасний час управління регіонами пройшло складний процес трансформації, обумовлений наступними чинниками:

1) Збільшенням економічної самостійності регіонів та перенесенням економічних реформ на регіональний рівень, що вимагає врахування унікальних особливостей кожного регіону, зокрема в умовах воєнного стану.

2) Переважанням ролі приватного капіталу в ключових галузях виробництва.

3) Потребою у створенні соціальної держави в Україні, що передбачає створення умов для гідного життя та вільного розвитку особистості.

4) Відставанням теорії управління регіонами від реальної практики економічних реформ в регіонах.

Зараз регіонах виникають ознаки використання командного, авторитарного стилю управління, суб'єктивізму та спрощеного підходу до складних соціально-економічних процесів. Загострені проблеми, які нагромадилися, вимагають нового принципового

підходу до управління, який включає в себе інші принципи, функції, методи та інструменти.

В Україні стають актуальними такі завдання щодо вдосконалення державного управління регіональним розвитком:

1) Підвищення ефективності публічного управління на основі впровадження таких інституційних стандартів регулювання цієї сфери, які притаманні розвиненим державам світу. Насамперед це стосується нових підходів до стратегування розвитку держави та її регіонів. Державна стратегія регіонального розвитку України має окреслювати стратегічні пріоритети розвитку якщо не для кожного регіону, то принаймні для їх окремих груп: прикордонних з ЄС, прикордонних з Росією та Білоруссю, приморських, центральних, тих, які постраждали від бойових дій тощо [1].

2) Розробка комплексу понять і аналітичного інструментарію, що відображає потребу в «новій регіоналізації країни», спрямованій на підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні. Це включає в себе створення типології регіонів, поняття «опорного регіону» та відповідних критеріїв, а також механізмів міжрегіональної взаємодії для забезпечення впливу ведучих регіонів на розвиток інших територій.

3) Покращення механізмів координації і синхронізації стратегій регіонального розвитку, стратегій розвитку муніципальних структур та державних галузевих стратегій для підвищення темпів зростання та ефективного використання бюджетних коштів.

4) Вдосконалення методів програмно-цільового управління регіональним розвитком, включаючи створення нового покоління державних цільових програм регіонального розвитку та комплексних програм розвитку на регіональному рівні.

5) Запровадження результатоорієнтованого бюджетування на різних рівнях державного, регіонального і муніципального управління, а також поліпшення міжбюджетних відносин.

6) Вдосконалення механізмів взаємодії між органами державної влади різних рівнів, органами місцевого самоврядування та підприємств.

7) Створення ефективних форм державної підтримки розвитку підприємств і розробка виробничих кластерів, сприяння державно-приватному партнерству.

8) Налагодження механізмів економічної підтримки Збройних Сил України [2].

Література:

1. Борщевський В.В., Василиця О.Б., Матвеев Є.Е. Публічне управління в умовах воєнного стану: інституційні трансформації, стратегічне планування та механізми розвитку. *Держава та регіони. Серія : Публічне управління і адміністрування*. 2022. № 2 (76). С. 30–35.

2. Громадська мережа публічного права та адміністрації.
URL: <https://uplan.org.ua/>

НАПРЯМ 9. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Висоцька Марина Петрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національного авіаційного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-46>

НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Охарактеризовано потужний науково-технічний та промисловий потенціал України у високотехнологічних галузях, серед яких є авіаційна, ракетна, хімічна, суднобудівна, атомно-енергетична та галузі загального машинобудування і радіоелектронного приладобудування. Формування та реалізація політики конкурентоспроможності національної економіки є необхідною умовою виходу з кризового стану і подолання цілої низки післякризових проблем [3]. Лише висока конкурентоспроможність української економіки як на внутрішньому, так і на світовому ринках, спроможна забезпечити надійний фундамент розвитку країни і підвищення життєвого рівня її населення.

Завдяки тому, що Україна має суттєвий потенціал авіаційного ринку, доведено, що розвиток авіаційної галузі є одним з ключових і стратегічних напрямків для України.

Виділено основні ринкові тренди, які визначають діяльність авіації України в глобальному вимірі. Серед них: розширення географії авіаційних перевезень в післявоєнний період, відбудова і

модернізація регіональних аеропортів, переосмислення бізнес-моделей авіапідприємств [1; 5].

Доведено, що розвиток авіаційної галузі є суттєвим показником економічного і технологічного розвитку країни. Адже саме авіатранспортна галузь дає змогу успішно розвивати зовнішньоекономічну діяльність, забезпечувати захист економічних інтересів інших галузей економіки на міжнародному ринку та задовольняти потреби населення.

Висвітлено особливості прямого, непрямого та стимулюючого економічного впливу повітряного транспорту на розвиток національної та світової економіки [2]. Авіаційну галузь розглянуто як сукупність авіаційних підприємств з розробки, виробництва, випробувань, реалізації, експлуатації, модернізації та ремонту, що забезпечують стратегічний розвиток національної економіки.

Науково обґрунтовані основні причини системоутворюючої ролі авіаційної галузі в забезпеченні стратегічного розвитку економіки країни. До них віднесено те, що авіаційна галузь:

- є провідною сферою машинобудівної промисловості держави. Адже розвиток авіаційного комплексу забезпечує розвиток інших галузей економіки країни, зокрема машинобудування;

- забезпечує розробку та виробництво продукції не тільки цивільного, а й військового застосування в інтересах безпеки та оборони держави;

- характеризується високим рівнем інвестицій та інновацій як наукомістська галузь, що орієнтуються на фундаментальні наукові дослідження.

- створює велику кількість висококваліфікованих робочих місць в економіці держави, зокрема як у самій промисловості, так і в суміжних галузях;

- здійснює велику кількість експортно-імпортних операцій щодо передачі товарів при їх виробництві та експлуатації, так як потреби в авіаційній техніці мають практично всі держави, проте виробляють їх тільки окремі [1; 2].

На основі глибокого аналізу сучасного стану розвитку авіаційної галузі в країні, визначені і науково обґрунтовані передумови та чинники системної інтеграції авіаційної галузі України у глобальний простір [2; 4; 6].

Зроблені висновки про важливість розроблення концептуальної моделі розвитку авіаційної галузі в умовах глобальних трансформацій.

Література:

1. Гуріна Г.С. Експортний потенціал авіаційного комплексу як запорука інтеграції економіки України у світову економічну спільноту. *Щомісячний інформаційно-аналітичний журнал «Економіка, фінанси, право»*. 2018. № 12/2. С. 14–17.
2. Гуріна Г.С. Експортний потенціал авіаційного комплексу України: теорія, методологія, розвиток : монографія. Видавництво Автограф, 2018. 304 с.
3. Кириленко О.М., Новак В.О., Разумова К.М., Лук'яненко М.О. Деякі аспекти розвитку авіаційного транспорту України в післявоєнний період. *Економіка. Фінанси. Право*. 2022. № 9/1. С. 37–42.
4. Кириленко О.М., Разумова К.М., Новак В.О. Аналіз стратегічного позиціонування та тенденцій розвитку авіаційних перевезень в Україні. *Зб. наук. праць «Моделювання та інформаційні системи в економіці»*. 2020. Вип. 99. С. 83–91.
5. Kyrylenko O., Razumova K., Novak V., Guryna A. Strategic analysis as a tool for the formation and implementation of air company development strategy. *Зб. наук. пр. ДВНЗ «Університет банківської справи» «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики»*. Харків : ХННІ, 2020. № 4.
6. Kyrylenko O., Zarubinska I., Novak V., Razumova K., Danilova E. Features of the development of the transport system of Ukraine on the way to European integration. Collective monograph. *Modern Aspects of Science*. 10-th volume of the international collective monograph. Czech Republic, 2021. 437 p. P. 205–215.

Гаврилюк Оксана Володимирівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

Лютіков Олександр Геннадійович
*магістр
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-47>

ВИКЛИКИ І ЗАВДАННЯ ДЕРЖАВНОЇ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Інтернаціоналізація господарського життя, економічна інтеграція, глобалізація світових ринків товарів, послуг, інформації, капіталів, праці, транснаціоналізація світової економіки посилили взаємозалежності її структурних ланок, що виявляється в активізації усіх форм міжнародних економічних відносин, у тому числі міжнародної міграції населення. За цих умов міграція набула нового масштабного характеру, змісту, а також якісних характеристик. Одночасно активний процес міжнародної міграції людських ресурсів призводить до різних наслідків, які впливають на зовнішньоекономічні зв'язки країн, їх державні фінанси, забезпечення національної демографічної та економічної безпеки. За даними Світового банку, у 2022 р. близько 184,0 млн. осіб проживали за межами країни свого громадянства, при цьому майже 20% з них були біженцями [1].

Виїзд за кордон мільйонів українців став гуманітарним та економічним викликом не тільки для України, а й для країн-партнерів, які прийняли цих осіб. Через повномасштабне російське вторгнення в Європі перебуває 5,831 млн. українських переселенців,

за межами Європи – 362,2 тис. осіб; загальна кількість біженців становить 6,2 млн. осіб [2]. Найбільше українців перебуває у Німеччині, Польщі та Чехії. «Вартість» українських біженців для Європейського Союзу може становити від 30 до 37 млрд. євро на рік, що еквівалентно 0,19-0,23% ВВП Євросоюзу [3; 4], при цьому, найбільше навантаження лягло на країни-сусіди України – Польщу, Чехію та країни Балтії. Також, значні обсяги внутрішньої міграції населення України з зони бойових дій та тимчасово окупованих територій зумовили суттєве збільшення чисельності внутрішньо переміщених осіб – до 5,1 млн. осіб (на червень 2023 р.) [5], більше половини всіх ВПО (60%) перебували у такому статусі впродовж року і довше.

Людський капітал є найважливішим фактором розвитку України, і його значні втрати ускладнюють перспективи економічного відновлення: за підрахунками, втрата 6 млн. економічно активних осіб означатиме щорічну втрату 80 млрд. дол. США вітчизняного ВВП [6]. У переважній більшості вимушені українські мігранти – це середній клас, молоді, амбітні люди з вищою освітою, мотивовані до праці, інтеграції, ментально схожі з європейцями. Очевидно, що приймаючі країни хочуть отримати такий значний, високоосвічений та мотивований трудовий потенціал в той час, як Україна його втрачає. Незадовільні тенденції спостерігались ще до війни, про це свідчать результати Індексу відтоку мізків [7], згідно яких Україна за масштабами відтоку інтелектуалів перебувала на рівні Болівії, Анголи, Пакистану, Перу тощо. Тому для держави надзвичайно важливим є збереження міцних соціальних та економічних зв'язків з тими, хто виїхав за кордон, а також співпраця з країнами, в яких перебувають вимушені мігранти з України з точки зору підтримки їх репатріації та реінтеграції на Батьківщину.

Як зазначає В. Воскобойник, президент Всеукраїнської асоціації компаній з міжнародного працевлаштування, «Перемога не принесе Україні подальшого економічного зростання, якщо вже зараз не дбати про три речі – повернення українців до України, скорочення

трудової міграції з України і залучення трудових мігрантів з-за кордону» [8]. Тому до 2025 р. уряд має розробити стратегію повоєнного економічного відновлення країни і дати сигнал вимушеним мігрантам, на яких умовах і куди їм повертатися. Метою стратегії слід визначити побудову диверсифікованої висококонкурентної структури економіки, розвиток наявних та створення нових порівняльних переваг, що буде сприяти підвищенню рівня добробуту населення України. Повернення українців значною мірою залежатиме від тривалості війни та розвитку безпекової, соціально-економічної ситуації, відновлення соціальної інфраструктури і пошкодженого житла, можливостей працевлаштування, а також загальних перспектив розвитку країни і бачення безпечного майбутнього. Економічна відбудова країни повинна враховувати сучасні тренди розвитку зруйнованих і нових продуктивних високотехнологічних секторів, банківського та фінансового секторів, передбачати модернізацію сільського господарства, акцентуючи на створенні переробного сектору, сприяти створенню замкнених інноваційних циклів, інтеграції до глобальних ланцюжків створення доданої вартості, постачання та збуту, заохоченні кластерних ініціатив розвитку економіки. Проактивна позиція, спрямована на відновлення людського капіталу, необхідна зі сторони держави і шляхом посилення боротьби з корупцією, підтримки підприємництва, створення нових робочих місць.

Біля третини внутрішньо переміщених осіб планують залишитися у місцях тимчасового перебування, тому необхідно сприяти їх соціалізації, залучати їх потенціал до економіки приймаючих регіонів, організувати їх побут та працевлаштування.

В країні може виникнути потреба у залученні іноземних трудових мігрантів, тому держава повинна формувати продуману імміграційну політику, яка б включала і дотримання міжнародних стандартів у сфері міграції, і міжнародний захист, і працевлаштування, і можливості інтеграції. Серед її кращих інструментів – формалізована процедура імміграції з публічними та

чіткими орієнтирами щодо «портрета» іммігранта (вік, сімейний стан, освітній ценз, наявність дітей тощо) та мінімальною дискрецією в наданні виду на проживання; визначення щорічної квоти тих, кого країна планує залучати; нульова толерантність до нелегальної міграції; продумана інформаційна кампанія підтримки міграції із роз'ясненням суспільству її необхідності, корисності для економіки та відсутності загроз для соціуму; чітка програма отримання громадянства після досягнення/виконання певних критеріїв [9].

Отже, в умовах іноземної агресії масове переміщення населення дало змогу врятувати сотні тисяч життів, спричинивши, однак, серйозні виклики і для людей, і для країни. Завдяки вражаючій солідарності суспільства, широкомасштабній міжнародній підтримці, злагодженій роботі державних інституцій Україні вдалося уникнути тяжкої гуманітарної кризи. Проте держава стоїть перед лицем величезної міграційної кризи і є речі, які ми не зможемо купити, які не принесуть ані інвестори, ані донори. І образ майбутнього України визначить те, як ми впораємося з цим викликом.

Література:

1. World Development Indicators (dashboard), World Bank, Washington, DC. URL: <https://datatopics.worldbank.org/worlddevelopment-indicators>
2. Ukraine Refugee Situation. URL: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine>
3. Estimated total Ukrainian refugee costs in selected countries worldwide from March 2022 to February 2023. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1312602/ukrainian-refugee-cost-by-country/>
4. Policies to Address the Refugee Crisis in Europe Related to Russia's Invasion of Ukraine. IMF. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/IMF-Notes/Issues/2022/09/08/Policies-to-Address-the-RefugeeCrisis-in-Europe-Related-to-Russias-Invasion-of-Ukraine-522662>
5. Звіт про внутрішнє переміщення в Україні. Опитування загального населення. Раунд 13. Червень 2023. URL: <https://dtm.iom.int/reports/ukraina-zvit-pro-situaciyu-z-vnutrishnim-peremischennyam-zagalne-opituvannya-naselennya?close=true>
6. Довгий шлях додому. Чи варто Україні чекати на повернення біженців з-за кордону. 14 серпня 2023. URL: <https://focus.ua/uk/economics/585160-dovgiy-shlyah-dodomu-chi-varto-ukrajini-chekati-na-povernennya-bizhenciv-z-za-kordonu>

7. Human flight and brain drain. Country ranking.
URL: https://www.theglobaleconomy.com/rankings/human_flight_brain_drain_index/

8. Без повернення біженців та залучення трудових мігрантів українська економіка приречена – експерт. 19 вересня 2023.
URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3763260-bez-povernenna-bizenciv-ta-zalucenna-trudovih-migrantiv-ukrainska-ekonomika-prirecena-ekspert.html>

9. Будкін С. З досвіду Австралії можна взяти дуже багато для майбутньої міграційної політики України. URL: <https://thepage.ua/ua/experts/migracijna-politika-ukrayini-pislya-vijni-ta-avstralijskij-dosvid>

Ярмак Ольга Віталіївна

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

Татаренко Маргарита Олегівна

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

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-48>

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Пріоритетними у зовнішньоекономічній політиці країни слід вважати орієнтир на розвиток експорту. Провідна роль експорту з реалізації зовнішньоекономічної політики держави у міжнародному поділі праці і системі господарських зв'язків визначаються через постачання конкурентоспроможної продукції та послуг; можливістю одержання країною іноземної валюти, необхідної для модернізації і структурної перебудови економіки на базі новітніх технологій і видів техніки, оплати імпорту тих товарів, для виробництва яких держава не має достатніх ресурсів і сприятливих умов; досягненням позитивної величини платіжного балансу країни. Тобто, теорія та методологія зовнішньоекономічної діяльності – основа розвитку експортного потенціалу – розглядається з позиції формування конкурентних переваг галузей національної економіки.

В свою чергу експорт, як правило, розглядається як вивіз за межі країни товарів для реалізації їх на зовнішньому ринку або як кількість та вартість вивезених за кордон товарів. Наприклад, П. Самуельсон та В. Нордхаус визначають експорт як товари та послуги, які виробляються всередині країни та продаються за

кордоном [1]. Відповідно, імпорт – ввезення відповідних цінностей для країни. Не применшуючи значення імпортової діяльності необхідно відзначити, що з огляду на розвиток національної економіки збільшення й підвищення експортних потоків – це найголовніша задача економічної системи країни, оскільки на відміну від імпорту експорт призводить до залучення в країну додаткових обсягів валюти, що не тільки стабілізує курс національної валюти, але й позитивно впливає на імідж та інвестиційний потенціал країни в цілому.

Тому розглядаючи експорт як вагомий чинник впливу на економічне зростання, на інтеграцію країни у світове господарство, він набуває ознак потенціалу, тобто прихованої здатності забезпечувати досягнення поставленої мети та вирішення певної проблеми суспільного розвитку. Такий дуалістичний погляд на сутність експорту має важливе значення для поглиблення методологічної основи розробки напрямів його розвитку, підвищення можливостей позитивного впливу на економіку країни у цілому.

Проте не зважаючи на значущість та доволі високий інтерес до сутності такого терміну як «експортний потенціал» на сьогодні відсутня єдність його трактування.

Так, В. Бегма під експортним потенціалом розуміє частину загального економічного потенціалу, що здатна відтворювати свої конкурентні переваги на зовнішньому ринку або обсяг благ, які національна економіка може створити і реалізувати за межі держави й застосовує це поняття як до країни в цілому, так і до окремих галузей чи підприємств [2].

О. Кириченко під експортним потенціалом розуміє соціально-економічну категорію ринкової економіки, яка відбиває можливості галузі (підприємства) зберігати або збільшувати обсяг експорту в довгостроковій перспективі, використовуючи сукупність національних і зовнішніх чинників, що дають можливість ефективно конкурувати на світовому ринку [3].

С. Голіней вбачає в експортному потенціалі можливості країни з експорту продукції; продукція, що має конкурентні переваги і може конкурувати на зовнішньому ринку [4].

Таким чином, експортний потенціал структурно відокремлюється від виробництва, в той час, як велика кількість вітчизняних та зарубіжних дослідників, що займаються цією проблемою, пов'язують експортний потенціал як з виробничими, так і зі збутовими процесами. Відповідно, експортний потенціал містить елементи, що пов'язані зі збутом товарів, проте у ньому присутні й елементи, що характеризують виробництво продукції.

Спираючись на вищенаведені визначення, можна зробити висновок, що експортний потенціал – це обсяг конкурентоспроможної продукції, яку здатна виробляти та реалізовувати на зовнішніх ринках економічна система певного рівня.

При цьому, відповідно до наведеної інформації, експортний потенціал розглядається як на рівні країни в цілому, так і на рівні окремих галузей чи підприємств. При цьому беручи до уваги, що підприємство є основною низовою ланкою всієї економічної системи країни, саме експортний потенціал підприємства є фундаментом формування експортного потенціалу всієї країни, що змушує нас більш детально розглянути його економічну сутність та склад.

Узагальнення низки фахових джерел дозволило нам виділити такі науково-методичні підходи до визначення експортного потенціалу підприємства: компаративний, ресурсний, системно-структурний і функціональний.

Дослідивши концептуальні основи експортного потенціалу, Т. Мельник стверджує, що експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів окремих галузей, першою чергою – промисловості як найважливішого продуцента готової продукції [5]. Л. Піддубна розглядає експортний потенціал як компоненту економічного потенціалу підприємства, що забезпечує його взаємодію з експортними ринками на засадах взаємного задоволення економічних та інших інтересів експортерів та імпортерів, застосовуючи при цьому функціонально-структурний підхід [6].

М. Дудченко визначає експортний потенціал як реальну систему внутрішніх економічних відносин і зовнішніх зв'язків. У ньому сфокусовані ресурсні, економічні, технологічні та інші порівняльні переваги країни.

Поєднання цих підходів в один дозволило трактувати поняття «експортний потенціал підприємства» як системне явище, що характеризує можливість підприємства виконувати функцію суб'єкта міжнародної економічної діяльності, задовольняючи потреби зовнішніх ринків, природа яких пов'язана зі здійсненням експортної діяльності підприємства.

Література:

1. Самуельсон П., Нордхаус В. Економіка. Вільямс, 2012. 1360 с.
2. Бегма В.М. Деякі аспекти визначення експортного потенціалу українського оборонно-промислового комплексу. *Проблеми науки*. 2007. № 7. С. 45–51.
3. Кириченко О.М. Експортний потенціал харчової промисловості України. *Наукові праці Українського державного університету харчових технологій*. Київ : УДУХТ, 1999. № 5. С. 66–69.
4. Голіней С.В. Державне регулювання експортного потенціалу України. *Механізм збалансованого розвитку промислового виробництва*. Київ, 2005. № 2. С.130–139.
5. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. *Міжнародна економічна політика*. 2008. Вип. 1-2. С. 241–271. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Мер_2008_1-2_11
6. Піддубна Л.І., Шестакова О.А. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. Випуск 37. С. 223–229.

НОТАТКИ

Наукове видання

Міжнародна науково-практична конференція

**«ПЕРСПЕКТИВИ СТАБІЛЬНОГО
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: СВІТОВИЙ
ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ»**

(м. Запоріжжя, 8-9 грудня 2023 р.)

Підписано до друку 15.12.2023. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 13,02. Тираж 100. Замовлення № 1123-053.
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.