

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ПОЛІТОЛОГІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ

КАФЕДРА СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА
І МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Фінансово-економічний потенціал країни і регіонів: механізми функціонування в сучасних умовах

ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

2 лютого 2024 року

Конференцію організовано у межах проектів
ЕРАЗМУС+ 611599-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-MODULE
«Соціальне та економічне включення біженців та мігрантів
до Європейського Союзу: виклики для України»
та 101048173- Monetary policy-ERASMUS-JMO-2021-HEI-
TCH-RSCH «Успіхи і недоліки монетарної політики
Європейського Союзу: наслідки для України», які
фінансуються з боку Європейського Союзу



Funded by the
European Union



Львів-Торунь
LiHa-Pres
2024

Організаційний та програмний комітет:

Алексєєвська Г. С. – доктор філософії з міжнародних економічних відносин, старший викладач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Горняк О. В. – д.е.н., професор, професор кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І. І. Мечникова.

Кириченко М. В. – старший викладач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Крючкова Н. М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І. І. Мечникова.

Ломачинська І. А. – д.е.н., доцент, завідувачка кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І. І. Мечникова.

Ніколаєв Ю. О. – к.е.н., доцент, заступник завідувача кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Пічугіна Ю. В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Родіонова Т. А. – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Цевух Ю. О. – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Якубовський С. О. – д.е.н., професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Відповідальний за випуск:

Якубовський Сергій Олексійович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

Фінансово-економічний потенціал країни і регіонів: механізми функціонування в сучасних умовах: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м.Одеса, 2 лютого 2024 р.) / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2024. – 196 с.

ISBN 978-966-397-362-3

Викладено тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Фінансово-економічний потенціал країни і регіонів: механізми функціонування в сучасних умовах», яка відбулася у м. Одеса 2 лютого 2024 року.

Фінансується Європейським Союзом, проте висловлені погляди та думки належать лише авторам і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з освіти та культури (ЕАСЕА). Ні Європейський Союз, ні орган, що надає гранти, не можуть нести за них відповідальності.

336:005.336"313"(062.552)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА

Бикова А. Л., Магда П. Д. НЕТРАДИЦІЙНІ МЕТОДИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ	7
Botsula Oleksandr, Golovina Olena FOREST MANAGEMENT STRATEGY: A CASE STUDY OF ZHYTOMYR OBLAST	11
Власенко Р. В., Яценко Л. Д. ПРОДУКТИВНА ЗАЙНЯТИСТЬ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ	15
Гамзіна О. М. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКОСИСТЕМНОГО ОЦІНЮВАННЯ ПРИРОДНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	20
Дикий О. В. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ВІЙНИ	24
Доброва Т. Г. ПОТУЖНИЙ СЕРЕДНІЙ КЛАС ЯК ІНДИКАТОР ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ.....	28
Довгий Д. А. ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ	33
Карась Ю. М. РОЛЬ ВИРОБНИЧОГО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	36
Кравцова Л. Л. ФОРМУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	39
Лиска П. О. ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КСВ КОМПАНІЯМИ В УМОВАХ ВІЙНИ	44
Олач А. І. ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0	49
Rohozian Yuliia IDENTIFICATION OF RECOVERY AREAS AS A BASIS FOR ASSESSING THE RESULTS OF THEIR DEVELOPMENT IN WARTIME	54
Самійленко А. П. ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ ДЛЯ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ.....	57

Скрильов В. В. ДЕРЖАВНИЙ БОРГ – СУЧАСНИЙ ВИКЛИК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	62
Соловій І. П., Король І. М. ЛІСОВИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ ТА ПРОБЛЕМИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	67
Товстик Р. В. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ SMART FACTORY НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	70
Череватський Д. Ю., Бойко О. В., Баш В. О. ЩОДО ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЕНЕРГЕТИКИ ТРУДОВИТРАТ В МЕЖАХ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ.....	73
Шаповалов А. П. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	77
СЕКЦІЯ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ	
Гарбузова В. В. ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	81
СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ	
Альошин С. Ю. ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПОДАННЯ	85
Мельник А. Є. ПЕРЕДУМОВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ	89
СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ	
Бодаковський В. Ю. АДАПТИВНА СКЛАДОВА ТА СИТУАТИВНЕ ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК КОМПОНЕНТИ ФІНАНСОВОЇ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ.....	92
Дешко А. Л. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ.....	96
Зарічна Н. З. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКІВ БАНКІВ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	100

Різник Д. В. ІНВЕСТИЦІЇ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	103
--	-----

СЕКЦІЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

Макаров А. В., Литвишко Л. О. ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ ІНТУЇТИВНОГО МИСЛЕННЯ МЕНЕДЖЕРА	106
---	-----

Пешко М. І. КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СВІТІ	109
--	-----

Сас Н. М. КОРПОРАТИВНЕ НАВЧАННЯ (АКТУАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ДЕФІЦИТУ КАДРІВ).....	113
---	-----

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ

Авраменко Р. Ф. ВИРОБНИЦТВО НАСІННЯ ГАРБУЗА ГОЛОНАСІННОГО НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ	117
--	-----

Багорка М. О., Александров А. О. ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГУ	122
---	-----

Луцій І. О. ВПЛИВ БРЕНДИНГУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	127
---	-----

Мастило А. Ф. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	132
---	-----

Палагнюк С. Ю. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	136
---	-----

Рожко В. І. ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	140
--	-----

Степанець І. П. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО У АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	145
--	-----

СЕКЦІЯ 7. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Гбур З. В. ІНСТРУМЕНТИ ПУБЛІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	149
--	-----

Никифоров А. Є.
ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПУБЛІЧНИМИ ФІНАНСАМИ
В ДОКУМЕНТАХ ЄС..... 155

Оганісян О. В.
РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ
В ПРОЦЕСІ ГАРМОНІЗАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА
З ПРАВОВИМИ СТАНДАРТАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ 160

СЕКЦІЯ 8. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Грущинська Н. М.
ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО РЕСУРСУ
ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 164

Коробка Р. В.
ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ВИДОБУТКУ ВУГЛЕВОДНЕВОЇ СИРОВИНИ
В ГЛОБАЛЬНОМУ МАСШТАБІ: ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ 167

Лапчук Б. Ю.
ДИНАМІКА НЕОФІЦІЙНОЇ ДОЛАРИЗАЦІЇ В УКРАЇНІ
В УМОВАХ ВІЙНИ..... 171

Матрунчик Д. М.
ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ТНК
ЯК БАЗОВА ПЕРЕДУМОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ
РЕГІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ КОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ 174

Онопрієнко Ю. Ю.
ОЦІНКА БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КРАЇНАХ ЄС
ТА ВПЛИВ НА ЇХ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК 178

Подорожна М. Р., Квашина Ю. А., Отенко І. П.
ІННОВАЦІЙНІ АТРИБУТИ ФОРМУВАННЯ
ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ..... 181

Харун О. А., Грицина Л. А.
РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ УКРАЇНИ..... 186

Шишка І. В.
ОСНОВНІ ТАКТИЧНІ ЦІЛІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ
СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ..... 190

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА

Бикова А. Л.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та економічної безпеки,
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

Магда П. Д.

*магістранта,
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-1>

НЕТРАДИЦІЙНІ МЕТОДИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Кожна компанія у певний час вдається до різних методів залучення персоналу, їх прийнято поділяти на активні та пасивні методи. Вибір даних методів насамперед залежить від термінів закриття вакансії. Якщо терміново необхідний висококваліфікований фахівець – варто вдаватися до більш витратних активних методів залучення, а якщо закриття вакансії може почекати, то найчастіше звертаються до пасивних методів – економія фінансових ресурсів.

Дослідженню питань підбору та відбору персоналу, застосування ефективних сучасних методів відбору персоналу присвячена значна кількість праць зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких: Т. Балановська, О. Болотова, Г. Глуходід, Л. Кубіній, А. Лобза тощо.

Для кожної компанії підходять саме ті методи відбору кандидатів, які застосовуються в її умовах і максимально відповідають її цілям. Тому практично неможливо визначити, які методи можна вважати новаторськими, а які вже застарілими. Рішення залишається за фахівцями HR-служби, але, щоб воно було вірним та обґрунтованим, необхідно володіти всім набором прийомів та інструментів, що дозволяють підібрати високопрофесійних та успішних співробітників.

Існують різні методи відбору співробітників [2]:

– класичні (традиційні), такі як: співбесіда, анкетування, тестування, центри оцінки, резюме та інше;

– нетрадиційні: стрес-інтерв'ю, Brainteaser-інтерв'ю, фізіогноміка, соціоніка, графологія та інше.

Традиційні методи є найбільш універсальними та перевіреними часом, а тому користуються більшою популярністю у кадрових відділах організацій. Для виявлення додаткових якостей кандидата, кадровий відділ організації може використовувати нетрадиційні методи відбору, які включають стресові інтерв'ю, інтерв'ю-головоломки, кейс-інтерв'ю [5].

Brainteaser-інтерв'ю – це різновид співбесіди, мета якої – визначити, наскільки добре потенційний співробітник може застосовувати аналітичне та логічне мислення під час виконання своїх обов'язків. Щоб зрозуміти це, під час інтерв'ю йому пропонують відповісти на нестандартне запитання чи спробувати вирішити логічне завдання. Від претендента очікують нестандартну відповідь, яка доведе, що він вміє мислити креативно і виходити за звичні рамки у пошуках рішення у складній ситуації. Цей спосіб підійде тим організаціям, які у роботі цінують неординарне мислення [3].

Стресове інтерв'ю – даний метод передбачає особливий вид інтерв'ю, при якому створюються стресові ситуації для кандидата, в ході чого визначається вміння кандидата адаптуватися до стресових ситуацій, а також швидкість прийняття найбільш ефективного рішення. здібностей кандидата. У ході інтерв'ю потенційному співробітнику задаються питання хитромудрого характеру [4].

Кейс-метод – метод, під час якого моделюється робоча ситуація, що викликає професійну дискусію, що вимагає від кандидата пропозицій щодо ефективного вирішення проблеми [4].

Фізіогноміка – цей підхід для підбору майбутніх співробітників ґрунтується на аналізі характеру кандидата, його настрої, міміці, жестів і рис особи. Від того, наскільки впевнено почувається кандидат, багато в чому залежить його майбутнє в компанії. Рекрутер, у свою чергу, розуміє, чи зможе такий співробітник самостійно приймати рішення, мислити логічно. Такий підхід вкрай рідко використовується сам собою, найефективніше зробити його доповненням до одного з традиційних підходів добору персоналу [1].

Соціоніка – це одна нестандартна технологія пошуку потенційних співробітників – це поділ їх за соціотипами. Соціоніка має на увазі, що всім людям можна присвоїти певний соціотип, для кожного з яких характерні певні риси. У цьому випадку – стиль спілкування та роботи.

Технологія відбору співробітників, заснована на соціоніці, передбачає проведення відповідного тесту. Іноді такий спосіб називають соціоналізмом [1].

Сучасний процес підбору та відбору персоналу включає в себе використання різноманітних стратегій, технологій та інструментів для забезпечення ефективного відбору кваліфікованих працівників. Нижче наведено аналіз деяких сучасних методів, що нині широко використовуються HR-фахівцями:

- Онлайн-платформи та ресурси. Інтернет-портали з пошуку роботи: сучасні кандидати активно використовують такі платформи, як LinkedIn, Indeed, Glassdoor, для пошуку вакансій та вивчення інформації про роботодавців. Кар'єрні сайти компаній: багато компаній публікують свої вакансії на власних веб-сайтах.

- Автоматизовані системи управління талантами (ATS) допомагають автоматизувати відбір резюме, що економить час та полегшує обробку великої кількості кандидатів.

- Відбір за допомогою штучного інтелекту (AI). Системи AI можуть автоматично аналізувати резюме та виділяти кандидатів, які найбільш відповідають вимогам. Віртуальні асистенти та роботи можуть проводити структуровані інтерв'ю з кандидатами.

- Використання соціальних мереж для залучення кандидатів також стає актуальним, як і застосування профільних онлайн-платформ, особливо якщо це стосується пошуку співробітників на творчі посади.

- Відкриті дні та події, такі як кар'єрні ярмарки та виставки. Компанії приймають участь в заходах, щоб прямо спілкуватися з потенційними кандидатами.

Кожен із охарактеризованих методів має свої слабкі та сильні сторони. Залежно від поставлених цілей та існуючих завдань кожна організація самостійно здійснює вибір на користь того чи іншого методу, або комбінує їх.

Література:

1. Глуходід Г. Ю. Вдосконалення методики добору персоналу з урахуванням психологічних особливостей претендента на посаду. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «економіка і менеджмент»*. 2016. № 1(67). С. 15–18.

2. Гусаковська Т. О., Рибалко-Рак Л. А., Омельчук О. В. Особливості формування системи відбору персоналу на сучасних підприємствах. *International scientific innovations in human life. Proceedings of the*

8th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Manchester, United Kingdom. 2022. С. 545–549.

3. Євтушенко В. А. Кудінова М. М. Інноваційні методи відбору персоналу в сучасних умовах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Випуск 3 (08). С. 158–164.

4. Кичко І. М. Горбаченко В. Н. Інновації в управлінні персоналом та сучасний ринок праці: аспекти взаємодії. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 5(71). С. 139–147.

5. Кубіній Н. Ю. Сучасні підходи до відбору персоналу на підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2020. Вип. 2. С. 108–113.

Botsula Oleksandr

Ph.D. in Economics,

Head of the Department of Agroecology and Biosafety,

Institute of Agroecology and Natural Resources,

National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine

Kyiv, Ukraine

Golovina Olena

Ph.D. in Economics,

Institute of Agroecology and Natural Resources,

National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine

Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-2>

FOREST MANAGEMENT STRATEGY: A CASE STUDY OF ZHYTOMYR OBLAST

The total area of forest plantations in Ukraine is 10.6 million hectares, of which 9.6 million hectares are covered with forest vegetation. The forest cover of the country's territory before the invasion of Russian forces was 17%, unfortunately, it is now around 15%. Forests in Ukraine are distributed very unevenly, concentrated mainly in the Polissia region and the Ukrainian Carpathians. The forest cover varies significantly in different natural zones and does not reach the optimal level at which forests positively influence the climate, soil, water resources, mitigate the effects of erosion processes, and ensure a higher timber yield [1, p. 53]. Zhytomyr Oblast belongs to the forest-rich regions of Ukraine. The total area of all natural and artificial forests in Zhytomyr region constitutes its forest fund, with a total land area of 1081.9 thousand hectares, out of which 1001.6 thousand hectares are covered with forest vegetation. The forest cover level of the region is one of the highest in Ukraine, reaching 33.6% (while the calculated optimal level for this natural zone, necessary to achieve a balance between timber consumption and environmental requirements, is 36%). Zhytomyr Oblast's forest cover is surpassed only by Zakarpattia, Ivano-Frankivsk, and Rivne Oblasts [2, p. 95].

The forest resource potential of Zhytomyr Oblast is characterized by uneven distribution, diversity of tree species, varied age structure, different levels of development, and intensity of use. This requires special attention

and the application of specific approaches tailored to the region's unique characteristics.

Excessive logging in the post-war period has left its mark on the age structure of forests in Zhytomyr Oblast. Currently, young and middle-aged plantations dominate the age structure, accounting for 73%. Mature and overmature plantations cover only 10% of the forested land. More than half of the forest plantations (53%) have been established through artificial afforestation (creating forest stands after clear-cutting). The majority of Zhytomyr Oblast's forest plantations are classified as highly productive. Based on their assessment characteristics, they fall into the I and II bonitet classes, with an average stand density of 0.8. Currently, there is a trend towards increasing areas affected by diseases, pests, and, in the past year, fires caused by shelling from the aggressor's territory. The total area of damaged forests is 55.0 thousand hectares, including 11.0 thousand hectares affected by root rot.

Within Ukraine, 52 state-owned forestry enterprises operate under conditions of pollution, including 12 such enterprises in Zhytomyr Oblast. For the main product of forestry (timber), there is a gradual increase in Cs-137 content in most areas of Zhytomyr Oblast due to the annual accumulation of radioactively contaminated annual and radial tree growth.

However, despite the bans and restrictions on timber harvesting and other products of incidental forest use established by the current legislation, the volumes of timber harvesting in the areas of Zhytomyr Oblast affected by radioactive contamination continue to increase. According to the information provided in Table 1, it is evident that the harvesting of salvage timber in the regions affected by radioactive contamination constitutes approximately 64% of the total volumes in the region. In some areas, this indicator has increased by more than 1.5 times compared to 2017, notably in the Luhynsk, Korosten, and Malyn districts.

Considering the formation of a strategy for balanced forestry management, researching the role of forestry in the region's socio-economic context is crucial. By utilizing key performance indicators of enterprises in Zhytomyr Oblast, excluding banks and government institutions, it is possible to determine the significance of forestry enterprises in these metrics and, consequently, their impact on the socio-economic development of the region [3, p. 125].

The analysis of the eco-economic prerequisites for forming a strategy of balanced forestry management, using the example of Zhytomyr Oblast, indicates that issues related to the utilization of the region's forest resources

significantly affect all areas where these resources are present. Historically, industrial development in these regions has been weak, and the production capacities existing during the command-administrative economy era were closely linked to forestry. The privatization of wood processing facilities in the 1990s often led to their decline and the reorientation of forestry towards exports. The number of jobs in the forestry sector in forest-rich regions has decreased significantly.

Table 1

Harvesting of salvage timber in the districts of Zhytomyr Oblast affected by radioactive contamination, 2017–2022

Indicators	Years					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Zhytomyr Oblast, total, thousand m ³	2444,1	2684,9	2677,7	2881,5	3026,1	3127,3
Including in the districts affected by radioactive contamination:						
Yemilchynskiyi, thousand m ³	159,0	172,7	173,4	183,5	174,5	176,6
Korostenskiy, thousand m ³	98,9	129,7	135,7	122,5	146,0	149,4
Luhynskiyi, thousand m ³	100,7	108,3	101,1	140,1	146,8	157,5
Malynskiyi, thousand m ³	153,4	178,9	202,3	244,3	235,7	250,5
Narodytskyi, thousand m ³	118,6	137,8	137,1	133,0	158,1	146,6
Novohrad-Volynskiyi, thousand m ³	271,3	284,4	298	309,9	326,6	334,7
Ovruchskiyi, thousand m ³	370,1	415,6	399,1	375,8	436,6	464,2
Olevskiyi, thousand m ³	307,0	327,1	310,3	331,5	337,2	306,7
Total for districts affected by radioactive contamination, thousand m ³	1579,0	1754,5	1757,0	1840,6	1961,5	1961,5
Proportion of salvage timber harvesting by districts affected by radioactive contamination, %	64,6	65,3	65,6	63,9	64,8	64,8

Source: Calculated by the author based on the data from the Main Statistical Office in Zhytomyr Oblast

The main trends in contemporary forest management are shaped by specific environmental, economic, and social conditions that must be considered when forming a strategy for balanced development. Environmental conditions include the location of forest plantations, the forest cover level in regions, the distribution of total forest area by categories, tree species composition, age structure, and the degree of contamination with

radioactive elements. Environmental conditions for forestry vary regionally and, in turn, influence the economic and social factors in the development of forestry enterprises.

It has been established that among the economic trends characterizing forest management development in Zhytomyr Oblast, the following points can be highlighted: the increasing share of salvage timber harvesting, already high at present (more than 64% of the total volumes in the region), and timber export volumes (more than 50% of the total volumes in the region) from areas affected by radioactive contamination; the allocation of forest resources to various forest users with different organizational and managerial subordination, leading to the complexity of implementing a unified forest management strategy; the enhanced economic role of communal forestry enterprises in the development of the forestry sector; the strengthening correlation between the economic activities of forestry enterprises and the incomes of the local population.

References:

1. Osnovni pokaznyky diialnosti pidpryiemstv po mistakh oblasnoho znachennia ta raionakh u 2015 rotsi. Available at: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua/StatInfo/Pidpr/pidprrai.htm>.
2. Korchynska L. F. (November 28–29, 2014) Orhanizatsiino-pravove zabezpechennia lisokorystuvannia v Zhytomyrskii oblasti. *Aktualni problemy modernizatsii ekonomiky ta finansovoi systemy Ukrainy*: zb. materialiv Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Cherkasy : Cherkas. derzh. tekhnol. un-t, pp. 194–196.
3. Drebot O. I. (2012) *Instytutsionalizatsiia lisovoho sektora ekonomiky v konteksti staloho rozvytku Ukrainy*. Kyiv: DIA, 336 p.

Література:

1. Основні показники діяльності підприємств по містах обласного значення та районах у 2015 році. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua/StatInfo/Pidpr/pidprrai.htm>
2. Корчинська Л.Ф. Організаційно-правове забезпечення лісокористування в Житомирській області. *Актуальні проблеми модернізації економіки та фінансової системи України* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 28–29 листопада 2014 р.). Черкаси : Черкас. держ. технол. ун-т, 2014. С. 194–196.
3. Дребот О.І. Інституціоналізація лісового сектора економіки в контексті сталого розвитку України. Київ : ДІА, 2012. 336 с.

Власенко Р. В.

*кандидат наук з державного управління,
завідувач відділу соціальної стратегії,*

Національний інститут стратегічних досліджень

м. Київ, Україна

Яценко Л. Д.

головний консультант відділу соціальної стратегії,

Національний інститут стратегічних досліджень

м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-3>

ПРОДУКТИВНА ЗАЙНЯТИСТЬ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ

Категорія «стійкість» (або резильєнтність – від. англ. resilience – життєстійкість, спроможність відновлюватись), визначається як «здатність системи, спільноти чи суспільства, які зазнають небезпеки, чинити опір, поглинати, пристосовуватися, адаптуватися, трансформуватися та відновлюватися від наслідків небезпеки своєчасно та ефективно, у тому числі шляхом збереження та відновлення основних базових структур та функцій через управління ризиками» [1]. Ознаками соціальної стійкості (social resilience) відзначаються: здатність соціальних акторів долати різні види негараздів, зберігаючи рівновагу та задані властивості й параметри у встановленому проміжку часу; здатність адаптуватися до викликів; здатність до трансформації, до створення інституцій, які сприяють індивідуальному добробуту та стійкості суспільства в умовах криз [1; 2].

Таким чином, можна стверджувати, що основними вимірами соціальної стійкості є: забезпечення розширеного відтворення людського потенціалу; умови для розвитку і реалізації потенціалу кожного члена суспільства, соціальна якість; соціальна справедливість та згуртованість; ефективна система соціалізації та життєзабезпечення; інклюзивність; легітимність; життєві цінності; соціальний захист та підтримка.

Питання соціальної стійкості набуває в умовах військового протистояння особливої актуальності, адже протягом тривалого часу населення перебуває у стані постійного стресу через повну чи часткову

втрату роботи, доходів, майна, доступу до соціальних послуг, погіршення психологічного стану, неможливість повернутись до звичного ритму життя і звичних форм спілкування. До того ж зазначені процеси, пов'язані з війною, розвиваються в Україні на фоні затяжної економічної кризи, незавершених реформаційних процесів, які позбавляють населення впевненості у майбутньому і виступають гальмом на шляху підвищення рівня добробуту населення, зумовлюють зниження рівня довіри до влади як центрального, так і місцевого рівнів, посилюють соціальну напруженість в суспільстві, що не може позитивно впливати на формування соціальної стійкості.

Враховуючи виміри соціальної стійкості та виклики, що формуються в українському суспільстві в кризовий період, можна стверджувати, що значна частина завдань у сфері формування соціальної стійкості безпосередньо пов'язані з відновленням і виведення на траєкторію стійкого зростання економіки та забезпеченням на його основі соціальної якості, де винятково важлива роль належить продуктивній зайнятості, від якої значною мірою залежать і темпи, і якість економічного, соціального розвитку та добробут населення. Адже саме праця виступає як ключовою ланкою розвитку соціально-економічної сфери, основним джерелом доходів, забезпечення потреб індивідів та домогосподарств, зростання якості та рівня їхнього до рівня, прийняттого в суспільстві, так і здатністю запобігати соціальному виключенню уразливих груп суспільства та протидіяти поглибленню вираженого соціального дисбалансу. І в цьому руслі пріоритетом є забезпечення саме продуктивної зайнятості, що дає змогу забезпечити ефективне суспільне виробництво та задовольнити потреби працівника на рівні не менше встановлених законодавством гарантій, з одної сторони, а з іншої – є важливим показником добробуту населення, соціально-економічного розвитку країни, що має важливе значення для кожної окремої людини, держави та суспільства в цілому.

Нажаль, руйнування виробничих ланцюгів, погіршення умов для підприємництва, втрата значної частки потенціалу базових галузей промисловості та аграрного сектору, руйнація соціальної інфраструктури в наслідок активних воєнних дій на території України призвели до звуження поля прикладання праці, зменшення якісних робочих місць та посилення розбалансованості ринку праці. До того, поглиблення галузевих та професійно-кваліфікаційних та територіальних диспропорцій зумовило масштабне вимушене переміщення населення. Сучасні проблеми стали справжнім

випробуванням для усіх інститутів ринку праці стосовно забезпечення продуктивної зайнятості та здатності боротися із впливом негативних факторів, що впливають на сферу зайнятості, зокрема, та збереження соціальної стійкості загалом.

Від початку повномасштабного вторгнення Держстат не публікує даних щодо безробіття. Дослідницька агенція Info Sapiens, що здійснює оцінки його рівня, відмічає наступне: попри поступову адаптацію ринку праці до змін, пов'язаних з війною, рівень безробіття у 2023 році знижувався, але в підсумку зберігається на високому рівні (16,1%). В кінці грудня на 1 вакансію претендувало 4,86 пошукачів роботи [3]. За офіційним повідомленням Державної служби зайнятості станом на 1 січня 2024 року чисельність зареєстрованих безробітних становила 115,9 тис. осіб. За віковими групами: 23% зареєстрованих безробітних були у віці до 35 років; 30% – у віці від 35 до 44 років; 30% – у віці від 45 до 55 років; 17% – понад 55 років. За освітою: 42% зареєстрованих безробітних мали вищу освіту, 36% – професійно-технічну, 22% – загальну середню освіту [4]. Дані свідчать про збереження значного рівня молодіжного безробіття та проблем у сфері використання освітнього потенціалу, що посилює ризики використання трудового потенціалу.

Водночас, на ринку праці спостерігається тенденція щодо зростання дефіциту вільних робочих рук в Україні: значна частина українців перебувають за кордоном, а близько мільйона чоловіків та жінок боронять країну у лавах ЗСУ. За даними соціологічного дослідження в кінці 2023 року 55% опитаних компаній підтвердили, що вже відчувають брак кадрів, 33% зазначили, що відчувають це частково і лише 12% поки не відчувають недостачі [5]. Наразі нестача кадрів спостерігається в особливо важливих галузях, де необхідна спеціалізована освіта та досвід (наприклад медицина, освіта, зовнішньоекономічна діяльність, маркетинг тощо). Така ситуація стає серйозною проблемою, яка впливає на різні галузі та економічну стабільність України. Також це може призвести до збільшення безробіття серед молоді та молодих спеціалістів та іншого боку – до зниження якості соціальних послуг і зниження доступу до них, що негативно вплине на якість життя населення.

Глибина диспропорцій, оцінена за допомогою коефіцієнта асиметрії на основі використання показника навантаження на одне вакантне робоче місце у розрізі професійних груп, видів економічної діяльності та регіонів України, становила на початок 2023 року

відповідно 1,7; 1,5 та 4,9. Наведені результати розрахунків показують, що глибина диспропорцій за професійними групами та видами економічної діяльності є значною, а за регіонам – є критичною. Негативними наслідками сформованих диспропорцій на ринку праці є: порушення стійкості функціонування ринку праці, погіршення індикаторів використання трудового потенціалу; скорочення надходжень до бюджетів соціальних фондів; збільшення навантаження на працюючих та соціальні фонди; ослаблення мотивації до активного пошуку роботи; втрати професійних вмінь, навичок; зменшення шансів на працевлаштування; зниження рівня життя працездатного населення; збільшення ризиків щодо повної самореалізації осіб; посилення соціальної напруженості в суспільстві. Наявність дисбалансів обмежує можливість реальних перспектив успішності економічних зрушень, ефективного використання трудового потенціалу та формування на цій основі соціальної стійкості.

Проблеми у сфері зайнятості обмежують можливість реалізації більшості соціальних прав, підвищують ризик нестабільної зайнятості та отримання постійного доходу, що негативно відображається на рівні життя працездатних осіб та членів їх родин. Протягом 2023 незмінно 20–25% опитаних Info Sapiens повідомляли, що економлять на їжі, що приблизно збігається з оцінкою бідності в Україні від Світового банку [5]. Згідно з останніми дослідженнями науковців Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України 67% українців опинилися у 2023 році за межею бідності.

Отже, серед головних факторів, що негативно впливають на соціальну стійкість з точки зору забезпечення умов продуктивної зайнятості в Україні в період військових дій, варто виокремити: збільшення тиску на ринок праці та сферу продуктивної зайнятості, зумовлене звуженням поля прикладання праці, що загострює ризики реалізації трудового потенціалу та зубожіння населення; зростанням рівня безробіття, що призводить до зменшення зацікавлення населення працездатного віку до пошуку нових робочих місць, зниження професійно-кваліфікаційних навичок; масштабним переміщенням робочої сили, що зумовлює проблеми втрати роботи та працевлаштування; структурними змінами потреб ринку, що поглибили проблеми розбалансованості та загострили проблеми використання робочої сили. В цілому ці негативні прояви є перепонами на шляху забезпечення гідного життєвого рівня населення, зменшення дестабілізаційних

економічних процесів, послаблення соціальної напруги в країні та формування соціальної стійкості в цілому.

Література:

1. UNDRR Sendai Framework Terminology on Disaster Risk Reduction. 2015. URL: <https://www.undrr.org/terminology/resilience>
2. Keck M., Sakdapolrak P. What is Social Resilience? Lessons Learned and Ways forward. 2013. URL: https://www.researchgate.net/publication/235989714_What_Is_Social_Resilience_Lessons_Learned_and_Ways_Forward
3. ЦЕС. Економіка України у 2023 році. URL: <https://ces.org.ua/ukrainian-economy-in-2023-tracker-overview/>
4. Державна служба зайнятості. Аналітика та статистика. URL: <https://www.dcz.gov.ua/storinka/analitika-ta-statystyka>
5. Європейська Бізнес Асоціація. Дослідження ринку праці під час воєнного стану. URL: <https://eba.com.ua/doslidzhennya-rynku-pratsi-pid-chas-voynenogo-stanu/>

Гамзіна О. М.

провідний економіст,

Інститут демографії та проблем якості життя НАН України

м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-4>

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКОСИСТЕМНОГО ОЦІНЮВАННЯ ПРИРОДНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Ефективне використання потенціалу природних ресурсів, включаючи лісові ресурси, забезпечує виробництво широкого спектру товарів та послуг, необхідних для підтримки життя людини. В тому числі такий потенціал передбачає забезпечення продуктами харчування, паливом та будівельними матеріалами, а також очищає повітря та воду. Крім того, правильна політика в галузі управління природно-ресурсним потенціалом є важливою в контексті глобальних змін клімату, в тому числі необхідності протидіяти ризикам повеней, посух, екстремальних температур тощо [1, с. 165].

Оцінювання природно-ресурсного потенціалу є складним практичним та теоретичним завданням, та потребує ґрунтовної попередньої наукової підготовки. Процедура оцінювання зазвичай спрямована одночасно на вирішення декількох завдань: 1) на потреби управління природно-ресурсним потенціалом; 2) на оптимізацію системи оподаткування природних ресурсів; 3) оптимізацію природо-охоронної діяльності; 4) потреби комерційного використання.

Специфікою оцінювання природно-ресурсного потенціалу в українській науковій школі є такі характерні ознаки процесу: 1) тривалий період домінування державної власності у сфері природокористування та складні і незавершені процеси роздержавлення; 2) висока ступінь правової невизначеності питань, пов'язаних із оцінкою та оцінюванням саме природних ресурсів.

З лютого 2022 р., після початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України, основним аспектом оцінювання природно-ресурсного потенціалу країни стало виявлення, фіксація та грошова оцінка завданих збитків. Але ведення бойових дій тягне за собою не лише кількісну, але й якісну шкоду: зв'язки в біомах знищуються, самі

біоми стають більш примітивними. Родючість ґрунту зменшується, генний фонд втрачає свої якості. У контексті використання лісових ресурсів важливо, щоб відновлення сприяло збільшенню біологічного різноманіття в лісових масивах.

Відтак, оцінка збитків, заподіяних військовими діями та пов'язаними з ними факторами, може бути здійснена за трьома основними моделями: 1) компенсаційна оцінка; 2) оцінка відновлення; 3) грошова нормативна оцінка (грошова оцінка фактичних втрат). Такі моделі, в свою чергу, передбачають використання ряду методів.

Для оцінки суми коштів, необхідних для компенсації загальної шкоди, що передбачало зменшення загальної вартості природно-ресурсного потенціалу, доцільно використовувати метод ринкової ціни. Тобто, отримані компенсаційні виплати повинні бути співвіднесені з поточними світовими цінами на продукцію галузей, що спираються на використання породних ресурсів. Перевага цього методу полягає в тому, що ринкові ціни відображають готовність людей платити за продукцію та різні послуги, які надають та виробляють такі галузі. Фактичний перелік продукції може бути дуже широкий, включаючи дрова, будівельні матеріали, відпочинок тощо. Однак метод ринкових цін має недоліки. Це може бути спотворення через катаклізми на ринку, що призводить до того, що ціни перестають відображати економічну цінність товарів чи послуг для суспільства в цілому. Крім того, метод ринкових цін не підходить для оцінки витрат на деякі природні ресурси в контексті концепції сталого розвитку. У тому числі у зв'язку з «зеленим переходом». Тобто перспективної послідовної відмови від не відновлювальних ресурсів, які з рештою мають буди виключені з економічного обігу [2, с. 19].

Тобто оцінка збитків, які завданні природно-ресурсному потенціалу країни протягом 2022–2024 рр. не може повністю слідувати методології, яка мала місце у 2010-х. Так, до Паризької угоди по клімату (2015) найбільш цінними вважались ті складові природно-ресурсного потенціалу, котрі мали найвищу грошову оцінку. Такими були вуглеводні, руди металів. Але в нинішніх умовах, з огляду на перспективу послідовної відмови від використання, найбільш цінними слід вважати агрокліматичні ресурси, в тому числі поверхневі води, ґрунтовий покрив та ін.

Існує також методологія перерозподілу фінансових потоків на основі методу тіньової ціни. У цьому випадку застосовуються ринкові ціни, які коригуються з урахуванням переказів, збоїв на ринку та

політиці. «Тіньові» ціни можуть бути встановлені для товарів, які неможливо оцінити в нинішніх ринкових умовах. «Тіньові» ціни відображають реальну економічну цінність товарів і послуг для суспільства в цілому, що є їх незаперечною перевагою. Однак є недоліки: такі ціни важко обчислити, для таких обчислень потрібно залучення широкого переліку інформації. Використання цього методу потребує великої кількості даних про зміну рівня життя в суспільстві, зміну тривалості життя людей, зміну якості рекреаційних послуг у разі зміни клімату.

Використання методу «тіньової» ціни у випадку виплат компенсацій в Україні також актуально, оскільки у передбачуваній перспективі важко прогнозувати повне відновлення ринкових відносин. Важко говорити про те, як швидко після закінчення бойових дій буде відновлено об'єктивну ринкову ціну для складових природно-ресурсного потенціалу. У цьому випадку метод «тіньових» цін надасть можливість відслідковувати наявні реальні ціни та дозволить коригувати суми платежів [2, с. 14].

Метод виробничих функцій дозволяє кількісно оцінити вартість ресурсів, які не мають вираженої ринкової ціни (наприклад, якщо мова йде про лісозахисний фонд). Цей метод простий у використанні для прямих залежностей, але за його допомогою важко проаналізувати складні екологічні та економічні відносини, зворотній зв'язок між учасниками процесів використання природних ресурсів. Тим не менш, саме цей метод має найбільшу наукову цінність, оскільки його визначення може бути відносно об'єктивним. Однак виробничі функції не можуть повністю відображати зміну в загальному контексті для всього суспільства, але лише розширюють їх вплив на підприємства. У випадку оцінки обсягу фінансових потоків при розподілі компенсації за заподіяну шкоду метод виробничих функцій дозволяє оцінити шкоду тим природним ресурсам, які не брали участь у комерційному використанні.

У загальній практиці оцінки заподіяної шкоди метод заміни на аналог широко використовується, однак, у випадку оцінки пошкоджень природних ресурсів, цей метод має ряд конкретних особливостей та недоліків. Цей метод передбачає використання інформації про взаємозв'язок між продуктами галузей природокористування та тією частиною природних ресурсів, які не беруть участь у ринкових відносинах. У цьому випадку точність оцінки залежить від ступеня взаємозамінності та подібності заміненних ресурсів. Крім того, якщо

мова йде про оцінку збитків, завданих ресурсам, важко знайти аналог, який може замінити їх [3].

Таким чином, можна стверджувати, градація фінансових потоків, які мають надходити до економічних інституцій у якості компенсації за заподіяну шкоду, прямо корелює з підходами до оцінки такої завданої шкоди, у тому числі і методами оцінки самої цінності природно-ресурсного потенціалу. Встановлено, що оцінка шкоди, заподіяної природним ресурсам має проводитись комплексно – у контексті шкоди усій сфері природних ресурсів. Однак має бути чітке розмежування виплат, які спрямовуються на компенсацію саме шкоди складовим природно-ресурсного потенціалу, та на компенсацію суміжної шкоди.

Ринкова позиція природних ресурсів не є цілком об'єктивною і не може бути самодостатнім базисом ні при підрахуванні шкоди, ні при пере направленні компенсаційних витрат.

Література:

1. Заверюха М. М. Правова охорона лісів в умовах воєнного часу. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2022. № 3. С. 165–168.

2. Korotetska Elizabeth, Daryna Kochetyha, and Daria Kashkabash. Статистичний аналіз і прогнозування стану лісових ресурсів на прикладі Львівської та Харківської областей. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2022. № 6. С. 11–19.

3. Нестеренко С. С. Фінансове забезпечення лісового господарства України. The 5 th International scientific and practical conference «Scientific progress: innovations, achievements and prospects» (February 6–8, 2023). MDPC Publishing, Munich, Germany. 2023. 447 p.

Дикий О. В.

магістр,

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро, Україна

Науковий керівник: Бикова А. Л.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та економічної безпеки,

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-5>

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Економічний ризик більшістю дослідників розглядається як сукупність економічних, політичних та інших сприятливих і несприятливих результатів, які можуть мати місце, якщо обране рішення буде реалізовано у процесі прийняття рішень в умовах невизначеності. Ризик також є невід'ємним атрибутом інноваційної та новаторсько-впроваджувальної економічної діяльності. Існування факторів ризику притаманне ринковій економіці, оскільки ринки забезпечують економічну свободу для суб'єктів господарювання [1].

Структура ризику розглядається як сукупність таких елементів, як джерело ризику (події, що становлять загрозу виникнення втрат або шанс отримання додаткових вигод у разі відмови від ризику), об'єкт ризику (те, на що впливає джерело ризику) та наслідки реалізації ризику (результат втілення загрози або шансу), які перебувають у взаємозв'язку [2].

Початок російсько-українського конфлікту у 2014 році, ініційованого росією, спричинив дестабілізаційні процеси на регіональному рівні через анексію Криму, бойові дії в Донецькій та Луганській областях, що призвело до економічного спаду через втрату контролю над частиною території та її економічним потенціалом. Однак з часом вітчизняна економіка адаптувалася до умов гібридної війни, зокрема завдяки активній підтримці з боку держави через впровадження механізмів фіскальної та регіональної політики.

24 лютого 2022 року розпочався відкритий військовий напад росії з підтримкою білорусі, що став серйозним випробуванням для України як держави загалом та її економіки зокрема.

Основними загрозами для бізнесу у воєнний час стали: втрата та руйнування майна, збільшення термінів доставки сировини, матеріалів, комплектуючих, перебої та відсутність енергопостачання, прийняття рішення про необхідність релокації. Особливо важкими для компаній постали завдання утримання попиту на товари та послуги, що не були предметами першої необхідності. Більшість клієнтів або покинули країну, або вважають за краще жертвувати кошти на благодійність, волонтерство, гуманітарну допомогу чи підтримку Збройних сил України. Іншою важливою проблемою стало зниження продуктивності праці працівників та їхній складний психологічний стан. Надскладні умови вимагали від керівників прийняття непопулярних рішень, не пов'язаних з плануванням чи прогнозуванням. Скоріше це були: власне нестандартне та критичне мислення, прийняття ризикованих рішень, сподівання, та гнучкість.

Аналітичні дані свідчать, що до кінця 2022 року загальні прямі збитки підприємств, включаючи державні підприємства та фізичних осіб, внаслідок тотального військового вторгнення оцінюються в 13 млрд доларів США; загальні непрямі втрати становлять 33,1 млрд доларів США [3]. Крім того, за даними опитування, проведеного в Україні консалтинговою компанією Advanter Group, станом на 13 березня 2022 року майже 86,5% малих та середніх підприємств (МСП) припинили свою діяльність, 5,8% функціонували частково, 5,85% підприємств зменшили обсяги роботи, а суб'єктів, діяльність яких практично не змінилася, було лише близько 2%. Повторне опитування через місяць показало, що МСП активізували процес адаптації до умов воєнного стану, зокрема, кількість підприємств, що простоюють, зменшилася майже на 56%, 19,1% частково відновили роботу, а близько 8,5% збільшили своє навантаження. Частка підприємств, у яких обсяги бізнесу зменшились, зросла до 24,1%, тоді як у 12,3% підприємств вони залишились майже незмінними. Частка підприємств, які майже припинили діяльність, зменшилась до 28,5%, і лише 2,1% підприємств відчули значне зростання обсягів бізнесу.

Війна збільшила ризики та невизначеність, а втрата ринків збуту, високі відсотки кредитування, мобілізація робочої сили стали значними викликами для українських компаній. Відповідно, на остаточне

вирішення щодо продовження діяльності підприємств під час воєнних дій значно впливає оцінка всіх ризиків, з якими воно може зіткнутися.

Так, одним з найбільш загрозливих ризиків для компаній є ризик втрати контролю над своїми активами. Для усунення цього ризику необхідно заздалегідь попрацювати над підготовкою всіх документів, що підтверджують право власності на активи компанії. Компаніям, які раніше не використовували електронний документообіг, варто невідкладно почати його впроваджувати. Також існує ймовірність того, що вчорашні надійні бізнес-партнери можуть втратити довіру з різних причин. Саме тому виникає потреба у перевірці їх надійності і переукладанні наявних контрактів, що врегулюють відносини під час і після війни.

Наступним є ризик зниження прибутковості, що є фатальним для компанії, і як наслідок – передумова для припинення її діяльності. Важливим є розуміння керівництва щодо необхідності залучення до процедури припинення діяльності професійного юриста та бухгалтера.

Під час воєнного стану компанія може зіткнутися з втратою здатності керівництва виконувати свої обов'язки та можливою ймовірністю притягнення його до кримінальної відповідальності, норми якої під час воєнного стану є значно суворішими. Керівництво компанії зобов'язане забезпечити належне виконання усіх безпекових вимог для персоналу, що значно ускладнюється за відсутності належним чином спроектованих приміщень.

На ефективне функціонування бізнесу також значною мірою впливають кадрові ризики: працівники не можуть належним чином виконувати роботу через постійні обстріли та переїзд. Частково такі ризики можна пом'якшити через: віддалену роботу та дистанційну зайнятість. Ще одним кадровим ризиком є потенційна можливість мобілізації працівників. Важливим є утримання критично необхідної кількості працівників для забезпечення своєї діяльності. Зазначене потребує своєчасної та належної підготовки пакету документів для подачі на процедуру бронювання.

Податкові ризики піддаються значним змінам протягом усього періоду дії правового режиму воєнного стану. Єдиним способом їх уникнення є уважне відстеження всіх змін у податковому законодавстві та своєчасна реакція на них.

Ще одним ризиком, який необхідно врахувати в цьому дослідженні, є ризик тривалої відсутності доступу до енергопостачання. Енергетичному сектору вдалося майже повністю усунути цей ризик, і,

як запевняють урядовці, наразі вже створені механізми для швидкого реагування на подальше руйнування критично важливої інфраструктури.

Сьогодні, можна стверджувати, що за час війни не всім компаніям вдалося впоратися зі змінами в логістиці, значним зростанням цін, від'їздом, втратою платоспроможності споживачів, дефіцитом на ринку праці у небезпечних (прифронтових) районах і надлишком пропозиції у більш безпечних районах, проблемами транспортування, зберігання тощо.

Однак, незважаючи на значні втрати, українські компанії та бізнес загалом намагаються стабілізувати та розширювати свою діяльність. Використання наведених заходів надає можливість підприємствам своєчасно розробляти превентивні заходи, виявляти ризики та управляти ними з метою мінімізації втрат.

Література:

1. Стрельбіцька Н. Є. Конспект лекцій до вивчення дисципліни «Управління ризиками в ЗЕД» для студентів галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» денної форми навчання, освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». Тернопіль : ТНЕУ, 2010. 81 с.

2. Віталій Цопа Ідентифікація і класифікація ризиків URL: <https://qualityexpert.com.ua/interviews/657215-identyfikatsiya-iklasyfikatsiya-ryzykiv> (дата звернення: 29.01.2024).

3. Прямі збитки українського бізнесу внаслідок війни сягнули \$13 мільярдів. Укрінформ. 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric/economy/3660446-prami-zbitki-ukrainskogo-biznesu-vnaslidok-vijni-sagnuli-13-milardivkse.html#:~:text=«За%20підсумками%202022%20року%20щонайменше,3%20ниx%209%20млрд%20дол> (дата звернення: 29.01.2024).

Доброва Т. Г.

*доцент кафедри економіки та підприємництва,
Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова
м. Одеса, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-6>

ПОТУЖНИЙ СЕРЕДНІЙ КЛАС ЯК ІНДИКАТОР ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ

Серед соціально-економічних стандартів розвинутої ринкової економіки суттєве місце займає наявність потужного і чисельного середнього класу. Суспільне значення цього феномену пов'язують з тим, що саме середній клас є носієм демократичних цінностей, рушійною силою громадянського суспільства, соціальним фундаментом ринкової економіки, запорукою її стабільного розвитку.

В сучасних суспільних науках не існує загальновизнаних ознак для визначення приналежності до середнього класу. Критерії ідентифікації середнього класу є досить розмитими, здебільшого не піддаються чіткому кількісному визначенню, що ускладнює оцінку масштабів цього соціального прошарку в суспільстві.

В соціології використовують два основних підходи до визначення середнього класу – об'єктивний і суб'єктивний. Об'єктивний підхід передбачає врахування таких характеристик суб'єкта як рівень освіти, соціально-професійний статус, рівень доходу, здатність заощаджувати, якість життя. Суб'єктивний підхід базується на самоідентифікації – тобто самостійному суб'єктивному визначенні особою своєї приналежності до певної соціальної групи [1, с. 10–13].

Найбільш чітко вираженим є критерій доходу. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) відносить до середнього класу будь яку людину, яка отримує дохід (після виплати податків) в межах від 75% до 200% медіанного рівня доходу в країні. Так в середньому по країнах ЄС у 2020 році медіанне значення доходу становило приблизно 1600 євро на місяць. Тож за методикою ОЕСР до середнього класу належали ті, хто отримував дохід від 1200 до 3200 євро [2]. В Німеччині, наприклад, ці межі визначаються від 1450 до 3880 євро для домогосподарств, що складаються з однієї особи,

та від 3000 до 8150 євро для домогосподарства з 2 дітьми. За такою оцінкою 63% населення країни (понад 26 млн.) належать до середнього класу.

Суттєвим критерієм ідентифікації середнього класу є соціально-професійний статус людини. Середній клас – це робітники, зайняті кваліфікованою нефізичною працею. Сюди відносять дрібних підприємців, фермерів, творчу інтелігенцію, осіб вільних професій, лікарів, вчителів, інженерів, професіоналів в сфері інформаційно-комунікаційних технологій, менеджерів, службовців, висококваліфікованих робітників.

Критерій якості життя передбачає можливість особи використовувати платні послуги освіти та охорони здоров'я, подорожувати та відпочивати за кордоном, відвідувати певну кількість культурних заходів тощо. Важливою ознакою приналежності до середнього класу вважається наявність у домогосподарства власного будинку, автомобіля, інших цінних товарів тривалого користування. При цьому середній клас не має великої власності на засоби виробництва, здебільшого це особи найманої праці.

Отже за деякими з цих критеріїв оцінимо рівень розвитку середнього класу в Україні.

Існуючий європейський критерій ідентифікації середнього класу за рівнем доходу для України не є прийнятним. Реалії є такими, що медіанний рівень загальних середніх доходів (навіть до сплати податків) виявляється нижчим ніж фактичний прожитковий мінімум. У 2021 році ці показники становили відповідно 4425 грн і 5128 грн [3, с. 98]. Фактичний прожитковий мінімум – це національна межа абсолютної бідності. Отже в такому випадку до середнього класу потрапили б домогосподарства які фактично проживають за межею бідності. Українські соціологи пропонують в якості критерія враховувати мінімальну заробітну плату: наприклад дохід представника середнього класу повинен бути не нижче 4-5 мінімальних зарплат.

В цьому сенсі доцільно звернутися до думки громадян України стосовно рівня середньодушового доходу, який відповідає майновому становищу середнього класу. За даними соціологічного обстеження 2021 року близько 50% опитаних визначили граничну межу понад 30 тисяч гривень (при середньорічному курсі євро 32 грн – це близько 1000 євро), ще 14% погодилися з доходом від 28 до 30 тисяч грн. Щоб не відчувати себе бідним, потрібно отримувати середньодушований дохід понад 13 тис. грн (приблизно 500 євро) – так вважають

53% опитаних [4]. Якщо врахувати інфляційні шоки 2022–2023 років, то на даному етапі ці показники мали б бути значно вищими.

Загалом середньодушовий дохід середнього класу має бути таким, щоб людина могла повноцінно харчуватися, купувати товари тривалого користування (меблі, побутову техніку), мала можливість придбати житло чи авто самостійно або в кредит, робити заощадження, тобто не обмежуватися лише задоволенням базових потреб. Про українські реалії свідчать показники самооцінки домогосподарствами рівня своїх доходів. У 2021 році лише 13% домогосподарств визнавали достатність своїх доходів для споживання та заощаджень, 50% витрачали кошти лише на поточне споживання, кожне третє домогосподарство було змушено відмовлятися від найнеобхіднішого, крім харчування [4]. Така ситуація робить абсолютно зрозумілою соціальну самоідентифікацію громадян України. До представників середнього класу себе відносять лише 1% домогосподарств, кожен третій, хоча і не вважає себе бідним, але не відносить до середнього класу. Близько 70% домогосподарств відносять себе до бідних.

Як відмічалось, вагомим критерієм ідентифікації середнього класу є рівень освіченості та професійна приналежність. Отже працівники сфери освіти, охорони здоров'я і культури за європейськими критеріями мають підстави вважати себе середнім класом. Однак в українських реаліях цей соціальний статус як правило не доповнюється відповідним рівнем добробуту. Середній рівень заробітної плати в цих галузях хронічно є нижчим за середні показники по країні на 10–20%.

Якість життя – багатовимірний показник добробуту суспільства. Певною мірою її можна оцінити виходячи із структури витрат домогосподарств.

Так за даними соціологічних обстежень 2020 року 45% свого доходу українці спрямовують на харчування (55% в першій децильній групі та 34,9 – в десятій). В країнах ЄС ця стаття витрат охоплює приблизно 25% доходу. Майже 16% доходу українців поглинає утримання житла. В той же час, на предмети домашнього вжитку витрачається лише 2,3% доходу, на охорону здоров'я – 4,4%. При цьому 22% домогосподарств в зв'язку із нестачею коштів взагалі не можуть дозволити собі звертатися до лікаря, або оплачувати лікарські засоби. На освіту витрачається 1,1% доходу (від 0,7 в першій до 1,6 в десятій децильній групі) [5].

Важливий європейський показник якості життя – можливість відпочивати, подорожувати за кордоном, відвідувати культурні заходи.

В Україні на цю статтю спрямовується лише 1,9% доходу (по децильних групах відповідно 1,0 та 3,3). При цьому 38,6% домогосподарств України не мають коштів для проведення щороку відпустки далеко від дому (з урахуванням навіть перебування на дачі, чи у родичів). Не мають коштів для регулярного відпочинку та розважання поза домом 70,3% домогосподарств [5].

Враховуючи результати дослідження, можна зробити висновок, що за три десятиліття ринкової трансформації українського суспільства на вдалося сформувати чисельний та потужний середній клас. За комплексною оцінкою соціального добробуту до середнього класу в Україні можна умовно віднести не більше 14% населення. В Європейському Союзі ця категорія складає 60–70% населення.

Вирішення цієї задачі, досягнення соціальних стандартів ЄС потребує довгострокової урядової політики, спрямованої на підвищення загального добробуту українських домогосподарств. Така програма має включати реформування оплати праці (подолання бідності працюючих), створення нових робочих місць, в тому числі за рахунок фінансування суспільних робіт (значний мультиплікативний ефект безумовно матиме позитивний вплив); підтримку фінансування освіти на рівні європейських стандартів; запровадження фінансових та регуляторних важелів стимулювання інвестиційної активності в малому та середньому бізнесі. І не тільки задля поширення середнього класу, а й для відновлення економічного потенціалу України.

Література:

1. Середній клас в Україні: уявлення і реалії: соціологічне дослідження Центру Разумкова. Київ: Заповіт. 2016. 258 с. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2016_Seredn_klas.pdf (дата звернення: 27.12.2023).

2. В Литве – расцвет среднего класса: значительно выросло число жителей, получающих больше 2000 евро "на бумаге". URL: <https://www.delfi.lt/ru/news/live/v-litve-rascvet-srednego-klassa-znachitelno-vyroslo-chislo-zhiteley-poluchayushchih-bolshe-2000-evro-na-bumage-93006785> (дата звернення: 27.12.2023).

3. Самооцінка домогосподарствами України доступності окремих товарів та послуг (за даними вибіркового опитування домогосподарств у жовтні 2021 року). Статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2022. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.12.2023).

4. Самооцінка домогосподарствами України рівня своїх доходів (за матеріалами вибіркового обстеження. Державна служба статистики. Київ,

2022. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/07/sdrsd_21.pdf (дата звернення 28.12.2023).

5. Витрати і ресурси домогосподарств України 2020 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ, 2021. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/07/zb_vrd_21.pdf (дата звернення 21.01.2024).

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-7>

ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ

В сучасних умовах глобалізації та інтернаціоналізації зростає конкурентоспроможність між суб'єктами господарювання, створюється середовище, де компанії використовують різні стратегії для досягнення власних стратегічних цілей. Одна з таких стратегій – стратегія злиття і поглинання, яка найчастіше сприяє збільшенню частки на світовому ринку, максимізації прибутку та досягнення синергетичного ефекту.

Злиття і поглинання (M&A) сьогодні не лише сприяють збільшенню частки на світовому ринку, але й підвищенню рівня міжнародної конкурентоспроможності. Це об'єктивний процес, який призводить до внутрішньогалузевих і міжгалузевих об'єднань не лише в одній країні світу, а у різних, тобто до виникнення мультинаціональних, глобальних компаній на міжнародних ринках. Особливо процеси злиття і поглинання активізувалися у XXI ст. і призвели до утворення конкурентоспроможних компаній у міжнародному бізнесі.

В умовах глобалізації кількість M&A і обсягів їх угод збільшується. Тенденції глобалізації, такі як взаємозалежність і взаємопов'язаність країн лише сприяють поглибленню процесів злиттів і поглинань. Вони спрямовані на досягнення кращої синергії всередині організації з метою підвищення її компетентності та ефективності.

Для оцінки ефективності операцій зі M&A використовуються традиційні перспективні та ретроспективні методи [1]. До традиційних методів оцінки ефективності відносимо: (1) порівняльний аналіз, за умов яких оцінка базується на аналогічних компаніях, які зливалися чи поглиналися; (2) витратний підхід, коли оцінка ефективності відбувається на основі активів компанії; (3) дохідний підхід передбачає прогнозування доходів після M&A. До ретроспективних методів оцінювання ефективності операцій зі M&A слід віднести: (1) бухгалтерський підхід, який передбачає порівняння основних

індикаторів до і після здійснення угод з M&A; (2) ринковий підхід передбачає порівняння дохідності акцій до і після здійснення угод з M&A; (3) комбінований підхід дозволяє проаналізувати взаємозалежність між змінами фінансових показників і доходності акцій компанії, проаналізувати прибутковість акцій компанії, визначити тренди на майбутнє. M&A призводять, в більшості, до синергетичного ефекту, який можна оцінити за допомогою показників компаній-аналогів. Синергетичний ефект передбачає зменшення витрат і підвищення ефективності операцій після угоди M&A. Він складається з маркетингового ефекту, що полягає у спільності діяльності, використання єдиних каналів розповсюдження і використання збуту тощо; виробничого ефекту, який реалізується на єдиних принципах, зниження постійних витрат тощо; фінансового ефекту, що передбачає покращення умов залучення капіталу, підходу до фінансування діяльності та розвитку компанії тощо; синергетичної взаємодії у сфері менеджменту, що сприяє мінімізації управлінських витрат і означає покращення координації між бізнес-єдиницями тощо [2].

Крім того, для оцінки ефективності угод M&A прийнято використовувати наступні показники: ліквідність, рівень фінансового боргу, показники рентабельності, валова і чиста маржа тощо.

Оцінка результативності здійснення угод M&A є також важливим етапом в управлінні процесом після здійснення злиття і поглинання. Варто звернути увагу на такі показники, як чистий прибуток, рентабельність активів та рентабельність власного капіталу, до і після здійснення угоди M&A. Результативними стають ті угоди, в яких були досягнуті прогнозовані фінансові цілі, покращена позиція компанії на ринку, підвищений рівень конкурентоспроможності.

Іноземні дослідники рекомендують дотримуватися наступних основних стратегій управління змінами, щоб досягти ефективність та результативність від угоди M&A, до яких слід віднести [3]:

- план угоди M&A, його розуміння компаніями, які беруть участь;
- чітке бачення угоди M&A та діяльності компаній після об'єднання, а саме цілі угоди, бачення та політика нової компанії, позиціонування нової компанії після об'єднання;
- культурні відмінності, які відіграють важливу роль в успіху чи невдачі новоствореної чи об'єднаної компанії;
- довіра працівників компаній, що об'єднуються сприятиме більш ефективній взаємодії між співробітниками щодо обміну знаннями, досвідом, інформацією тощо;

– орієнтованість на клієнта, як сучасний тренд конкуренто-спроможної компанії.

Отже, ефективність і результативність є індикаторами злиттів і поглинань компаній. Вони дозволяють фактично виміряти стратегічні орієнтири діяльності компаній після угоди M&A для ця угода була здійснена.

Література:

1. PwC. Global M&A Industry Trends: 2023 Outlook. Now is not time to fall of love with M&A. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/services/deals/trends.html>
2. Ткаченко Н. В., Момот О. М., Стойко С. А. Вибір стратегічних альтернатив експансії транснаціонального банківського капіталу: сучасна парадигма, реалії та перспективи. *Фінансово-кредитна діяльність*. 2019. № 1. С. 12–21.
3. Gaughan P.A. *Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings*. Hoboken. New Jersey, John Wiley & Sons Inc., 2011, 672 p. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781118269077>

Карась Ю. М.

*здобувач вищої освіти III освітньо-наукового рівня
«Доктор філософії»,
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-8>

РОЛЬ ВИРОБНИЧОГО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах війни, які характеризуються невизначеністю, кожне підприємство і органи влади мають адекватно оцінювати власні можливості розвитку та ефективно розпоряджатися наявними ресурсами. Питанням дослідження виробничо-економічного потенціалу займалися Дж. Б'юкенен, А. Вагнер, Т. Веблен, Дж. Кейнс, А. Сміт, О. Дем'янчук, М. Крупка, І. Луніна, В. Опарін, Н. Ткаченко, В. Тропіна, С. Шумська, А. Водночас сьогодні надзвичайно актуальним питанням є вироблення в державі такого механізму, який би здійснював ефективне управління наявним потенціалом та забезпечив сталий розвиток країни в цілому.

Потенціал є одним із основних факторів, який визначає успішність роботи підприємства, регіону та країни в цілому у сучасних умовах. Чим він вищий, тим більш конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство. Зазвичай, під цим терміном розуміють сукупність існуючого та потенційну здатність нарощення потенціалу суб'єкта господарювання. Але забезпечити, а тим більше наростити потенціал в сучасних умовах доволі складно.

Повномасштабна війна в Україні вимагає перегляду підходів до формування політики у сфері державного регулювання економіки та пошуку нових ефективних методів державного управління. Ключовими викликами для нинішньої економіки України є падіння виробництва, ріст числа безробітних, послаблення стійкості державних фінансів, загрози валютній стабільності.

Підприємницький сектор є основою функціонування національної економіки. Він відповідає за забезпечення ринку необхідними товарами і послугами, наповнює бюджети різних рівнів доходами у вигляді податкових платежів, забезпечує формування справедливих ринкових відносин у державі.

З 24 лютого 2022 року бізнес перебуває у стані нестабільності, господарюючі суб'єкти були неготові до воєнних подій, про що свідчить фактична відсутність достатніх обсягів ресурсів. Щодо причин та обставин, які найбільш негативно вплинули на виробничо-економічний потенціал підприємств в умовах війни, головною є перебої з постачанням сировини та матеріалів. Втім, достатньо суттєвими виявились також проблеми з використанням електричної енергії, природного газу, з водопостачанням та водовідведенням. Проблеми щодо ефективного використання ресурсів є другі за пріоритетністю після проблем із постачанням. Великий бізнес проявив більшу стійкість до потрясень і майже 90% господарюючих суб'єктів продовжили працювати з повною або зменшеною потужністю, що нехарактерно для малого і середнього підприємництва.

Актуальним в умовах війни є використання підприємствами стратегії антикризового управління: пошук шляхів адаптації до проблем, пов'язаних із постачанням електроенергії, оптимізація витрат, налагодження ефективної комунікації із працівниками з метою підтримання рівня зайнятості та збереження активності на ринку праці. Важливим є забезпечення надійного рівня мотиваційної та координаційної складових роботи з персоналом.

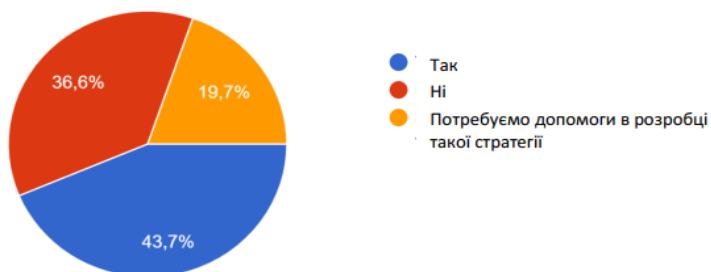


Рис. 1. Наявність «Стратегії щодо ефективного використання виробничих ресурсів під час війни»

За даними Центру ресурсоефективного та чистого виробництва тільки третина великих підприємств заявили про наявність такої стратегії, 20% потребують допомоги у її розробці. Великі підприємства здебільшого мають таку стратегію і про її наявність у якомусь вигляді заявили 56% підприємств. З-поміж малих підприємств 52% такої стратегії не мають і половина з них просять допомогу в її розробці.

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що сектор підприємництва України вразливий до воєнних подій, процес формування виробничо-економічного потенціалу підприємства є по своїй сутності складним явищем, котре залежить від багатьох факторів, які в основному контролюються суб'єктом господарювання. При оцінюванні потенціалу підприємства беруться до уваги показники ефективності використання існуючих ресурсів та стратегічні напрямки розвитку бізнесу. Проте, через значну залежність виробничо-фінансових можливостей підприємства від змін в економічному середовищі, необхідно враховувати ті фактори, які чинять вплив на формування і використання виробничо-економічного потенціалу. Наразі перед українськими підприємствами стоїть завдання вижити, вистояти під час воєнних дій, можливо змінити розташування (переїхати) чи змінити асортимент продукції, підлаштовуючи його під реалії сьогодення (включаючи допомогу українській армії, тимчасовим переселенцям, соціально незахищеним верствам населення). Це дозволить перемогти ворога, підготуватись до післявоєнної відбудови, використавши свій виробничо-економічний потенціал (у тому числі людський), і збільшити свою частку присутності на світовому ринку. По суті це виклик, якщо врахувати агресивні намагання окупаційної армії нищету українські підприємства, логістичні шляхи, енергетичну систему країни. І цей виклик потребує консолідації зусиль усіх зацікавлених сторін – промисловості, держави, іноземних партнерів, експертних інституцій та міжнародних установ. Також реалії сьогодення вказують на необхідність збільшення енергетичної незалежності українських підприємств, покращення ефективності використання виробничо-економічних ресурсів.

Література:

1. Ареф'єва О., Пілецька С., Лістрова М. Формування конкурентної стратегії підприємства в системі антикризового управління. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35>
2. Дикань В., Фролова Н. Напрями та інструменти державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу в Україні у воєнний час. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-56>
3. Діяльність вітчизняних підприємств під час війни в Україні: дослідження реального стану та потреб. Київ : Центр ресурсоефективного та чистого виробництва, 2022. 23 с.

Кравцова Л. Л.
*старший викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування,
Київський кооперативний інститут бізнесу і права
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-9>

ФОРМУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто особливості формування і управління кадровим потенціалом підприємства. Розкрито теоретичну сутність кадрового потенціалу підприємства. Наведено схематичне зображення системи управління кадровим потенціалом підприємства. Систематизовано основні зовнішні та внутрішні фактори впливу на систему управління кадровим потенціалом підприємства. Охарактеризовано основні принципи, на яких має ґрунтуватися функціонування системи управління кадровим потенціалом підприємства.

Кадровий потенціал виступає важливим стратегічним напрямком розвитку кожного підприємства, а в умовах ринкової економіки, глобалізації, значного загострення конкуренції за ринки та ресурси головною продуктивною силою, найбільш цінним активом та одним з ключових резервів підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства виступають його кадри. Забезпечення необхідних і достатніх темпів економічного розвитку, набуття стійких конкретних переваг й високого рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання сьогодні знаходяться в безпосередній залежності від системного і цілісного підходу до управління його кадрами.

Вагомий внесок у вивчення теорії і практики управління кадровим потенціалом підприємства, проблем підвищення його ефективності, особливостей кадрового забезпечення на підприємствах, систематизації заходів покращення кадрового потенціалу зробили наступні іноземні та вітчизняні дослідники: Л. В. Беззубко, В. Р. Веснин, Н. І. Верхоглядова, І. М. Дашко, Г. Десслер, І. Джаїн, А. П. Дудар, М. А. Міненко, Е. К. Онищенко, А. А. Орехова, О. В. Скорук, А. Файоль, О. С. Хринюк та ін.

Перш ніж переходити до розгляду процесу формування і управління кадровим потенціалом підприємства вважаємо за

необхідне з'ясувати, що саме являє собою кадровий потенціал. Так, В. В. Безсмертна трактує кадровий потенціал як «сукупність якісних і кількісних характеристик персоналу підприємства, до складу яких входить чисельність, склад і структуру, фізичні та психологічні можливості працівників, їх інтелектуальні й креативні здібності, професійні знання і кваліфікаційні навички, комунікабельність і здібність до співпраці, відношення до праці та інші якісні характеристики» [2, с. 49].

О. М. Ковальова розглядає кадровий потенціал як «використовувані сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються кількістю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства, що здатні забезпечувати досягнення цілей довгострокового (перспективного) розвитку підприємства».

Свою чергою І. М. Дашко вказує на те, що кадровий потенціал підприємства – «це загальна (кількісна та якісна) характеристика персоналу як одного з видів ресурсів, пов'язана з виконанням покладених на нього функцій і досягненням цілей перспективного розвитку підприємства; це наявні та потенційні можливості працівників як цілісної системи (колективу), які використовуються і можуть бути використані в певний момент часу. Кадровий потенціал у реальному вигляді може бути представлений можливостями працівників, якістю їх професійно-кваліфікаційної підготовки, трудовими, особистісними, психологічними і фізіологічними якостями, а також творчими здібностями» [4, с. 66].

Таким чином, якщо кадри підприємства являють собою сукупність працівників, що мають певний професійно-кваліфікаційний рівень та досвід практичної роботи, то кадровий потенціал є більш складною категорією, яка включає в себе не лише кадри (персонал) підприємства, але й відповідні можливості – як наявні, так і потенційні – всіх категорій персоналу щодо здійснення певних дій відповідно до встановлених цілей розвитку підприємства. Безперечно, кадровий потенціал підприємства залежить від потенціалів його окремих працівників, проте не може бути охарактеризований їх простим сумуванням, адже, як цілісна, системна категорія, характер якої ґрунтується на засадах ефекту синергії, він є відмінним від властивостей потенціалу кожного окремого представника персоналу підприємства.

В якості основних внутрішніх факторів можна виокремити ефективність функціонування підприємства, розмір заробітної плати,

систему преміювання, морально-психологічний клімат, особливості організації праці, спеціалізацію та кооперацію праці, участь працівників у прийнятті управлінських рішень, розвиток корпоративної культури, ефективність системи управління персоналом, професійно-кваліфікаційний рівень працівників, організаційну структуру управління підприємством, мотивованість і мотивацію персоналу та ін.

Можна зробити висновок, що ефективна система управління кадровим потенціалом підприємства має забезпечувати формування необхідного і достатнього рівня кадрового потенціалу на основі залучення висококваліфікованих спеціалістів з метою забезпечення безперебійного функціонування підприємства; розвиток кадрового потенціалу у відповідності із задачами, що встановлені перед підприємством; управління якістю трудового життя з метою створення оптимальних для ефективної роботи кадрів умов, що виступає собою чинником для посилення мотивації працівників до високопродуктивної праці; управління використанням кадрового потенціалу, тобто раціоналізацію використання кожного окремого працівника підприємства. Також слід відзначити, що для забезпечення максимальної ефективності побудови та функціонування системи управління кадровим потенціалом підприємства вона має спиратися на певні принципи [1]:

- принцип альтернативності – заснований на впливі на прийнятті керівником або фахівцем кадрової служби рішення параметрів і умов, конкретних ситуацій, що виникають в процесі формування і розвитку кадрового потенціалу працівників відповідного підприємства;

- принцип цілісності – означає, що система управління кадровим потенціалом підприємства існує як упорядкована сукупність підсистем, що виконують закладені базові функції;

- принцип зворотного зв'язку – визначається характером інформації, що надходить про ключові характеристики персоналу і використовується на підприємстві для організації процесу управління кадровим потенціалом;

- принцип мультиплікативності – заснований на тому, що позитивні і негативні ефекти в системі управління кадровим потенціалом підприємства мають властивості множення, а не додавання;

- принцип сумісності – заснований на сумісності складових підсистем управління кадровим потенціалом не тільки з великою системою – системою управління персоналом підприємства – але й між її складовими;

– принцип комплексності – заснований на системній ув'язці цілей з ресурсами і можливостями підприємства й націлений на досягнення кінцевого практичного результату, що може бути вимірний.

– принцип безперервності – полягає в необхідності постійного моніторингу системою управління кадровим потенціалом підприємства параметрів зовнішнього середовища, що має на меті забезпечити гнучкість системи при формуванні управлінських рішень, спрямованих на розвиток кадрового потенціалу

– принцип наукової обґрунтованості – ґрунтується на використанні системою управління кадровим потенціалом підприємства останніх досягнень в галузі управління працею і персоналом, що забезпечує максимальну ефективність методів та інструментів управління кадровим потенціалом.

– принцип особливості – виходить того, що врахування системою управління кадровим потенціалом підприємства специфіки наявного персоналу підвищує ефективність використання кадрового потенціалу.

Висновок. В цілому слід відзначити, що ефективне формування, використання та розвиток кадрового потенціалу підприємства на основі науково-обґрунтованих підходів до управління ним в умовах ринку й прагнення України до інтеграції у світове співтовариство є не просто чинником підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, а невід'ємною умовою забезпечення їх подальшої життєдіяльності та виживання.

Таким чином, управління кадровим потенціалом є нагальною необхідністю для будь-якого вітчизняного підприємства та вимагає побудови ефективної системи управління кадровим потенціалом з використанням інноваційних підходів, методів та інструментів, що буде мати спрямованість на отримання підприємством максимальної результативності від використання наявних та потенційних можливостей власного персоналу.

Література:

1. Балинська Н. Р., Сініцина О. Н., Кузнецова Н. В. Система управління кадровим потенціалом сучасної організації. *Питання управління*. 2016. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-upravleniya-kadrovym-potentsialom-sovremennoy-organizatsii>

2. Безмертна В. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства. *Економіка і управління: науково-практичний журнал*. 2007. № 3. С. 48–53.

3. Берглезова Т. В. Поняття кадрового потенціалу та його вплив на ефективність діяльності промислового підприємства. Бібліотека управління. URL: <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/07.shtml>

4. Дашко І. М. Кадровий потенціал: сутність та фактори його розвитку. *Економіка та держава. Економічні науки*. 2017. № 1. С. 65–68.

Лиска П. О.
*аспірант кафедри обліку та бізнес-консалтингу,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
м. Харків, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-10>

ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КСВ КОМПАНІЯМИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Сучасна світова ринкова економіка постійно розвивається та шукає нові шляхи для прогресу. Одним із таких способів стала імплементація соціальної відповідальності в діяльність підприємства, оскільки трансформація цінностей суспільства та соціально-політичні події скорегували стратегії поведінки приватного бізнесу на ринку шляхом внесення в них соціальних складових. Таким чином з'явилася ідея корпоративної соціальної відповідальності (надалі – КСВ), яка стала невід'ємною частиною буття сучасного бізнесу.

Для України дана концепція не є новою, але глобального поширення вона набула лише після повномасштабного вторгнення рф 24 лютого 2022 року. Тому дослідження питання практики реалізації політики КСВ в умовах війни є актуальним не лише для науки, але і як приклади для інших підприємств.

На сьогодні немає єдиного підходу до визначення дефініції «корпоративна соціальна відповідальність». При порівнянні різних визначень можна знайти чимало спільних рис, на основі яких розроблено та запропоновано власне трактування КСВ. Так, корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальне ставлення компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством та державою, а також в активній участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Політика ж КСВ полягає у розробці напрямів діяльності та розвитку компанії у сфері корпоративної соціальної відповідальності для задоволення потреб та інтересів як бізнесу так і соціуму або певної соціальної групи. Політику КСВ розробляють або спеціально створені

відділи на підприємствах, організаціях, установах або самостійно керівництвом. Реалізація політики КСВ може відбуватися через діяльність у чотирьох основних проявах: зовнішньо-соціальна, внутрішньо-соціальна, екологічна, фінансова.

За даними дослідження CSR Ukraine у 2022 році 52% компаній мають офіційно затверджену програму (стратегію) КСВ, а 83% впроваджують КСВ [1]. Це досить великий відсоток. Даний центр створив електронний каталог, у якому зібрано практику 310 компаній (227 національних та 83 іноземних) [2].

Загальна сума фінансової допомоги, яку направили на підтримку армії склала понад 2 млрд грн (2,772,124,613 грн). Крім фактичного перерахунку грошей, ще 107 компаній самі купували необхідні речі та передавали продукти для армії, передавали автомобілі та техніку, створювали власні фонди для збору коштів. На гуманітарну допомогу було перераховано понад 3 млрд (3,452,493,000 грн). Допомога продуктами від компаній становить більше 200 млн грн (201,600,000), проте це сума, яка зазначається самими компаніями, а насправді, ця сума може бути в кілька десятків разів більша. Загалом, 136 компаній передавали продукти армії, лікарням та громадам. Також 17 компаній допомагали логістикою та збором допомоги, а ще 15 – організували процес евакуації населення. Було передано більше ніж 60 тисяч літрів палива від АЗС та підприємств для потреб армії та лікарень (карет швидкої допомоги). 19 компаній, в тому числі фармбізнес, аптеки, клініки, передали ЗСУ, лікарням та населенню на території бойових дій ліків на суму понад 70 млн грн (71,300,000 грн). За даними центру, 17 компаній сплатили податки наперед на суму більше ніж 3 млрд грн (3,666,290,000 грн). Також компанії організували релокейт працівників до Західної України та за кордон, відкривали нові офіси та, навіть, відкривали нові вакансії для українців. Компанії пропонували віддалену роботу та в офісах на більш-менш безпечних територіях. Підприємства намагалися зберегти роботу та зарплати, надавали матеріальну допомогу. Допомога включала наступні види: матеріальна допомога, релокейт, психологічна підтримка, а також допомога сім'ям та впроваджені програми для дітей співробітників [3].

Розглянемо одні з найбільших компаній в Україні, які реалізовували політику КСВ з початку повномасштабного вторгнення. Так корпорація АТБ витратила на підтримку ЗСУ та постраждалих від війни мирних мешканців понад 200 млн грн. Наприклад, в Дніпрі лише за місяць разом з покупцями зібрали для бійців понад 4 тис. тон

продуктів. 10 тис. Додаткові набори вирушило до бійців, що служать у найгарячіших точках. Таку підтримку армії вдалося організувати завдяки співпраці з партнерами. Також з лютого 2022 для потреб військовослужбовців було передано більше 500 автотранспортних засобів різного призначення. Супермаркети мережі оперативно відкриваються у звільнених українських містах [4]. У 2023 році для армії було зібрано 168 млн грн в рамках «ювілейного» марафону, на які закупили та передали 240 багатофункціональних пікапів та 470 БПЛА. Також компанія у 2023 році сплатила 25,06 млрд грн податку до бюджетів різних рівнів (16,49 млрд – державний бюджет; 6,02 – місцеві та 2,55 млрд – цільові фонди).

Один із найбільших операторів мобільного зв'язку Київстар з 24 лютого компанія надала послуг і бонусів у сумі еквівалентній 577 млн грн, забезпечуючи безоплатними послугами зв'язку клієнтів мобільного та фіксованого зв'язку в Україні та за кордоном. Компанія забезпечує інтернетом бомбосховища (наразі таких понад 1400) та понад 700 модульних містечок для вимушених переселенців. У перші місяці повномасштабної війни Київстар надав бонуси на мобільний зв'язок лікарів у гарячих точках воєнних дій. Оператор телекомунікацій перерахував більше 130 млн грн на гуманітарну допомогу ЗСУ, лікарням, літнім людям та постраждалим від війни. Київстар також підтримав ініціативу Президента України «United24» щодо залучення коштів на відбудову України і виділив 300 млн грн на відновлення цифрової інфраструктури [4]. Окрім цього, після хакерської атаки, котра повністю унеможливила користування послугами компанії протягом декількох днів – оператор телекомунікацій надав кожному користувачу компенсацію у вигляді безкоштовного користування своїми послугами протягом одного місяця.

Компанія «Нова пошта» у 2022 році у сфері проведення політики КСВ здійснила наступне: реалізація різноманітних соціальних програм (видача готівки, пенсій, зарплат, стипендій, перекази коштів без комісії на рахунки ЗСУ та благодійних фондів, поповнення мобільних, пільги для військовослужбовців та волонтерів, творчі конкурси з призами для дітей) [5, с. 22–27, с. 136–137]; інвестиції в Перемогу склали 391,8 млн грн (з них 183,5 – підтримка армії, 143,03 – підтримка мобілізованих співробітників, 41,01 – гуманітарна пошта, 11,36 – підрозділам ДСНС, 5,05 – медичним закладам, 4,44 – прикордонникам), закупівля та передача різноманітних речей на фронт від авто та безпілотників до павербанків та одягу, а також впровадження проекту

«Свої для своїх» – внутрішній волонтерський рух для підтримки військовослужбовців [5, с. 64–73, с. 86–87]; підтримка гуманітарної допомоги: доставлено більше 40 тис. тон; одноразова оплата доставки вантажу для волонтерських організацій; відкриття 4 гуманітарних хабів та модульних відділень з безкоштовним інтернетом та видачою гуманітарної допомоги на деокупованих територіях; встановлення укриттів у Миколаєві, Харкові та Херсоні [5, с. 90–96]; гуманітарне партнерство з бізнесом та недержавними організаціями [5, с. 98–100]; допомога зооволонтерам та населенню під час блекаутів [5, с. 101–102]; реалізація та перенаправлення коштів в рамках проекту «Незламні, як Азовсталь» [5, с. 106]; організація та підтримка різних суспільних заходів: «Ультрамарафон для всіх», співпраця з Музеєм історії України у Другій світовій війні, ARTARMOR, «Спаський двіж, «Зимова країна» [5, с. 107–110]; виконання різноманітних екологічних ініціатив [5, с. 111]; підтримка працівників: евакуаційні рейси; матеріальна допомога; інвестування в умови та безпеку праці; створення штабу SOS; психологічна підтримка; навчання та розвиток [5, с. 118–122, с. 126–127]; співпраця з державою: сплата податків у розмірі 7,1 млрд грн [5, с. 141], доставка гуманітарної допомоги з-за кордону та лр тимчасово окупованих територій в рамках співпраці з Міністерством з питань реінтеграції [5, с. 145], співпраця з Червоним Хрестом та підрозділами ООН [5, с. 146–147].

Таким чином основними напрямками реалізації політики КСВ є: внутрішньо-соціальна (піклування про добробут працівників); зовнішньо-соціальна (побудова тимчасових містечок, укриттів, пунктів «Незламності»); фінансова (гуманітарна допомога, сплата податків наперед, підтримка армії). Практика вищевказаних компаній показує, що в організаціях наявна чітка стратегія розвитку та реалізації політики КСВ не тільки сьогодні, а й в майбутньому, після закінчення війни. Також дані компанії хоч і мають великий бюджет, але вони співпрацюють з іншими компаніями задля підвищення ефективності реалізації КСВ, залученню додаткових фінансів до нашої Вітчизни та підтримці стійких ділових відносин з закордонними партнерами.

Література:

1. Головна сторінка офіційного веб-сайту Українського центру розвитку КСВ. URL: <https://csr-ukraine.org>

2. Каталог внеску бізнесу в Перемогу в російсько-українській війні. URL: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/>

3. Український бізнес і війна: унікальний каталог від CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/news/ukrainskiy-biznes-i-viyna-unikalni/>

4. КСВ воєнного часу. Топ-10 компаній. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/ksv-voennogo-chasu-top-10-kompaniy-22122022-471409>

5. Звіт зі сталого розвитку Нової Пошти за 2022 рік. URL: https://novaposhta.ua/csr/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2022/#reports

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Російсько-українська війна спровокувала серйозну енергетичну кризу в Європі та виявила вразливі місця у взаємозалежності стійкого партнерства для енергетичної безпеки, декарбонізації промисловості України та Європи. Якщо проаналізувати експортно-імпортні операції на нафтогазовому ринку, то можна спостерігати, що від початку війни ЄС скоротив прямий імпорт російського газу з понад 20% загального імпорту газу в 2020 році до приблизно 5% у першій половині 2023 року, одночасно збільшивши імпорт із США та Норвегії [1, с. 54]. А також відбулось приєднання України до ENTSO-E як повноправного члена в сфері електрогенерації [2]. Така реорганізація та перебудова, незважаючи на те, що вона була явно необхідною, мала свою ціну, адже оптові ціни на газ в ЄС зараз приблизно вдвічі вищі, ніж до вторгнення Росії, і значно вищі, ніж у США.

Перебудова ланцюгів поставок є більш загальним явищем, адже вона розпочалась з 2020 року після COVID-19 і передбачає енергетичний перехід від викопного палива, трансформацію енергетичного сектору в ЄС та Україні і залежать від багатьох змінних і взаємозалежностей, серед яких: невизначеність у динаміці витрат, швидкості технологічного прогресу та розвитку екологіко-енергетичних політик кожної країни. Енергетичний перехід матиме значний вплив на промислову діяльність цього десятиліття в кількох вимірах. Окрім необхідності для промисловості терміново декарбонізувати власну діяльність для підвищення конкурентоспроможності галузей, вона також відіграватиме важливу роль у виробництві низьковуглецевих технологій, необхідних для декарбонізації в інших секторах економіки, а також на ринку праці. Адже кількість робочих місць у світовому енергетичному секторі зросла у 2022 році, оскільки зростання інвестицій у чисті енергетичні технології стимулюють попит на нових

працівників у кожному регіоні світу. Завдяки збільшенню інвестицій у чисту енергетику на 40% за останні два роки, у 2022 році кількість зайнятих у сфері енергетики досягла майже 67 мільйонів, що на 3,4 мільйона більше, ніж до пандемічного рівня. Сектори чистої енергетики додали 4,7 мільйона робочих місць у всьому світі за той самий період і становлять 35 мільйонів, тоді як робочі місця у сфері викопного палива відновлювалися повільніше після звільнень у 2020 році та залишаються приблизно на 1,3 мільйона нижче рівня зайнятості до пандемії (32 мільйони). Як наслідок, у 2021 році кількість чистої енергії перевищила кількість викопного палива.

За результатами Міжнародної кліматичної конференції COP28, які відбулась в Дубаї на початку грудня 2023 року, світ має рухатись до дотримання Паризької угоди та майбутнього з нульовим чистим викидом, підвищенням енергоефективності, скорочення викидів метану від виробництва на 75% з рекордним зростанням у таких сферах, як продажі електромобілів (EV) і глобальний потенціал відновлюваної енергетики. Очікується, що до 2040 року сонячна та вітрова енергетика становитимуть найбільшу частку світового енергетичного балансу [3].

Шлях до чистого нуля до 2050 року потребує і надалі зростання інвестицій у низьковуглецеві викиди з 900 мільярдів доларів США у 2020 році до 5 трильйонів доларів США щорічно до 2030 року [4]. З цієї цифри країни, що розвиваються, потребують 2 трильйони доларів США щорічно, що в п'ять разів більше, ніж у 2020 році. Навіть якщо країни з розвинутою економікою виконають або дещо перевищать свою обіцянку надавати 100 мільярдів доларів на рік, основна частина фінансування цих низьковуглецевих інвестицій повинна надходити від приватного сектору на умовах дотримання правил ESG та з використанням інновацій та ШІ.

Враховуючи вищесказане, щоб Україна досягла цілей сталого розвитку (ЦСР) та збільшувала інвестиції в низьковуглецеві технології, компаніям необхідно дотримуватись екологічних, соціальних та управлінських аспектів (environmental, social, and governance (ESG)), а державі створити широкомасштабні механізми фінансування на основі державно-приватного партнерства (ДПП), щоб на основі синергії збільшити частку як зовнішніх, так і внутрішніх інвестицій в чисту енергію, враховуючи військові ризики, наслідки війни і зміну економічного ландшафту регіонів.

Одним із шляхів досягнення інноваційного механізму розвитку національної економіки в енергетичній сфері є Індустрія 4.0 [5].

Індустрія 4.0 відкриває можливості для цифрового розвитку, економічної оптимізації та підвищення технологічності реального сектору на основі цифрових інфраструктури, виробництво та управління. А основними індикаторами цього процесу є автоматизація процесів, використання ШІ, великих даних, раціоналізація логістики і виробництва, які будуть спрямовані на переформатування ланцюжка створення вартості в енергетичному секторі, а також його трансформації в напрямку кращої операційної та стратегічного ефективності, підвищення екологічної стійкості та створення міцнішої соціальної структури, що поширює високу соціальну цінність серед громадян.

Варто відмітити, що серед переваг використання ШІ та великих даних при трансформації енергетичного сектору є:

1) ШІ для інвестицій в енергоефективність і системи підтримки прийняття рішень: методи та послуги підтримки прийняття рішень на основі ШІ, що дозволяють оцінювати, планувати та пріоритизувати інвестиції в енергоефективність і, таким чином, зменшувати ризики інвестицій.

2) ШІ для підвищення рівня енергоефективності: аналітика на основі ШІ для моніторингу та оптимізації енергоефективності будівель, електромобілів та інших інфраструктур, що споживають/генерують енергію.

3) ШІ для енергозбереження та контрактів: аналітика на основі ШІ дозволяє оцінювати, контролювати та перевіряти енергозбереження, а також підвищувати надійність і довіру до контрактів на ефективність використання енергії.

4) ШІ для боротьби зі зміною клімату і трансформації впливу бізнесу на довкілля: моделі та послуги ШІ, що відображають і передбачають наслідки зміни клімату, а також генерують відповідні рекомендації та практичні ідеї для пом'якшення останніх і створення екологічно стійких бізнес-моделей.

5) Застосування в енергетичних системах навчання з підкріпленням: застосування та оцінка методів навчання з підкріпленням для підвищення надійності та здатності до передачі керованих даними моделей для енергетичних систем.

6) Відкриті інновації: послуги на основі ШІ сприяють розширенню можливостей споживачів і створенню моделей співпраці.

7) Енергоефективність та оптимізація енергії в державному секторі: ШІ для енергоефективності, прогнозування навантаження та попиту, споживання в громадських будівлях і послугах.

Генерування та селекція пріоритетних напрямків при трансформації енергетичної сфери на засадах ДПП з використанням об'єктів мережі науково-технічної інфраструктури енергетичних інновацій (технологічні парки, науково-дослідні установи, венчурні інноваційні центри, краудфандингові платформи тощо) та покращення експериментальної бази здійснення інноваційної діяльності в енергетиці дозволить забезпечити інноваційну модернізацію енергетичних потужностей виробничо-господарських комплексів у контексті активізації процесів соціально-економічних трансформацій держави. Адже еволюційна зміна технологічних укладів та розвиток Індустрії 4.0 визначають нові умови, де механізмам в енергетиці притаманні: посилення стратегічної ролі цифрових технологій в забезпеченні ефективності функціонування механізмів, автоматизація операційних бізнес-процесів і прийняття управлінських рішень в енергетичному секторі, швидкі темпи зміни структури та набору функціональних елементів механізмів інноваційного розвитку. Індустрія 4.0 є такою моделлю організації відносин, за якої формуються можливості для вертикальної інтеграції «smart» обладнання, інноваційних продуктів і ресурсного базису в гнучкі виробничі системи та їх горизонтальної імплементації в міжгалузеві мережі цінностей.

Література:

1. Бобровицький А., Гавриленко Н., Гончарук А., Ус І., Широкий Г., Юлдашев Р. Міжнародні санкції як інструмент стримування російської агресії проти України : аналіт. доп. / за заг. ред. М. Паламарчука. Київ : НІСД, 2023. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-11/ad_mizhnar_sankcii_17_11_2023.pdf
2. Ukrainian Transmission System Operator, NPC Ukrenergo, joins ENTSO-E as new member. URL: <https://www.entsoe.eu/news/2023/12/14/ukrainian-transmission-system-operator-npc-ukrenergo-joins-entso-e-as-new-member/>
3. Global Energy Perspective 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/oil-and-gas/our-insights/global-energy-perspective2023?stcr=D95C203B86214F238E174DB1973745A7&cid=other-eml-ttn-mip-mck&hlkid=b25ece5fc36e4dbcaa10f5d337b7e380&hctky=9733744&hdpid=7a596d33-5cfc-4460-af9b-c1f6e44f6e9>
4. World Needs More Policy Ambition, Private Funds, and Innovation to Meet Climate Goals. Simon Black, Florence Jaumotte, Prasad Ananthakrishnan

(November 27, 2023). URL: https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2023/11/27/world-needs-more-policy-ambition-private-funds-and-innovation-to-meet-climate-goals?utm_medium=email&utm_source=govdelivery

5. Klaus Schwab (2016). 4 Industrial Revolution: what it means, how to respond. WEF. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond>

Rohozian Yuliia

*Doctor of Economic Sciences, Senior Researcher,
Deputy Head of Department of Interregional Cooperation Issues,
State Organization "V. Mamutov Institute of the Economic
and Legal Research
of the National Academy of Sciences of Ukraine"
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-12>

IDENTIFICATION OF RECOVERY AREAS AS A BASIS FOR ASSESSING THE RESULTS OF THEIR DEVELOPMENT IN WARTIME

The development of economic relations between local business entities plays a significant role in the world in view of globalisation challenges. It is necessary to pay special attention to this, as it is the local level administrative-territorial units that are most affected by all socio-economic processes. Today, Ukraine is going through a time of great and complex transformations that require adaptation by citizens, business entities, territorial communities, regions and the state as a whole. Several years ago, the decentralisation reform already laid a solid foundation for socio-economic changes, as the emergence of territorial communities as new entities in the economic arena strengthened the country's European integration vector.

On the other hand, global localisation trends have long ago formed a new arena for the realisation of social and economic interests of business entities – the local level, where governance is most important in the context of the war in which our country is currently operating and post-war recovery. The regulatory changes that took place at the beginning of the full-scale invasion in 2022 introduced a new functional type of territory – "recovery areas", which define micro-regions, territorial communities on whose territory hostilities took place and/or which were temporarily occupied and/or whose territories suffered destruction of critical infrastructure, social infrastructure, housing facilities as a result of hostilities, and which are characterised by a sharp deterioration in socio-economic development and significant overcrowding [1].

In the context of war, these territories are considered a priority for development and recovery due to the degree of destruction/damage to infrastructure and the decline in socio-economic development. In order to classify certain communities as recovery areas, clear criteria have been established that the community must meet. Thus, the legislator specified the following criteria in the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Approval of Procedures for the Restoration and Development of Regions and Territorial Communities" of July 18, 2023 No. 731: the presence of hostilities on the territory of the community; temporary occupation of the territorial community or part of it; destruction of critical and social infrastructure, housing facilities on the territory of the community as a result of hostilities; significant displacement of the population of the territorial community to other regions and/or other states and/or other countries and a sharp deterioration in the level of socio-economic development.

The fourth criterion is revealed through the following components: the population has decreased by at least 15 per cent compared to 1 January 2022; the unemployment rate has increased by at least 15 per cent compared to 1 January 2022; the number of internally displaced persons is more than 10 per cent of the total population of the territorial community as of 1 January 2022; the amount of revenues from taxes and fees to the general fund of the local budget from March to December 2022 compared to the corresponding period of 2021 is more than 15 per cent [2].

In order to acquire the status of a recovery area, a territorial community must meet at least one of the four criteria listed above, which will justify the existence of a significant number of recovery areas in Ukraine in the context of war and post-war recovery. According to researchers, the territorial communities of Luhansk and Donetsk oblasts have experienced the greatest impact of Russia's full-scale invasion of Ukraine, where constant military challenges complicate the socio-economic conditions for the restoration of these territories. If we compare the above criteria and indicators of the socio-economic situation in these regions, we can see that there are 23 potential recovery areas in Donetsk region and none in Luhansk region due to the ongoing active hostilities and temporary occupation. These facts should form the basis for further research in terms of assessing the key economic and social results of community development identified as recovery areas, which can be used to formulate practical recommendations for accelerating the development of Ukraine's recovery areas in the context of the armed conflict.

References:

1. On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Principles of State Regional Policy and Policy of Restoration of Regions and Territories: Law of Ukraine of July 09, 2022, No. 2389-IX. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389-20#Text> (accessed January 15, 2024).

2. On approval of procedures for the restoration and development of regions and territorial communities: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of July 18, 2023, No. 731. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/731-2023-%D0%BF> (accessed January 9, 2024).

Самійленко А. П.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-13>

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ ДЛЯ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Під час війни виникли значні перешкоди для вільного руху факторів виробництва, зокрема робочої сили, що призвело до невизначеності в економіці, а також до руйнування інститутів ринку праці та їх ефективної роботи. Ці проблеми в поєднанні зі значними переміщеннями та потоками біженців призвели до втрат у сфері зайнятості та доходів. Негативні соціальні наслідки війни включають зростання рівня безробіття, соціальне відчуження, гендерну нерівність, дискримінацію на робочому місці, зокрема щодо молоді, та поширення бідності.

Процеси, що відбуваються на ринку праці та у сфері зайнятості, тісно пов'язані з процесами у підприємницькій, кредитно-грошовій і зовнішньоекономічній сферах, в оподаткуванні та інвестиційній діяльності, освіті та організації професійного навчання. Від того, наскільки успішно функціонує економіка, у якій фазі економічного циклу вона перебуває, як сполучаються ринкові засади функціонування і державне регулювання, чим характеризується поведінка головних суб'єктів ринку залежить попит на робочу силу та її пропозиція, обсяг зайнятості й рівень безробіття [2, с. 13]. Внаслідок втрат і пошкоджень виробничих активів та інфраструктури, а також переривання ланцюгів постачання торговельних мереж, потенціал ринку праці значно послабився, що призвело до втрати можливостей для працевлаштування більшості українців.

Насильна міграція призвела до змін у структурі ринку праці та у складі пропозицій і насиченості фахівцями в різних регіонах. В тих областях, які найбільше постраждали від військової агресії росії,

кількість робочих місць зменшилася, а конкуренція на ринку праці зросла. Це призвело до серйозного дисбалансу між попитом і пропозицією робочої сили. Результатом такого наслідку як неможливість працювати в зонах бойових дій, стало зменшення попиту на робочу силу, зниження попиту на товари та послуги, проблеми з логістикою та невизначеністю майбутнього.

Крім того, в Україні відбувається значна гінізація ринку праці, де багато вакансій пропонується без офіційного оформлення, як підробіток тощо. Зрозуміло, що в таких умовах українці не можуть розраховувати ні на легальну зарплату, ні на соціальні гарантії, наприклад, лікарняні або стаж роботи.

Згідно з даними Державного центру зайнятості, на цей час 139 тис. осіб є зареєстрованими як безробітні, що на 55% менше, ніж на початок повномасштабної військової агресії, із них 100 тисяч – жінки, а 39 тисяч – чоловіки. Значення відсоткового співвідношення безробітних жінок до загальної кількості безробітних збільшилось до 72% порівняно з 50% на початку 2022 року. Найбільша кількість безробітних зареєстрована в Харківській області – 11 тисяч, Запорізькій області – 11 тисяч та Дніпропетровській області – 10 тисяч. З початку війни кількість актуальних вакансій, зареєстрованих у базі даних Державної служби зайнятості, зменшилась на 44% – з 53 тисяч (станом на 1 березня 2022 року) до 30 тисяч (на 27 березня 2023 року). Найбільша кількість вакансій зосереджена у Києві – 5400, Львівській області – 4100, Дніпропетровській області – 2500 і Хмельницькій області – 1700. Однак, на Єдиному порталі вакансій, що об'єднує базу вакансій Державної служби зайнятості та провідних українських сайтів з пошуку роботи, щоденно наявні понад 150 тис. пропозицій роботи. За даними служби зайнятості ТОП-5 найпопулярніших професій сьогодні виглядає так: водій автотранспортних засобів, підсобний робітник, тракторист-машиніст сільськогосподарського та лісгосподарського виробництва, продавець продовольчих товарів. Під час війни суттєво зменшився попит на працівників у фінансовій і страховій сфері, на будівництві, у готельному та ресторанному бізнесі. Крім того, практично відсутній попит в авіаційному транспорті, сфері туризму, дозвілля та розваг [3].

Найвідчутнішими для суспільства наслідками військової агресії в цей період стали соціальні, що вимірюються, насамперед, кількісними і якісними втратами самого цінного ресурсу країни – людського потенціалу. Розгортання військових дій на території України та

пов'язані з цим економічні потрясіння призвели до виникнення нових і загострення існуючих проблем на ринку праці [1, с. 27].

На кінець 2022 року наслідки бойових дій в Україні призвели до втрати роботи щонайменше 5 мільйонами людей, тоді як приблизно 7 мільйонів були змушені емігрувати з країни. У регіонах, де тривають бойові дії, працювало близько 10 мільйонів осіб. Реальний рівень безробіття в Україні набагато вищий, якщо його розраховувати за методологією МОП (Міжнародної організації праці). Згідно з цією методологією людина визнається безробітною, якщо вона протягом чотирьох тижнів: не мала роботи, шукала роботу, або була готова приступити до роботи. Відомості по зареєстрованим безробітним в Україні наведено на рис. 1.

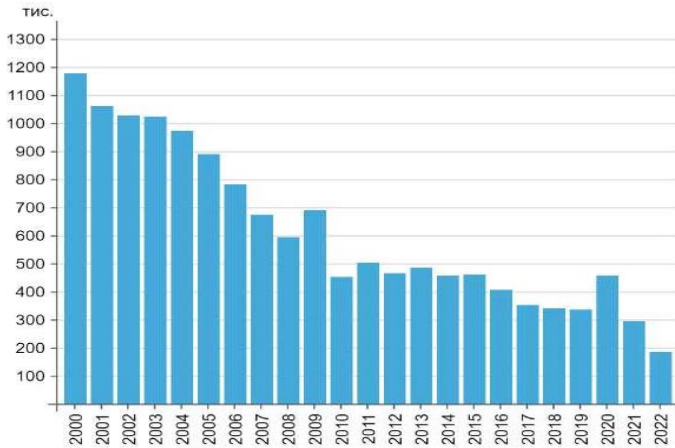


Рис. 1. Відомості по зареєстрованим безробітним в Україні

У НБУ прогнозують, що впродовж 2023 року безробіття залишатиметься на високому рівні (близько 24%). Надалі воно знижуватиметься завдяки розширенню попиту на робочу силу на тлі поживлення економічної активності. Очікується, що 2024 року рівень безробіття знизиться до 20%, а 2025-го – до 17,6%. Безробіття залишатиметься вищим за свій природний рівень з огляду на те, що процес відновлення виробничих потужностей і логістичних шляхів потребуватиме чимало часу.

Водночас НБУ прогнозує, що в реальному вимірі зарплати зростатимуть повільно через значну інфляцію: у 2023-му – на 3,3%, а протягом наступних двох років – ще на 6,5% та 4,3% відповідно.

Як в Україні вирішується проблема безробіття?

1. Уряд запропонував механізм залучення всіх, хто тимчасово втратив роботу, до «Армії відновлення» країни. В Україні на даний момент дві армії: одна захищає державу на військовому фронті, а інша займається підтримкою економіки. Ті, хто не мають роботи з різних причин, можуть приєднатися до «Армії відновлення», виконуючи суспільно корисні роботи з відновлення країни. Ці роботи можуть бути спрямовані на задоволення потреб Збройних Сил України, а також на забезпечення загальних потреб функціонування економіки та життєдіяльності населення.

2. Для українців, які змушені були покинути свої домівки та переїхати до інших регіонів України чи за кордон, існує платформа працевлаштування «UAtalents». Основна мета цієї ініціативи – дати можливість переселенцям швидко знайти роботу, яка може бути як дистанційною за кордоном, так і в Україні. Хоча платформа фокусується на вакансіях технологічного сектору, але також з'являються запити на роботу в інших галузях.

3. Державна програма «єРобота» є ще одним інструментом у боротьбі з безробіттям в Україні. Цей проект передбачає виділення грантів до 250 тисяч гривень українцям, які прагнуть започаткувати свій власний бізнес, розвивати його та навчатися. Важливо зазначити, що для переробних підприємств створено окрему грантову програму, де максимальна сума допомоги становить 8 мільйонів гривень. Головною умовою для отримання грантів в обох програмах є створення нових робочих місць.

Грантові програми «єРобота» – це дієва допомога від держави для відновлення, створення власної справи з нуля, реалізації амбітних проєктів, генерування нових робочих місць та здобуття потрібних на ринку праці спеціальностей.

4. Перекваліфікація та навчання. В умовах складної ситуації з працевлаштуванням, питання перекваліфікації стає дедалі важливішим. Якщо не вдається знайти роботу за своїм профілем, можна спробувати свої сили в новій сфері. Для цього існує безліч ресурсів, які допомагають українцям здобути нові навички та підвищити кваліфікацію. Наприклад, портали «Українське місто» та «Prometheus»

містять різноманітні платформи, курси, тренінги, телеграм-канали та інші можливості для навчання та саморозвитку.

Підсумовуючи, варто зазначити, що в період після війни стабілізація ринку праці є надзвичайно важливим завданням. Для досягнення цієї мети необхідно розробити ефективну систему управління ринком праці, яка буде включати механізми та інструменти, що дозволять врахувати питання освіти, розвитку спеціальних навичок, а також підвищення рівня соціального захисту та безпеки. Така система має забезпечити робочими місцями та можливістю навчання, що допоможуть людям підвищити свою кваліфікацію та забезпечити їхнє майбутнє.

Таким чином, для відновлення та реструктуризації ринку праці в Україні необхідно перерозподілити надлишкову робочу силу в окремих регіонах країни між усіма галузями економіки. Створення робочих місць сприятиме розвитку економіки, збільшуючи купівельну спроможність населення та буде надійним інструментом боротьби з бідністю.

Для розвитку економіки, зокрема відновлення інфраструктури, особливо соціального та житлового фонду, необхідно розробити спеціальну Державну програму, яка буде передбачати залучення іноземних інвестицій з планового забезпечення житла постраждалим громадянам, насамперед у регіонах Східної України. Надзвичайно важливо підтримувати розвиток місцевої економіки, щоб громадяни мали можливість забезпечити себе в майбутньому.

Література:

1. Близнюк В. В., Яценко Л. Д. Трудова мобільність як фактор забезпечення продуктивної зайнятості. Соціоекономіка та менеджмент: стан, тенденції, управлінські рішення. Київ : КНЕУ, 2022. Ч. 1. С. 29–32.
2. Федоренко В. Г., Пінчук Ю. Б. Євроінтеграція, економіка і ринок праці в Україні. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2014. № 1. С. 13–15.
3. Офіційний портал Державного центру зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/publikaciya/derzhavnyy-centr-zaunyatosti-pid-chas-viyny-rynok-praci-zaznav-znachnyh-zmi>

Скрильов В. В.

*аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна
м. Харків, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-14>

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ – СУЧАСНИЙ ВИКЛИК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Україна, як молода та перспективна країна Європи, зіткнулася з викликом зростання державного боргу з початку 21 сторіччя. Звісно, що на це були об'єктивні причини, як то пандемія та військові дії, що привело до хронічного бюджетного дефіциту для фінансування якого слід було залучати позикові кошти.

Це явище привернуло увагу науковців, вони визнали його не лише як економічну проблему, але і як загрозу майбутньому розвитку країни. З плином часу обсяги державного боргу набувають значущих масштабів, вимагаючи додаткових ресурсів для погашення та обслуговування зобов'язань. Оскільки державний борг є важливою складовою економічного розвитку країни, він визначає її фінансову стійкість та можливості здійснення ключових соціально-економічних програм.

У сучасних умовах повномасштабної війни, Україні важливо зосередити увагу на ефективному управлінні державним боргом та визначити дієві інструменти для його стримування. В загально економічному та політичному контексті, управління державним боргом стає вирішальною складовою сталого розвитку країни, а неспроможність вирішення проблеми державного боргу може призвести до серйозних наслідків для фінансової стабільності та соціального благополуччя громадян.

У дослідженні державного боргу України важливим аспектом є розгляд його структури та динаміки. Загальна сума державного та гарантованого державою боргу України на 2023 рік становить 145,3 млрд дол. США, з них державний борг 136.59 млрд дол. США та гарантований державою борг 8.73 млрд дол. США. Порівняно з 2018 (78.32 млрд дол. США) та 2021 (97.96 млрд дол. США) роками

державний борг та гарантований державою борг зріс на 67 млрд дол. США та 47,36 млрд дол. США відповідно [1]. Акцентуючи увагу на валовий зовнішній державний борг, прослідковується тенденція прискорення протягом останніх років (рис. 1).

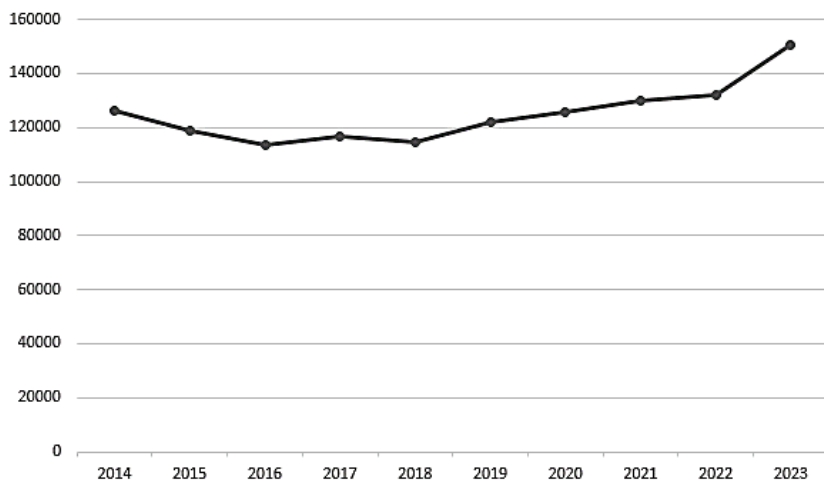


Рис. 1. Валовий зовнішній борг України, млн. дол. США. (2014–2023)

Джерело: побудовано авторами за даними [2]

Як показує рис.1, протягом аналізованого часу, спостерігається поступове зменшення валового зовнішнього боргу на 24 млрд дол. США в період з 2014 року (126 млрд дол. США) до 2016 року (112.5 млрд дол. США). Але вже в 2018 році (114 млрд дол. США) стрімке зростання до 2023 року включно (150 млрд дол. США) з різницею в 36 млрд дол. США.

Констатуємо, що валовий зовнішній борг України стрімко зростає останні декілька років, але задля точного розуміння причин, треба бачити структуру боргу. Загальна сума державного боргу України на 2023 рік 136.59 млрд. дол. США, включає в себе внутрішній борг – 41.8 млрд дол. США та зовнішній борг – 94.79 млрд дол. США. А гарантований державою борг 8.73 млрд дол. США, включає внутрішній борг – 1.81 млрд дол. США та зовнішній борг – 6.91 млрд. дол. США [1]. Таким чином, робимо висновок, що внутрішній борг становить меншу частку загального боргу України, та

має мінімальні зміни порівняно з минулими роками. Куди важливішим в даному випадку являється зовнішній борг та його домінуюча роль в заборгованості країни.

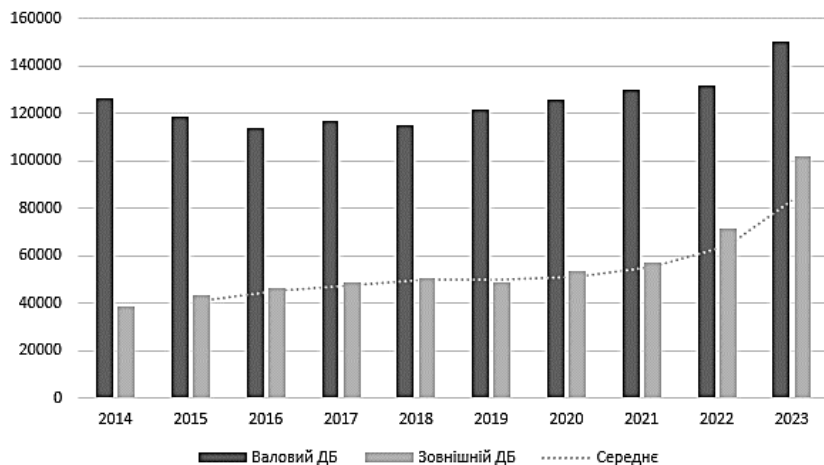


Рис. 2. Валовий зовнішній державний борг, зовнішній державний та гарантований державою борг України, млн. дол. США. (2014–2023)

Джерело: побудовано авторами за даними [2]

Аналізуючи структуру, можна виділити валовий зовнішній державний борг, зовнішній державний та гарантований державою борг України а також відсоткове відношення до ВВП. Це дає можливість визначення динаміки боргових зобов'язань та дозволить оцінити темпи їхнього зростання та виявити фактори, що на них впливають. Станом на 2014 рік, зовнішній державний та гарантований державою борг України становив 30,7% від валового зовнішнього боргу країни, а вже станом на 2018 рік – 44%. В період 2018–2021 років – темпи зростання знизились, але за підсумками 2023 року зовнішній державний та гарантований державою борг становив 67,58% від валового зовнішнього боргу (рис. 2).

З точки зору аналізу економіки України та визначення економічних ризиків для суспільства, не менш важливим є не саме число, яке визначає державний та гарантований державою борг, а його відсоткове співвідношення до обсягу ВВП. Вважається, що частка боргу не має бути вищою за 60% від ВВП країни, але на практиці велика кількість

країн має показники близькі до 80%, а деякі навіть вище за 100%. У 2015-2021 уряду вдалося знизити боргове навантаження із 79% ВВП до 49% ВВП завдяки своїй борговій політиці (рис. 3).

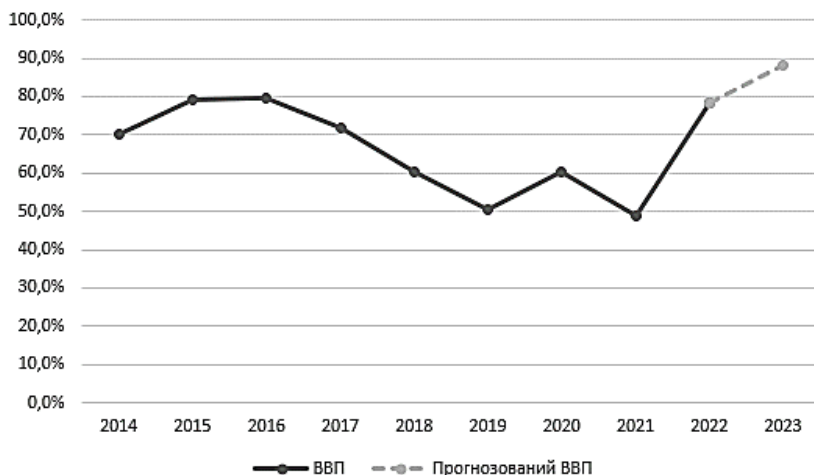


Рис. 3. Зовнішній державний борг, млн дол. США та ВВП % (2014–2023)

Джерело: побудовано авторами за даними [3]

Ситуація кардинально змінилася з початком повномасштабного вторгнення і збільшенням витрат на оборону. Як наслідок, протягом 2022 та 2023 року, сума державного боргу стрімко зросла, зросла й частка до ВВП 78,5% та 88,1% відповідно.

Міжнародний валютний фонд прогнозує збільшення загального державного боргу України до 98,6% на кінець 2024 року та 100,7 на 2025 рік, після чого очікується його поступове зменшення [2]. Тим часом Кабінет міністрів в своїй пояснювальній записці до проекту державного бюджету на 2024 рік, зазначив, що очікування державного боргу в 2024 році становлять 104,6% від ВВП.

Підводячи підсумки, можемо констатувати, що в контексті сучасних геополітичних викликів, ефективне управління державним боргом стає ключовим елементом національної безпеки та суверенітету. Систематичний моніторинг та прогнозування фінансових ризиків, зростання доходів бюджетної системи та оптимізація її видаткової частини, а також оперативне прийняття стратегічних рішень,

допоможуть Україні ефективно впоратися з викликами, пов'язаними з державним боргом та забезпечити сталість та процвітання країни в майбутньому.

Література:

1. Державний борг України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovaniy-derzhavju-borg>
2. Валовий зовнішній борг України. URL: https://bank.gov.ua/files/ES/ZB_q.pdf
3. Fiscal monitor 2023 October. Gross debt position. URL: https://www.imf.org/external/datamapper/G_XWDG_G01_GDP_PT@FM/ADVE/C/FM_EMG/FM_LIDC/UKR

Соловій І. П.

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри екологічної економіки та бізнесу,
Національний лісотехнічний університет України
м. Львів, Україна*

Король І. М.

*аспірант кафедри екологічної економіки та бізнесу,
Національний лісотехнічний університет України
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-15>

ЛІСОВИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ ТА ПРОБЛЕМИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Досягнення загального добробуту при збереженні довкілля є центральним принципом сталого розвитку. Щоб як найкраще досягти цього, політики та державні структури повинні розуміти яким чином певні аспекти розвитку зумовляють конфлікти, які можуть підірвати усі зусилля щодо збереження біорізноманіття та послуг екосистем, тоді як, навпаки, інші аспекти можуть призвести до синергії, яка принесе користь для довкілля або полегшить його збереження [5].

У 2020 році Україна вперше звітувала про досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) до ООН перед світовою спільнотою: а) щодо державного рівня (що зроблено на рівні уряду) під егідою Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, і б) що зроблено бізнесом для досягнення цих цілей. Такі оцінки у формі звітів передбачається проводити кожні п'ять років, оскільки це міжнародне зобов'язання України. Тому кожен сектор економіки слід розглядати у контексті парадигми сталого розвитку, зокрема ЦСР.

Лісові ресурси відіграють вагому роль як у формуванні вуглецевого балансу атмосфери, так і в збереженні біорізноманіття, є вагами чинником добробуту. Факт важливості лісового господарства для нашої держави та її екосистем уже тривалий час є загальноновизнаним. Повномасштабне вторгнення російської федерації спричинило, з-поміж іншого, значний деструктивний вплив на довкілля. Лісовим насадженням, ґрунтам та лісовій інфраструктурі вже завдано величезної

шкоди. Лісові ресурси України є одним із ключових фундаментів національної екосистеми, а внаслідок бойових дій вони зазнали чи не найбільших збитків. Станом на грудень 2023 р. біля 2.9 млн га лісів, тобто 27% від площі усіх лісів зазнали різноманітних негативних впливів унаслідок військових дій. Окрім того, у лісовій галузі спостерігаються також проблеми інституційного характеру, через які лісові екосистеми не відповідають низці міжнародних стандартів [2]. Під егідою ООН підписано багато міжнародних угод щодо охорони і збереження біорізноманіття екосистем, у тому числі лісових. Але, як говорить практичний досвід, підписані міжнародні документи в цій сфері реалізуються недостатньо, особливо в країнах, де ведуться бойові дії. Сьогодні відсутні належні економіко-правові інструменти практичної реалізації підписаних міжнародних договорів на національному рівні, що робить їх неефективними через низький рівень імплементації [1]. Вирішення цих проблем потребує довстрокової візії, політики сталого розвитку лісового сектора [3], яка має бути закріплена у законі «Національна лісова політика».

Лісовий сектор на глобальному рівні займає центральне місце в триваючому переході до майбутньої низьковуглецевої і циркулярної біоекономіки, заснованої на відновлюваних джерелах енергії, природних ресурсах та біотехнологіях. Із здатністю лісів захоплювати і зберігати вуглець та можливостями залучати деревину та інші рослинні матеріали, які походять з лісів, корми у широкий спектр відновлюваних рішень, вони часто можуть замінити невідновлювані матеріали у продуктах, які ми використовуємо кожен день. Ці продукти варіюються від традиційних продуктів – таких, як папір, упаковка та засоби особистої гігієни тощо до інноваційного біопалива та біоматеріалів для будівництва, хімічного і текстильного секторів. Зростаючий попит на ці продукти, у поєднанні зі змінами клімату, посилює навантаження на ліси, знижує їх потенціал стосовно того, щоб стабільно забезпечити всі товари і послуги, необхідні людям і планеті для існування та забезпечення добробуту. Для забезпечення сталості, лісові продукти повинні бути джерелом, яке не лише може постійно постачати деревину та недеревинну лісову продукцію, але й забезпечувати широке коло численних послуг екосистем, таких як зберігання вуглецю, біорізноманіття, чисте повітря та вода, природне середовище проживання та засоби до існування.

Стале ведення лісового господарства є набором принципів, які можуть вирішити багато проблем, на які спрямовані Цілі розвитку,

включно з доступом до використання землі та води, змінами клімату, моделями споживанням та виробництва, енергозабезпеченням та інклюзивним розвитком. І навпаки, несталі практики в лісовому секторі мають можливість підірвати досягнення цілей розвитку та всього, на що вони спрямовані. Найбільш безпосередньо лісовий сектор пов'язаний з ЦСР 15 – Життя на землі, у якій стале управління лісами чітко згадане. Проте важливо зазначити, що лісовий сектор сприяє досягненню всіх 17 цілей, враховуючи широкий вплив лісів та їх продуктів на суспільство, економіку та довкілля. Світова Рада з Сталого Бізнесу (WBCSD), визнаючи цей факт стосовно 17 цілей у своїй дорожній карті для розвитку лісового сектору «*Forest Sector SDG Roadmap*» [4] все ж визначила ЦСР 6, 7, 8, 12, 13 і 15 як основні цілі, де сектор і його ланцюг створення вартості мають найбільший потенціал впливати, створювати довгострокову цінність і стимулювати трансформацію сектора.

Література:

1. Волковська Ю. І., Дубовіч І. А. Особливості економіко-правового регулювання сталого ведення лісового господарства України в умовах зміни клімату. *Економіка України*. 2023. № 9. С. 70–83. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.09.070>
2. Шершун М. Х., Касюхнич В. Ю. Економічна складова розвитку лісової галузі в умовах воєнного стану. *Збалансоване природокористування*. 2023. № 1. С. 45. DOI: <https://doi.org/10.33730/2310-4678.1.2023.27853>
3. Соловій І. П. Політика сталого розвитку лісового сектора економіки: парадигма та інструменти : монографія / Нац. лісотехн. ун-т України. Львів : РВВ НЛТУ України ; Ліга-Прес, 2010. 368 с. С. 319–350.
4. World Business Council on Sustainable Development (2019). *Forest Sector SDG Roadmap*. 48 p.
5. Carr Jamie A. Gillian Petrokofsky, Dominick V. Spracklen, Simon L. Lewis, Dilys Roe, Nicholas Trull, Adriana Vidal, Sylvia Wicander, John Worthington-Hill, Susannah M. Sallu. Anticipated impacts of achieving SDG targets on forests – a review. *Forest Policy and Economics*. 2021. Volume 126. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2021.102423>

Товстик Р. В.

*аспірант кафедри економічної кібернетики,
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-16>

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ SMART FACTORY НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Досліджуючи нові засоби та методи, встановлюючи нові вершини знань, людство набуває свого розвитку. Прагнення до спрощення життя завжди є притаманним людині. У процесі пошуку нових цілей, засобів, методів та інструментів людство поступово змінюється. Людина завжди прагне до спрощення свого життя у всіх його виявах. Завдяки постійному потягу до розвитку виникли поняття соціально-економічного прогресу і науково-технічної революції, які впливають на економіку та суспільство в цілому.

Технології Smart Factory є новітніми з точки зору розвитку промисловості та не мають чіткого визначення. Національний інститут стандартів і технологій США (NIST) зазначає, що дослідження цієї технології значно розвинули бачення повністю інтегрованих виробничих систем для спільної роботи, які реагують у режимі реального часу, щоб задовольнити мінливі вимоги та умови на фабриці, у мережі постачання та потребам клієнтів [1]. Таке бачення наразі і береться за основу при визначенні цих технологій та їх основних завдань.

Деякими науковцями, такими як, Б. Ван [2, с. 748], Е. Йилдіз, Ч. Моллер [3, с. 186], підтримується окремий розподіл технологій Smart factory на такі типи як:

– Цифрові (Digital), які спеціалізуються на створенні цифрових моделей кінцевої продукції, включають у себе увесь процес розробки, до моменту випуску пробних зразків.

– Розумні (Smart), які спеціалізуються на досягненні максимальної кількості продукції при забезпеченні найбільшої гнучкості процесів виробництва, що досягається завдяки цифровізації та роботизації.

– Віртуальні (Virtual), які спеціалізуються на досягненні максимальної автоматизації процесів управління постачаннями та розподілення активів. Надають можливість віртуалізації усіх основних процесів, за умови належного ступеню інтеграції цифрових технологій.

Потенціал використання «розумних фабрик» дуже великий, що призводить до зростання відповідного ринку. Обсяг ринку цифрових фабрик (PLM-системи, адитивні технології, апаратне і числове програмне забезпечення, верстати тощо) досягне, за різними оцінками, 740 млрд. доларів до 2035 року [4]. Саме тому сприяння розвитку новітніх інновацій є вкрай важливим для економіки кожної країни.

З метою найбільш якісного впровадження технологій Smart factory, проводиться аналіз стану підприємства та проблем виробничого процесу, які можуть загальмувати цей процес. Для проведення аналізу можна використовувати SWOT-аналіз, SNW-аналіз й PEST-аналіз.

Після проведення аналізу стану підприємства, з'являється можливість провести оцінку інноваційного потенціалу, що і буде слугувати основою для прийняття рішення про впровадження технологій Smart Factory, або це є економічно недоцільним. Найбільш оптимальним варіантом, за якого будуть враховані переваги більшості підходів до розрахунку інноваційного потенціалу є інтегральна оцінка за системою показників. Показники можуть бути виділені у групи за видами, наприклад: Виробничі, Науково-технічні, Фінансові, Кадрові, Інформаційні, Ринкові [5, с. 235].

Кількісні значення потенціалу окремої групи показників, що входить до складу інноваційного потенціалу підприємства в цілому, визначаються як сума значень показників відповідної групи [5, с. 237].

Комплексна оцінка інноваційного потенціалу підприємства визначається інтегральним показником кореню ступеню n (кількість груп показників) з суми кількісних значень потенціалів окремих груп [5, с. 237].

Отже, впровадження технологій Smart Factory є беззаперечно, майбутнім для усіх підприємств, проте негайний бездумний перехід на нові технології, може спричинити значні збитки для підприємств, без суттєвого приросту прибутку, особливо в умовах військової агресії. Перед впровадженням необхідно провести детальний аналіз фінансового стану підприємства, рівня його інноваційного потенціалу. У подальшому? доцільним є набуття розвитку методів подолання низького інтелектуального потенціалу в сучасних умовах ведення підприємницької діяльності.

Література:

1. Product Definitions for Smart Manufacturing. Національний інститут стандартів і технологій США. URL: <https://www.nist.gov/programs-projects/product-definitions-smart-manufacturing>
2. Wang B., Tao F., Fang X., Liu C., Liu Y., Freiheit T. Smart Manufacturing and Intelligent Manufacturing: A Comparative Review. *Engineering*. 2021. Vol. 7. Issue 6. P. 738–757. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eng.2020.07.017>
3. Yildiz E., Møller C., Bilberg A. Demonstration and evaluation of a digital twin-based virtual factory. *Int J Adv Manuf Technol*. 2021. Vol. 114. P. 185–203. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00170-021-06825-w>
4. Smart Factory. *IT Enterprice*. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/smart-factory>
5. Петіна О. М. Методичні підходи до оцінки інноваційного потенціалу та внеску творчої молоді у його формування. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2015. Вип. 11. С. 233–239. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/handle/123456789/3900>

Череватський Д. Ю.

*доктор економічних наук, завідувач відділу,
Інститут економіки промисловості НАН України
м. Київ, Україна*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4038-6393>

Бойко О. В.

*аспірантка,
Інститут економіки промисловості НАН України
м. Київ, Україна*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7301-724X>

Баш В. О.

*аспірант,
Інститут економіки промисловості НАН України
м. Київ, Україна*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-1173-2174>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-17>

ЩОДО ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЕНЕРГЕТИКИ ТРУДОВИТРАТ В МЕЖАХ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ

Перехід до раціональних моделей споживання і виробництва вимагають створення нових та вдосконалення вже існуючих підходів до оцінки життєвого циклу продукту. Одним з напрямів досліджень, що вимагає ретельного вивчення є метод енергетичного аналізу, співзасновником якого є український вчений С. А. Подолинський [1]. Він вважав, що працю і матеріальну діяльність людини можна розглядати як витрати енергії.

Сучасні методи оцінки енергоефективності щодо людської праці певним чином є полярними: за MIPS-аналізом [2] енергетика людської праці не є номенклатурою «екологічного рюкзака», прибічники концепцій аналізу матеріальних потоків (MFA) та життєвого циклу продукту (LCA) лише тепер визнали це важливим аспектом. Натомість за номенклатурою EROI – energy return on investment або EROEI (energy returned on energy invested), яке є загальноживаним синонімом

енергетичної рентабельності [3] – енергетика людської праці підлягає калькуляції як складова загальних енергетичних витрат.

Узагальнення великої кількості наукових досліджень виявило два підходи до визначення енергоємності людської праці: фізичний та економічний, модифікацією котрого є інституційний вимір (рис. 1).

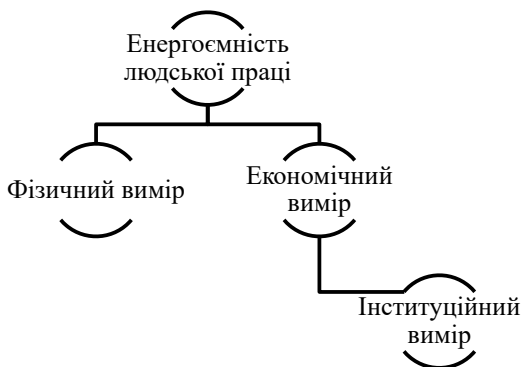


Рис. 1. Підходи до виміру енергоємності людської праці

Офіційних одиниць виміру людської потужності не існує. Хоча фізична натуралізація живої праці як підхід має місце. Так у роботі М. С. Самойліка, яка присвячена переробці відходів, затрати праці персоналу, зайнятого на транспорті, сортуванні, спалюванні сміття та інших процесах у МДж на 1 т сировини (зазначені дані автор надає без деталізації, як результат власних досліджень) [4], але недоліком даного методу є те, що калькуляції прямо пов'язані з обсягом переробки відходів. Більш раціонально скористатися нормами, приведеними до одиниць часу. Проте, резонною є допущення автору, за яким після закінчення зміни працівник, як технологічний агрегат, із робочого режиму переходить в режим холостого ходу, якій відрізняється меншою потужністю.

Уявлення про економічний підхід до виміру людської праці дає робота Г. Г. Панченка [1]. Науковець пропонує повну енергоємність трудовитрат розраховувати включаючи повні енерговитрати на виробництво власних енергоресурсів і енергетичний еквівалент імпортованих енергоресурсів, які використовуються для енергетичних цілей в Україні; загальну вартість вироблених товарів та послуг і кінцеві споживчі витрати; фонд оплати праці найманих працівників.

Потрібно зазначити, що витрати домашніх господарств становлять основну частину кінцевого споживання. Вони включають витрати на придбання споживчих товарів і послуг, споживання товарів та послуг, одержаних у натуральній формі і вироблених для власного кінцевого споживання. Особливим елементом є умовно обчислена вартість проживання у власному житлі.

Потрібно зауважити, що до складу кінцевого споживання не входять товари, придбані домашніми господарствами для виробничих потреб, придбання будинків і квартир та придбання цінностей.

Повна енергоємність трудовитрат у розрахунку на одиницю робочого часу включає: повну енергоємність трудовитрат у розрахунку на 1 людину-годину; середньомісячна заробітна плата, грн/місяць; середньомісячний робочий час, людино-годин/місяць.

Перерахунок енергетики живої праці через заробітну плату є розповсюдженим не тільки серед вітчизняних дослідників, а й зарубіжних.

Але є принципово інше втілення економічного підходу, яке доречно визначити як інституціональне. Воно було засновано на положеннях Гірничого закону України, за якими «... підприємства з видобутку вугілля та вуглебудівні підприємства безоплатно надають вугілля на побутові потреби у розмірі, що визначається колективним договором» [5]. За Галузевою угодою між Міністерством вугільної промисловості України, іншими державними органами, власниками (об'єднаннями власників), що діють у вугільній галузі, і всеукраїнськими профспілками вугільної промисловості від 3 липня 2001 р. «безоплатне забезпечення вугіллям працівників і пенсіонерів вугільної промисловості здійснюється за нормою 5,9 т на рік (приблизно 4,2 т у.п., коментар авторів) на будинок або квартиру без центрального опалення. Списки вуглеотримувачів складаються щорічно». У разі квартир з центральним опаленням діють заходи з компенсації комунальної оплати. Система є чинною і зараз, що демонструє, наприклад, складений у 2022 р. колективний договір ДП «Добропіллявугілля-видобуток»: «Безоплатне забезпечення вугіллям працівників і пенсіонерів, які отримали таке право працюючи на шахтах «Добропільська», «Алмазна», «Білицька», «Новодонецька», «Піонер» та інших підрозділах, які увійшли до складу ДП «Добропіллявугілля-видобуток», незалежно від організаційно-правової форми попередніх підприємств, найманих і виборних працівників профспілкових органів здійснюється за нормою 5,9 т на рік на будинок...».

Отже, сама присутність працівника у штаті вугільного підприємства надає йому право привласнити частку виробленого продукту в розмірі майже 4,2 т у.п., що інституціонально є визначенням річного енергетичного еквіваленту його праці.

Як показано, оцінка енергетичних витрат робітників підприємств, перш за все з шахтним способом виробництва, допускає не менше трьох варіантів нормування витрат – фізичний, економічний із застосуванням макроекономічних показників і економічний інституціональний.

Подальші дослідження є сенс присвятити оцінці статистичної значущості показників енергетичних витрат живої праці як складових загальної енергоємності енергетичних витрат підприємства.

Література:

1. Панченко Г. Г. Огляд стану і перспектив розвитку енергетичного аналізу. *Енергетика: економіка, технології, екологія*. 2019. № 4. С. 48–54.
2. Schmidt-Bleek F. MIPS and ecological rucksacks in designing the future. In Proceedings Second International Symposium on Environmentally Conscious Design and Inverse Manufacturing. IEEE. 2001. P. 1–8.
3. Cherevatskyi D., Atabyekov O. EROI of the Ukrainian coal. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 4(50). С. 20–31.
4. Самойлік М. С. Біоенергетична оцінка сфери поводження з твердими відходами на регіональному рівні. *Вісник Житомирського національного агроекологічного університету*. 2013. № 1–2 (2). С. 340–349.
5. Гірничий Закон України. Документ 1127-XIV, чинний, поточна редакція – Редакція від 28.03.2023, підстава – 2805-IX. *Відомості Верховної Ради України*. № 50. Ст. 433.

Шаповалов А. П.

магістр,

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-18>

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасній інформаційній економіці творча діяльність людини є однією з найпотужніших рушійних сил розвитку цивілізації. Економічна ефективність, науково-технічний рівень виробництва та соціально-економічний прогрес залежать від обсягу накопичених у суспільстві знань та ефективності використання інтелектуальних ресурсів країни. Ефективність інноваційної моделі розвитку, що базується на використанні об'єктів інтелектуальної власності, підтверджується світовим досвідом. Вчені, підприємці, менеджери, фінансисти, висококваліфіковані технічні фахівці та інші професіонали, які займаються поширенням високих технологій, інформації та нових знань, є новою інтелектуальною елітою і головним суспільним багатством розвинених країн.

Світовий досвід свідчить, що від рівня освіченості та ставлення суспільства до інтелектуальних цінностей залежить рівень життя всіх верств населення та загальне соціально-економічне становище країни. Тільки інтелектуально багаті суспільства можуть гарантувати високий рівень життя і національне процвітання в умовах відсутності природних ресурсів, таких як енергія і корисні копалини. Ні багатство надр, ні родючі землі, ні ідеальний клімат, ні туристичні принади не можуть зрівнятися з потенційною силою і соціальною значущістю людського розуму [1].

Інтелектуальний капітал – це колективні знання, досвід, підготовка та інтуїція всіх працівників компанії чи установи (або держави). Він включає в себе налагоджені зв'язки, бази даних, комп'ютерні мережі, які миттєво обробляють інформацію та передають її всім працівникам відповідної організації, що дозволяє їй швидко та адекватно реагувати на зміни.

Слід зазначити, що більшість дослідників і практиків приходять до висновку, що на організаційному рівні інтелектуальний капітал є сумою трьох елементів:

1. Людський капітал – це капітал, набутий працівниками організації у вигляді досвіду, знань, навичок, інноваційного потенціалу, а також загальної культури та філософії організації.

2. Структурний капітал – найбільш неоднорідна частина інтелектуального капіталу. Він включає апаратне та програмне забезпечення, організаційні структури, патенти та все інше, що дозволяє працівникам підприємства реалізувати свій виробничий потенціал.

3. Споживчий капітал (ринковий капітал) – капітал, який зазвичай включає торгові марки, знаки обслуговування, фірмові найменування, ділову репутацію, наявність «своїх людей» в організаціях партнерів і клієнтів, постійних клієнтів, повторні контракти з клієнтами тощо.

В основі цих трьох елементів лежить людський капітал – найбільш динамічний елемент, який дозволяє підприємству генерувати довгострокові прибутки. Якщо структурний капітал може бути зареєстрований як власність і є об'єктом купівлі-продажу, то людський капітал не розглядається як власність підприємств.

Розуміння сутності та ролі інтелектуального капіталу підприємства у відтворювальному процесі має стати основою для формування нової парадигми у вітчизняному менеджменті компаній – управління знаннями (knowledge management). За оцінками експертів, в середньому 80% ринкової вартості компанії формують нематеріальні активи та корпоративні знання, а 95% ринкової вартості акцій високотехнологічних компаній припадає на нематеріальні активи [2].

Проведений аналіз свідчить про наявність великої кількості різних методів, підходів та методик, для оцінки інтелектуального капіталу, які розрізняються як по набору розрахункових показників, так і за якісними характеристиками. Зарубіжні вчені їх групують їх за чотирма групами [3]:

1. Методи прямого вимірювання інтелектуального капіталу (Direct Intellectual Capital Methods, DICM).

2. Методи ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods, MCM).

3. Методи віддачі на активи (Return on Assets methods, ROA).

4. Методи підрахунку балів (Scorecard Methods, SC).

Для оцінювання інтелектуального капіталу фірми використовують також коефіцієнт Q Тобіна (Дж. Тобін, нобелівський лауреат у галузі

економіки 1981 р.), який розраховується як співвідношення ринкової вартості фірми (дорівнює ринковій ціні всіх її акцій) та відновної вартості її активів (дорівнює сумі витрат, необхідних для придбання матеріальних активів фірми за поточними цінами). Значення коефіцієнта Q Тобіна, яке перевищує 1, є свідченням того, що ринок високо оцінює нематеріальну складову фірми – її інтелектуальний капітал, практичне використання якого дає їй можливість отримувати надприбутки [4].

Сьогодні значення коефіцієнта Q Тобіна для ефективних компаній сягає 5–10 одиниць. У наукомістких галузях воно ще вище, а для фірм, зайнятих у сфері комп'ютерних технологій і виробництві програмного забезпечення, коефіцієнт Q Тобіна може сягати декількох сотень. Це засвідчує, що у таких компаніях головним виробничим чинником є інтелектуальний капітал, а матеріальні активи, практично не створюючи вартості, виступають у ролі інфраструктурного забезпечення [4].

Водночас цей підхід, на нашу думку, має певні обмеження у застосуванні до значної кількості вітчизняних підприємств. Найбільш суттєвою проблемою є сумнівна ринкова капіталізація корпоративного сектору вітчизняної промисловості. Причиною такої ситуації є те, що більшість підприємств є юридичними особами лише за формальними ознаками. Це пов'язано з тим, що в обігу фондового ринку перебувають акції небагатьох акціонерних товариств, попит на ці акції є низьким, а дивіденди акціонерам не виплачуються. Таким чином, механізми фондового ринку, які можуть залучити додаткові кошти для розвитку, є недоступними для більшості вітчизняних компаній.

Таким чином, очевидно, що на сьогодні не існує єдиної, загальноновизнаної методики оцінки інтелектуального капіталу та його окремих структурних елементів. Існують також сумніви щодо можливості розробки досконалої методики, враховуючи сутнісні характеристики предмета дослідження. Тому виходом із цієї ситуації на сучасному етапі є комплексне використання існуючих методів та показників, адаптованих до специфіки та потреб окремих підприємств.

Література:

1. Житченко Г. О. Сутність та визначення поняття «інтелектуальний капітал» *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. С. 255–259.
2. Коваленко М. Теорія і методологія управління розвитку регіонального господарського комплексу в контексті економіки знань: монографія. Херсон : Олді-плюс, 2007. 312 с.

3. Нестеренко О. О. Бінарна система оцінки інтелектуального капіталу в інтегрованій звітності. *Інтелект XXI*. 2018. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2018_2_42 (дата звернення: 29.01.2024).

4. Чуприна О. О., Чуприн К. С. Методологічні підходи до оцінювання інтелектуального капіталу. *Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія : Економічна теорія та право*. 2013. № 3. С. 22–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2013_3_5 (дата звернення: 16.02.2023).

СЕКЦІЯ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ

Гарбузова В. В.

студентка,

Східноукраїнський національний університет

імені Володимира Даля

м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-19>

ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Наявна система професійної підготовки кадрів у галузі туризму в Україні майже не відповідає вимогам, які висуваються роботодавцями, але функціонування даної сфери на 80% залежить саме від компетентностей та знань її працівників. У зв'язку з тим, що, за прогнозами експертів ЮНЕСКО, туризм може стати однією з провідних галузей світової економіки (як це було до часів пандемії), постає нагальна проблема формування новітніх програм підготовки фахівців туристичної індустрії, які б відповідали сучасним вимогам ринку праці в цій галузі.

Проблематику професійної освіти в Україні та світі досліджували такі науковці як Андрущенко В., Володарська І., Алексюк А., Вульфсон Б., Сокол Т. та ін. Але, незважаючи на великий масив інформації, є потреба дослідити та проаналізувати основні проблеми, а також визначити перспективні підходи підготовки фахівців в галузі туризму в Україні.

З метою дослідження методів професійної підготовки майбутніх працівників сфери туризму необхідно звертатися до історії її становлення та розвитку, аналізувати попередній досвід, та на цій основі оцінювати і визначати перспективні напрямки її розвитку. Важливо зазначити те, що професійна освіта в галузі туризму повинна базуватися на гуманістичній філософії та якісно забезпечувати туристичну галузь України конкурентоспроможними фахівцями згідно з суспільними потребами. Слід підкреслити, що для України туристична

освіта є відносно новою сферою, оскільки підготовка фахівців за спеціальністю «Туризм» почалася у 2002 році. Незважаючи на те, що довгі роки підбір персоналу в туристичну галузь не був проблемою: було достатньо лише наявності гуманітарної освіти та комунікабельності, зараз цінуються лише високопрофесійні кадри із дипломом відповідної кваліфікації.

Наразі складається така ситуація: кожного разу при працевлаштуванні випускники стикаються з проблемою відсутності досвіду роботи, оскільки у ЗВО студенти отримують лише теоретичні знання та не володіють практичними навичками. Туристи, в свою чергу, стають більш вимогливими. Очевидно, ця проблема виникає через відсутність співробітництва та комунікації між ВНЗ та підприємствами туристичної галузі. Також гальмує розвиток туристичної сфери відірваність навчального процесу та реалій від сучасних методів роботи індустрії. Навчальний процес відрізняється та відстає від дійсності.

Найважливішим кроком у реформуванні професійної освіти в галузі туризму в Україні є оновлення змісту освітніх програм шляхом підлаштування його до сучасних потреб самої галузі, економіки та суспільства в цілому. Оновлення змісту туристської освіти необхідне через підвищення попиту на вітчизняний туристичний продукт, але при цьому важливо враховувати реальні можливості процесу навчання. Результатом і головною метою є підготовка фахівця, котрий буде здатен до професійного самовизначення та самореалізації упродовж життя, який зможе бути зорієнтованим до постійного спілкування з туристами різних життєвих, культурних та релігійних переконань та здатним працювати в умовах конкуренції.

Наразі у країнах, що є лідерами з туризму діє система підготовки майбутніх працівників, що враховує багатопрофільність туристичної галузі та базується на всеохоплюючому підході, що поєднує в собі географічні, гуманітарні, економічні дисципліни. За оцінкою спеціалістів, такий підхід є найякіснішим та ефективно впливає на подальшу роботу фахівців сфери туризму та гостинності.

Актуальним питанням для українських ЗВО є впровадження такої іноземної міжгалузевої та широкопрофільної системи. Таким чином Україна зможе наблизитися до країн-лідерів в сфері туризму та скласти конкуренцію.

Виділяються такі вимоги для конкурентоспроможного та затребуваного фахівця:

- вміння оцінювати іноземний досвід та спиратися на нього;

- не тільки наявність знань з туристичних дисциплін, а й чітке розуміння, як і де їх можна застосувати;
- володіння, як мінімум, однією іноземною мовою, а для розвитку подальшої конкурентоспроможності – двома;
- обізнаність щодо різних психологічними методик з метою впливу на споживача;
- вміння користуватися комп'ютером та сучасними інноваційними технологіями.

На даний момент, перспективним напрямком є впровадження міжнародного стандарту підготовки спеціалістів у ЗВО, що буде спиратися на вимоги до професійних навичок фахівця у галузі туризму та допоможе українським спеціалістам швидше інтегруватися до міжнародної системи освіти. А засобом перевірки якості підготовки спеціалістів треба створити загальний для всього міжнародний екзамен. Головною метою цієї контрольної точки буде перевірка здатності та готовності випускників до роботи у сфері туризму. Як наслідок – покращення якості надання послуг та впевненість в тому, що всі робітники мають глибокі знання та вміння.

Також, для практики можна залучати студентів до своєї майбутньої роботи, але на волонтерських умовах. Наприклад, кожен здобувач освіти в галузі туризму може організувати тур для своєї групи та побути гідом. По-перше, це цікавий досвід, який допоможе зрозуміти, чи хоче студент далі розвиватися в цій спеціальності; по-друге – це поліпшення комунікативних навичок; по-третє – це сприяє розвитку відповідних вмінь та навичок.

Науковці виділяють три системи підготовки працівників туристичної сфери: англійська, німецька та французька. Англійська система вважається майже повністю теоретичною. Практика та стажування у такій системі це просто додаткова частина. Така система спрямована на підготовку кадрів на посади управління більшою мірою, а не на виконавчі. У німецькій системі навчання відбувається за таким планом: три роки студенти навчаються та отримують практичні навички, а після цього студент відправляється працювати підприємство протягом двох роки, де отримує нові навички. Далі фахівець повинен протягом двох років навчатися у школі туристичного бізнесу. У школі спеціаліст закріплює та удосконалює знання та навички, які вже має. Тобто, німецька система чітко спрямована на практику. А ось французька система підготовки поєднує у собі і теоретичну, і практичну частини. Таким чином вдається тримати баланс та готувати

фахівців, які зможуть працювати і на виконавчих і на управлінських посадах. Кожна з перерахованих систем може застосовуватися і в Україні, але найбільш перспективною буде орієнтація на французьку систему підготовки кадрів.

Головною метою туристичної освіти є покращення її якості з огляду на тенденції розвитку туризму, досвід провідних ЗВО, а також потреби підприємств та туристів. Сучасна система вищої освіти в Україні не стоїть на місці. Вже не перший рік працює Національна агенція забезпечення якості вищої освіти і для того щоб мати право видавати диплом державного зразка провайдери освітніх послуг мають проходити процедуру акредитації своїх освітніх програм. Щорічне їх обговорення, оновлення відповідно до побажань партнерів-роботодавців та самих здобувачів вищої освіти, залучення експертів-практиків до теоретичної частини навчання, а також активна співпраця для організації практики на сучасних туристичних підприємствах – це гарантія якості та конкурентоспроможності освітніх послуг в тому числі і в галузі туризму.

Література:

1. Професійна освіта в зарубіжних країнах: порівняльний аналіз: монографія / За ред. Н. Г. Николо, В. О. Кудін. Черкаси : Вибір, 2002. 322 с.
2. Андрущенко В. Бондар В. Модернізація педагогічної освіти відповідно до викликів XXI століття. *Вища освіта України*. 2009. № 4. С. 17–23.
3. Федорченко В. К. Теоретичні і методологічні засади підготовки фахівців для сфери туризму. Київ : Вид. дім „Слово”, 2004. 472 с.
4. Кремень В. Г. Освіта і наука в Україні – інноваційні аспекти. Київ : Грамота, 2005. 448 с.

СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Альошин С. Ю.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри обліку і фінансів,

Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу Національного технічного університету

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-20>

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПОДАННЯ

Роль фінансово-економічної інформації як системи фінансових показників визначається впливом на обґрунтування і прийняття рішень користувачів. Саме фінансова звітність надає у скомпанованому вигляді значний обсяг інформації про структуру господарських засобів і їх джерел, а також результати фінансово-господарської діяльності. Основне призначення фінансової звітності – задовольнити інформаційні потреби достатньо широкого кола суб'єктів, які мають господарські взаємовідносини [1, с. 56].

Відповідно до статті 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» фінансова звітність – це звітність, що містить інформацію про фінансовий стан та результати діяльності підприємства [2]. Її користувачами є фізичні або юридичні особи, які потребують інформації про діяльність підприємства для прийняття певних рішень. Саме тому фінансова звітність підприємств не становить комерційної таємниці, не є конфіденційною інформацією та не належить до інформації з обмеженим доступом, крім випадків, передбачених законом. Підприємства зобов'язані надавати копії фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності на запит юридичних та фізичних осіб у порядку, передбаченому законодавством.

Звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік. Проміжну фінансову звітність складають за

результатами першого кварталу, першого півріччя, дев'яти місяців. Крім того, відповідно до облікової політики підприємства фінансова звітність може складатися за інші періоди. Перший звітний період новоствореного підприємства може становити менш як 12 місяців, але не більш як 15 місяців.

Датою подання фінансової звітності для підприємства вважається день фактичної її передачі за належністю, а в разі надсилання поштою – дата одержання адресатом звітності, яку зазначено на штемпелі підприємства зв'язку, що обслуговує адресата.

Датою подання фінансової звітності в єдиному електронному форматі вважається дата одержання електронного повідомлення про одержання центром збору фінансової звітності такої фінансової звітності.

Строки подання фінансової звітності відповідно до порядку № 419 наведено в таблиці 1 [3].

Таблиця 1

Строки подання фінансової звітності

Суб'єкти господарювання	Строки подання
Мікропідприємства, малі підприємства, невідприємницькі товариства, крім тих, що зобов'язані скласти фінансову звітність за МСФЗ	Не пізніше 28 лютого року, наступного за звітним роком
Середні підприємства	Не пізніше 1 червня року, наступного за звітним роком
Підприємства, які складають проміжну фінансову звітність за НП(С)БО (крім тих, що складають консолідовану фінансову звітність)	Не пізніше 30 числа місяця, наступного за звітним кварталом
Платники податку на прибуток	У складі декларації з податку на прибуток у строки, встановлені ПКУ [4]. Наприклад, за 2023 рік – до 29 лютого 2024 року (включно)
Підприємства, які зобов'язані оприлюднювати річну фінансову звітність	Річну фінансову звітність – не пізніше 28 лютого року, наступного за звітним роком, а за I квартал, перше півріччя, дев'ять місяців – не пізніше 30 числа місяця, наступного за звітним кварталом

Згідно з п. 120.1 ПКУ за неподання або несвоєчасне подання платником податків податкової звітності передбачено фінансову відповідальність у вигляді штрафних (фінансових) санкцій, а саме:

– у розмірі 340 грн – за кожне неподання (несвоєчасне подання) декларації (розрахунку);

– у розмірі 1 020 грн – у разі повторного порушення за несвоєчасне подання податкової декларації (розрахунку) платником податків незалежно від виду податку, за яке до такого платника протягом року вже було застосовано штраф за неподання(несвоєчасне подання) податкової декларації (розрахунку) та у період до одного року (до 365 або 366 днів – для високосного року) винесено податкове повідомлення-рішення.

Проте, відповідно до абзаців 1, 2 пп. 69.1 підрозділу 10 розділу XX «Перехідні положення» ПКУ [4], у разі відсутності у платника податків можливості своєчасно виконати свій податковий обов'язок щодо дотримання термінів, зокрема подання звітності, передбаченої п. 46.2 ПКУ, платники податків звільняються від передбаченої ПКУ відповідальності з обов'язковим виконанням таких обов'язків протягом шести місяців після припинення або скасування воєнного стану в Україні.

Тож мораторію на застосування штрафів за ПКУ вже немає, і якщо не подати Декларацію з податку на прибуток або подати її у неповному обсязі (без додатка ФЗ), на підприємство чекатиме штраф. Єдиний виняток на сьогодні встановлено для тих, хто насправді не може виконати свій податковий обов'язок з подання декларації і фінансової звітності.

Окрему норму прописано у для тих платників податку на прибуток, фінансова звітність яких має проходити щорічний аудит. За загальними правилами, встановленими п. 46.2 ПКУ, платники податку на прибуток, які відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» зобов'язані оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським звітом, подають разом із декларацією з податку на прибуток за відповідний податковий (звітний) період фінансову звітність до її перевірки аудитором. А вже разом з аудиторським звітом цю фінансову звітність подають контролюючому органу у строк не пізніше 10 червня року, наступного за звітним.

За порушення цього правила у мирний час підприємству загрожував би штраф. Але під час дії воєнного стану працює спеціальна

норма. Платники податку на прибуток, які зобов'язані оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським звітом, звільняються від передбаченої ПКУ відповідальності за неподання або несвоєчасне подання річної фінансової звітності, яка підлягає оприлюдненню разом з аудиторським звітом, уточнюючого розрахунку до річної податкової декларації з податку на прибуток підприємств, з обов'язковим виконанням таких обов'язків протягом трьох місяців після припинення або скасування воєнного стану в Україні.

Література:

1. Банера Н. П., Гелей Л. О. Фінансова звітність суб'єктів малого підприємництва: оцінка та шляхи підвищення інформативності показників. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2021. № 1 (71). С. 55–62.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
3. Про затвердження Порядку подання фінансової звітності: Постанови Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. № 419. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF#Text>.
4. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Мельник А. Є.
аспірант кафедри обліку та аналізу,
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-21>

ПЕРЕДУМОВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ

Сучасні умови функціонування університетів в Україні характеризуються низкою особливостей, які повинні бути враховані в системі управління цими закладами. До таких особливостей функціонування університетів державної форми власності можна віднести:

– статус бюджетних установ, який, з одного боку передбачає можливість фінансування діяльності університетів з державного бюджету, проте з іншого – обмежує використання їхніх фінансових ресурсів, зокрема й зароблених самостійно, а не отриманих з бюджету;

– використання в діяльності капітальних активів, які фактично знаходяться лише в оперативному управлінні університетів, право ж власності на них закріплене, як правило, за Міністерством освіти і науки України, що також обумовлює низку обмежень щодо розпорядження цими активами (передання їх в оренду, капітального ремонту, продажу тощо);

– низький рівень платоспроможності попиту на освітні послуги у сфері вищої освіти серед населення України;

– негативні демографічні тенденції, як щодо народжуваності (у довготерміновій перспективі – щодо чисельності випускників закладів середньої освіти), так і через міграційні процеси у зв'язку з війною;

– інтеграція українських університетів до європейського простору вищої освіти та поступове відкриття українського ринку послуг у сфері вищої освіти для чужоземних університетів;

– пріоритетність високого рівня інтеграції освітньої та наукової діяльності університетів та багато інших.

У розвитку держави університети виконують не лише освітню функцію, але й соціальну, інноваційну тощо. Тому, на відміну від комерційних підприємств, ефективність функціонування університетів

неможливо виміряти лише економічними критеріями. Цей аргумент, а також перелічені вище особливості обумовлюють пріоритети, які мають бути у фокусі менеджменту сучасного українського університету, та визначають інформаційне забезпечення в його управлінні.

Реформа державного фінансування діяльності університетів, пов'язана із застосуванням формули розподілу видатків державного бюджету на вищу освіту між закладами вищої освіти [1], та запровадження регулювання ціноутворення освітніх послуг через встановлення мінімального розміру плати за навчання для здобуття вищої освіти на основі індикативної собівартості [2] актуалізують потребу зміни підходів до управління фінансами державних університетів. З одного боку, такий регулятивний вплив держави мав би сприяти спрямуванню обмеженого за обсягом державного фінансування до найефективніших університетів, підвищенню рівня їхньої конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг, як в Україні, так і на міжнародному рівні, проте з іншого – зміщує акценти у необхідності застосування ринкових методів управління, характерних насамперед для комерційних підприємств, а не для закладів освіти, переважна більшість з яких має статус бюджетної установи та некомерційні цілі діяльності. Специфіка управлінських рішень в менеджменті університетів за таких умов потребує належного інформаційного забезпечення.

Основним джерелом інформації для управління фінансами університетів є їхня система бухгалтерського обліку. Високий рівень регулювання бухгалтерського обліку бюджетних установ, жорсткий зв'язок з імперативними положеннями Бюджетного кодексу України [3] та фокусування на програмно-цільовому методі планування і виконання бюджетів істотно обмежують методичний інструментарій фінансового обліку бюджетних установ щодо інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень. Наприклад, забезпечення конкурентоспроможності освітніх програм за ціновим критерієм базується на інформації щодо їхньої реальної собівартості, яку об'єктивно розрахувати в системі бухгалтерського обліку бюджетних установ та за умови значного обсягу накладних витрат – доволі важко. Практично неможливим є вирішення завдання досягнення високого рівня економічної ефективності університету, із найбільшими показниками масштабу його діяльності, без виокремлення центрів відповідальності не лише за витратами, але й за доходами, що також актуалізує проблему об'єктивного розподілу накладних витрат. Важливою є роль бюджетів (кошторисів) підрозділів університетів (інститутів, факультетів)

в системі делегування повноважень управління їхнім керівникам тощо. Усі вищенаведені аргументи, як щодо сучасних особливостей умов функціонування університетів, так і щодо регулювання їхньої діяльності та бухгалтерського фінансового обліку, актуалізують доцільність запровадження управлінського обліку в обліковій системі університетів.

Література:

1. Про розподіл видатків державного бюджету між закладами вищої освіти на основі показників їх освітньої, наукової та міжнародної діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 24.12.2019 р. № 1146.
2. Деякі питання запровадження індикативної собівартості : Постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2020 р. № 191.
3. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI.

СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Бодаковський В. Ю.

*доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-22>

АДАПТИВНА СКЛАДОВА ТА СИТУАТИВНЕ ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК КОМПОНЕНТИ ФІНАНСОВОЇ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Фінансова наука не дає чіткої відповіді на вимогу більшості науковців чи практиків щодо розуміння дефініції «фінансова інституційна інфраструктура». З позиції права та практичного функціонування зазначеної інфраструктури використовується переважно об'єкт-орієнтований підхід до її трактування. Інституційний підхід використовується в сфері фінансово-економічних досліджень. Відсутність системного підходу до розуміння фінансової інституційної інфраструктури вводить частково в оману користувачів цієї термінології та, як наслідок, не дозволяє імплементувати в систему права чітке розуміння цієї дефініції, формувати дієву стратегію розвитку економічної системи України, складовою якої є інституційна інфраструктура. В умовах викликів сьогодення виникає необхідність адаптації усіх елементів економічної системи країни до реалій, які сформувалися як у внутрішньому так і зовнішньому середовищі України. Розуміння суті окремих складових економічної та фінансової системи зокрема є стратегічно важливим. Дозволить ефективно управляти економікою країни та окреслити стратегічні напрями розвитку суспільства в фінансовій площині.

Серед наукових публікацій із зазначеної проблеми заслуговують на увагу роботи таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як: Г. Девулф, Х. Зінгер, Дж. Матос-Кастано, А. Махалінгам, А. Дегтяр, С. Нарожний,

Г. Ковалева, О. Масликівська, К. Павлюк, С. Павлюк, Д. Рікардо, П. Розенштейн-Родан, М. Сатановська, А. Сміт, Т. Тер-Мінасян, А. Янгсон та ін. Аналіз наукових праць зазначених науковців дає можливість зрозуміти суть інституційної інфраструктури в загальному але не дає чіткої відповіді на усі важливі питання, які мали б стати основою визначення фінансової інституційної інфраструктури як дефініції та явища.

Лінгвістична сутність терміну «інфраструктура» визначена досить давно – в перекладі з латині вона означає «основу», «фундамент» [1]. І дійсно, ще на початку ХХ ст. інфраструктура була синонімом поняття «забезпечення» і застосовувалася здебільшого у військовій термінології. В сучасних реаліях фінансової науки виникли підходи до розуміння інфраструктури як економічної дефініції, а саме: теоретико-економічний, інституціональний, структурно-функціональний, комплексний. Сформовано низку концепцій до розуміння інфраструктури: накладних витрат, інституціональна, маркетингова, розподільна, логістична. Враховуючи різноманітність підходів до розуміння дефініції інфраструктура можемо стверджувати про адаптивність термінології до сфер, які вони характеризують.

Правове поле України містить об'єкт-орієнтоване розуміння інфраструктури. Так, наприклад, ЗУ «Про критичну інфраструктуру», а саме стаття 1 розділу 1 пункт 9 визначає: критична інфраструктура – сукупність об'єктів критичної інфраструктури [2]. В законі відсутнє єдине тлумачення інфраструктури, яке б дозволило відносити ті чи інші об'єкти чи явища до інфраструктури. Хоча наявні деталізовані інструменти управління інфраструктурою, критерії її оцінки, визначено чітко об'єкти та суб'єкти, не зазначено інструментів виявлення імпліцитних елементів інфраструктури. Така форма розуміння інфраструктури не дозволяє будувати стратегію управління розвитком інфраструктури в автоматичному режимі, передбачає «ручний спосіб» управління, який може містити похибку. Адже, все залежить від компетенцій управлінців та їх розуміння явищ і процесів.

За визначенням Лауреата Нобелівської премії з економіки 2009 року Олівера Уільямсона інституційне середовище – це правила гри, які визначають контекст, у якому здійснюється економічна діяльність; базові політичні, соціальні та правові норми, які утворюють основу виробництва, обміну та розподілу [3]. Тобто, можемо стверджувати, що наявне бачення інституційності як явища, що містить формальні та неформальні системні конструкти, імпліцитні

та експліцитні елементи економічної системи, що дозволяють суб'єктам економіки функціонувати на певному рівні ефективності. Але в визначенні науковця немає чіткого розмежування між такими дефініціями як система, механізм, інфраструктура. Розуміння інституційного середовища носить описовий характер без чіткого виокремлення притаманних тій чи іншій дефініції ознак, характеристик чи властивостей.

На нашу думку, фінансовій інституційній інфраструктурі притаманне ситуативне управління її окремими елементами. Без чіткого розуміння суті, системного підходу до інституційної інфраструктури не можна сформувати комплексну систему фінансового управління. Ситуативність як стиль управління, адаптації окремих елементів фінансової інституційної інфраструктури до реалій сьогодення, трансформації окремих елементів зазначеної дефініції на вимогу майбутніх викликів, залишається актуальним. Вважаємо, що необхідні комплексні, системні та глибинні наукові дослідження фінансової інституційної інфраструктури та приведення їх до статусу «аксіоми». Наголошуємо, з доказовою науковою базою та подальшими науковими дослідженнями, які можуть змінити як статус так і суть вище зазначеної дефініції.

Отже, фінансова інституційна інфраструктура як дефініція не має науково визначеного єдиного розуміння. Відсутній єдиний підхід до її суті, структури та характеристик. Наукове розуміння та дослідження фінансової інституційної інфраструктури, як економічної категорії, потребують наукового поглиблення та перенесення в площину науково-практичних розробок з метою зміцнення економічної могутності України. Без належного комплексного та системного розуміння фінансової інституційної інфраструктури управління економічною чи фінансовою системою будуть й надалі носити ситуативний характер, а реакція на загрози, кризи чи виклики сьогодення міститиме лише ознаки адаптації. Така форма управління, на нашу думку, дозволить втримувати економічну систему на життєздатному рівні. Але на підвищення ефективності чи трансформацію економіки сподіватися безперспективно.

Література:

1. Іванова Н. В. Генезис економічної категорії «інфраструктура» та її роль у суспільному поділі праці. *Ефективна економіка*. 2010. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=392>

2. ЗУ «Про критичну інфраструктуру» {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 1909-ІХ від 18.11.2021, № 2684-ІХ від 18.10.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1882-20#Text>

3. Очеретна М. Оцінка стану конкурентного середовища в Україні за даними міжнародних рейтингів. *Журнал європейської економіки*. 2013. Том 12 (№ 4). С. 484–506.

Дешко А. Л.
*головна консультантка, здобувачка,
Національний інститут стратегічних досліджень
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-23>

ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Як і в минулому році, у 2024 р. Уряд постав перед надскладним завданням щодо вироблення адекватної бюджетної політики, яка б забезпечувала утримання балансу між необхідністю здійснення пріоритетних видатків у сфері безпеки й оборони та соціальних видатків, стимулювання бізнесу й відбудови, та браком джерел бюджетних надходжень на тлі високого рівня невизначеності. НА цьому тлі, важливим завданням є також забезпечення визначення та впровадження відповідного підґрунтя для формування бюджетної політики в майбутньому, мінімізації та своєчасного реагування на ризики її реалізації.

У 2024 р. залишається актуальними низка викликів та загроз, які можуть мати суттєвий вплив на формування бюджетної політики, і які варто врахувати у процесі її реалізації.

Серед них можна виділити високий рівень невизначеності ситуації в економіці, внаслідок непередбачуваності розгортання ситуації в умовах збройної агресії РФ: тривалості та інтенсивності воєнних дій, потреби у додатковій мобілізації, міграційних процесах, змінах у логістиці, обсягах, ритмічності та видах міжнародної підтримки тощо. Національний банк України відзначає, що збереження високих безпекових ризиків негативно впливатиме на ділові та споживчі настрої, курсові та інфляційні очікування, посилюватиме тиск на державні фінанси та поглиблюватиме проблеми на ринку праці. При цьому, він вказує на ймовірність виникнення додаткових бюджетних потреб (для підтримання обороноздатності, ліквідації наслідків терактів тощо) [1].

Це матиме суттєвий вплив, з одного боку, як можливості та якості планування в бюджетній політиці, так і на виконання дохідної (ризик

виконання планових показників надходжень до бюджетів, своєчасність відшкодування ПДВ тощо) і видаткової частини бюджету.

Дохідна частина державного бюджету у 2024 р. запланована на рівні 1768,45 млрд грн, що менше факту за 2023 р. – близько 2672,0 млрд грн [2]. Це свідчить як про обмеженість власного ресурсу в поточних умовах, так і стимулює до пошуку адекватних джерел наповнення бюджету.

Спостерігатиметься значна залежність від зовнішнього фінансування та ритмічності надходжень міжнародної допомоги. Дефіцит Державного бюджету України у 2024 р. встановлено на рівні 1571,49 млрд грн, або 20,56 % прогнозного ВВП (у 2023 р. цей показник склав 1333,11 трлн грн, або ж 20,62 % очікуваного ВВП). При цьому, фінансування державного бюджету у 2024 р. здійснюватиметься за рахунок зовнішніх запозичень (1668,1 млрд грн або 76 % від загального обсягу запозичень). Крім того, виконання бюджету залежатиме від грантової підтримки – у 2023 р. вона становила майже 16,2 % від загального обсягу доходів державного бюджету. Це ставить державу в залежність від якості роботи з міжнародними партнерами щодо забезпечення грошових надходжень. Однак, з іншого боку, вказане даватиме можливість для пошуку гнучких підходів до збільшення обсягів запозичень на внутрішньому ринку.

Як і в попередні роки відбуватиметься вимушене маневрування між необхідністю здійснення першочергових видатків у сфері безпеки й оборони, соціального забезпечення та потребою підтримки бізнесу й регіонів при обмежених можливостях у надходженнях. Це стосується необхідності першочергового утримання рівня видатків у сфері оборони та безпеки на прийнятному рівні за умови недопущення зниження видатків у соціальній сфері, сферах охорони здоров'я та освіти при досить помірному зростанні ВВП. У 2023 р. видатки державного бюджету сягнули 4 014,4 млрд гривень (+ 48,4 % проти 2022 р.), з яких ресурс на безпеку і оборону становив 2 648,8 млрд грн або 41 % очікуваного ВВП, а у 2024 р. на сектор безпеки і оборони передбачено 1692,6 млрд грн (22,1 % прогнозного ВВП [1]. У той же час, можуть виникати складнощі із фінансуванням окремих бюджетних видатків, в першу чергу таких, що не є пріоритетними, що вимагатиме додаткового перерозподілу бюджетних видатків, обмеження капітальних видатків з державного бюджету тощо.

Значний вплив на формування бюджетної політики матиме висока потреба у стимулюванні економічного зростання. Впроваджені в минулі

роки грантові програми підтримки бізнесу дали можливість не втратити економічний потенціал держави, сприяли розвитку малого та середнього бізнесу, зайнятості населення. Видатки на підтримку бізнесу у 2024 р. заплановано на рівні 31,8 млрд грн [2]. Тому, в умовах незначного банківського кредитування та притоку іноземних інвестицій державний та місцеві бюджети мали б стати важливим драйвером для забезпечення підтримки економічного зростання. На цьому тлі має тривати реалізація проектів, які стосуються відбудови та розвитку інфраструктури, з чіткою концентрацією на тих із них, які спроможні запускати чи заохочувати приватні бізнес-процеси, що надалі функціонуватимуть без бюджетного підживлення [3].

Низка практичних кроків, які матимуть вплив на формування бюджетної політики, визначені Листом про наміри та Меморандумом про економічну та фінансову політику від 1 грудня 2023 р. з Міжнародним валютним фондом, угодами із Світовим банком та іншими міжнародними фінансовими організаціями та окремими країнами, а також схваленими Кабінетом Міністрів України Стратегією реформування системи управління державними фінансами на 2022–2025 роки та планом заходів з її реалізації (розпорядження Кабінету Міністрів України від 29.12.2021 № 1805-р), Середньостроковою стратегією управління державним боргом на 2024–2026 роки (постанова Кабінету Міністрів України від 27.10.2023 № 1117), Національною стратегією доходів до 2030 року (розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.12.2023 № 1218-р), Дорожньою картою реформування управління публічними інвестиціями (протокольне рішення Кабінету Міністрів України від 22.12.2023) тощо.

Тому, якісний вплив на формування бюджетної політики у найближчій перспективі матиме проведення заходів, які стосуються:

- впровадження оновлених підходів до середньострокового бюджетного планування та прогнозування, їх адаптивністю до поточних та потенційних викликів та загроз, а також взаємоузгодженістю з державними політиками розвитку економіки;

- подальшої детінізації економіки: підвищення якості боротьби із схемами ухилення від оподаткування, перезавантаження фіскальних органів, адаптації податкового та митного законодавства України до законодавства ЄС;

- необхідності постійної оптимізації бюджетних видатків для збалансування фінансових потреб та можливостей держави, стимулювання розвитку механізмів верифікації та моніторингу

державних витрат, поліпшення якості надання державних послуг, подальшого унормування питання здійснення публічних інвестицій, забезпечення прозорості у використанні коштів для відбудови;

– підвищення якості планування бюджетних видатків, у тому числі і з урахуванням результатів проведених оглядів витрат державного бюджету, підвищення якості їх проведення та впровадження в бюджетний процес;

– підвищення якості взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування щодо забезпечення якісного виконання покладених на них функцій;

– впровадження дієвих інструментів державного фінансового контролю та внутрішнього фінансового контролю, а також незалежного зовнішнього фінансового контролю (аудиту), перезавантаження Рахункової палати та Державної аудиторської служби;

– розширення можливості залучення громадськості до моніторингу, оцінювання та контролю ефективності витрачання бюджетних коштів, забезпечення якісної комунікації громадськості та органів влади про проваджувані рішення та їх наслідки тощо.

Література:

1. Виступ Голови Національного банку Андрія Пишого під час пресбрифінгу щодо рішень з монетарної політики. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vistup-golovi-natsionalnogo-banku-andriya-pishnogo-pid-chas-presbrifingu-schodo-rishen-z-monetarynoi-politiki-18088> (дата звернення: 27.01.2024).

2. Мінфін презентує головні результати та досягнення 2023 року. Міністерства фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/uk/news/minfin_prezentuie_golovni_rezultati_ta_dosiagnennia_2023_roku-4399 (дата звернення: 25.01.2024).

3. Жаліло Я. Воєнні рейки і локомотиви воєнної економіки. Дзеркало тижня. URL: <https://zn.ua/ukr/macroeconomics/vojennoi-rejki-i-lokomotivi-vojennoji-ekonomiki.html> (дата звернення: 27.01.2024).

Зарічна Н. З.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та фінансів,
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-24>

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКІВ БАНКІВ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах нестабільного фінансово-економічного середовища в Україні, спричиненого повномасштабним вторгненням країною-агресором, вітчизняна банківська система зазнала великих потрясінь та пройшла безліч випробувань. Проте, як демонструють фінансові показники діяльності банків України, фінансові установи адаптувалися до роботи в умовах невизначеності та за звітний період отримали високі прибутки. Як зазначають аналітики НБУ, «надприбутковість» банків – запорука стабільності банківської системи в умовах безпрецедентної турбулентності, а отримані фінансові ресурси залишатимуться в системі і надалі працюватимуть в економіці. Чим більші прибутки отримують банки, тим більше вони сплатять до бюджету, тому висока прибутковість банків корисна для країни в умовах війни.

Влітку 2023 року представники органів державної влади та аналітики НБУ розпочали обговорення ситуації щодо «надприбутків» банків, які фінансові посередники заробили не внаслідок своєї ефективної роботи, а через ринкові умови, які склалися під дією введення воєнного стану в Україні, та особливості монетарної політики. Робоча група розглядала два підходи: I – оподаткування всіх чистих процентних доходів, отриманих за рік, з якого почне діяти норма за відносно невеликою чи середньою ставкою; II – оподаткування різниці між чистими процентними доходами у звітному році та середнім значенням за останні три-чотири роки [1]. Результатом роботи профільного комітету став закон № 3474-IX щодо особливостей оподаткування банків. Документ вносить зміни у Податковий кодекс, згідного якого оподаткування надприбутків банків за результатами

2023 року буде здійснено за ставкою 50%; починаючи з 2024 року базова ставка податку на прибуток становитиме 25%.

Запровадження податку на «надприбуток» не є поширеною практикою у розвинених країнах, такий механізм оподаткування застосовують тимчасово, зокрема в тих секторах економіки, які внаслідок особливих обставин в економіці отримали так званий «ситуативний» прибуток. Починаючи з 2022 року провідні європейські країни, такі як Італія, Іспанія, Литва, Чехія та Угорщина впровадили дану методику в систему оподаткування прибутків банків своїх країн, зосередившись на обкладанні податком саме чистих процентних доходів (рис. 1).

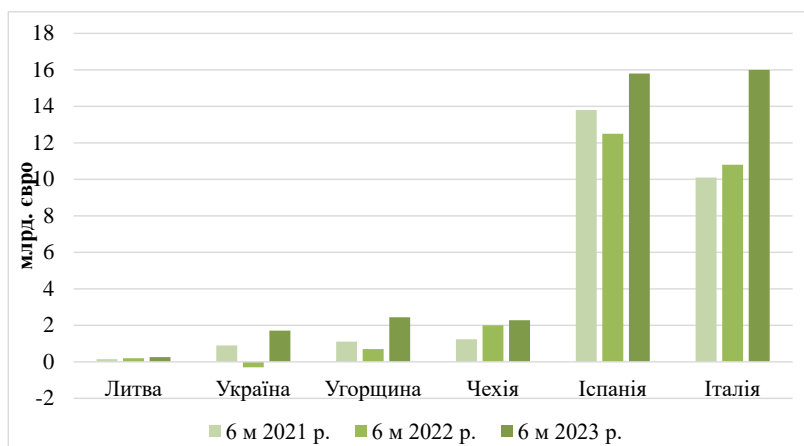


Рис. 1. Обсяги чистих прибутків банків окремих країн

Джерело: [2, с. 35]

Метою впровадження такого податку був перерозподіл фінансових ресурсів у пріоритетні напрями економіки, зокрема підсилення стійкості фінансового сектора, зміцнення обороноздатності, надання фінансової підтримки іншим учасникам фінансово-кредитних відносин, в Україні – фінансування воєнних витрат. Проте, вже у 2023 році провідні банківські асоціації Іспанії подали судові позови щодо неконституційності та дискримінаційності такого податку, а у Великій Британії, Німеччині, Франції влада взагалі від нього відмовилася.

Незважаючи на воєнні дії та фінансову нестабільність в країні, залежність України від фінансової підтримки фінансово-кредитних

організації і країн-партнерів, чистий прибуток українських банків зріс: за десять місяців 2023 року він був у рази вищим порівняно з аналогічним періодом 2022 року та на 110% вищим порівняно з 2021 роком. Основними факторами, що вплинули на його величину (як і в ряді європейських країн) є високі процентні ставки та зростання обсягів активів. Згідно змін у Податковому кодексі, прибуток банків за 2023 фінансовий рік буде обкладений податком у розмірі 50 %, що дає змогу уряду держави сформувавши ще одне джерело для наповнення державного бюджету (за попередніми розрахунками додаткові надходження до бюджету становитимуть близько 0,3 % ВВП). Разом із одноразовим податком на “надприбутки” надалі підвищено регулярну ставку податку на прибуток банків – з 18 % до 25 %.

Підсумовуючи усе вище викладене можна відзначити наступне: додатковий одноразовий податок є винятковим кроком і не повинен вплинути на фінансову стійкість банківської системи, після його сплати банки все ще матимуть достатньо запасу міцності та надійності, щоб виконувати взяті на себе зобов'язання та вимоги НБУ щодо розміру капіталу, проте це може призвести до зростання процентної ставки за всіма кредитами на 5%, а це означає зниження рівня життя українських громадян за рахунок подорожчання кредитування та зростання кількості та розміру комісій; безстрокове підвищення ставки до 25% може мати довгострокові негативні наслідки, адже податкове навантаження на банки буде значно вищим порівняно з іншими секторами економіки України.

Література:

1. Вінокуров Я. Надподатки на надприбутки: чому держава оподатковує банки «заднім числом» і що це змінить? Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/11/22/706863/> (дата звернення: 22.01.2024).

2. Звіт про фінансову стабільність, грудень 2023. Національний банк України. URL: file:///C:/Users/admin/Desktop/FSR_2023H2%20%20%20%2036.pdf (дата звернення 22.01.2024).

Різник Д. В.

кандидат економічних наук,

Львівський національний університет імені Івана Франка

м. Львів, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-25>

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Інвестиційна діяльність суб'єктів господарювання відіграє важливу роль у розвитку економіки. Вона забезпечує зростання основного капіталу, який є основою виробництва. Інвестиції як такі, є відносно новим для молоді української економіки терміном. Раніше, у рамках централізованої планової системи використовувалося поняття «валові капітальні вкладення», що було більш вузьким за змістом поняттям [1, с. 109], котре охоплювало по-суті лише витрати на відтворення основних фондів, разом з амортизацією.

Фінансові інвестиції, в свою чергу, можуть бути як додатковим джерелом капітальних вкладень, так і предметом операцій на ринку цінних паперів. Але частина портфельних інвестицій, вкладення в акції підприємств різних галузей матеріального виробництва по своїй природі мало відрізняються від прямих інвестицій у виробництво. Інвестиції сприяють розвитку виробництва, створенню нових робочих місць, підвищенню конкурентоспроможності товарів і послуг, розвитку нових технологій, підвищенню продуктивності праці, поліпшенню якості продукції [2, с. 84].

Власне, інвестиційна діяльність суб'єктів господарювання є одним з основних факторів економічного зростання. Адже, забезпечує зростання основного капіталу, який, відповідно, є основою виробництва. Це, в свою чергу, сприяє зростанню економіки та підвищенню добробуту населення.

Сутність поняття інвестиції є предметом дискусій серед науковців. Значна частина економістів вважає, що інвестиції – це витрати або вкладення ресурсів (зазвичай фінансових) з метою отримання прибутку або збільшення вартості активів у майбутньому. Це означає, що основною метою інвестицій є створення чи ріст капіталу. Іншими

словами, інвестиції передбачають вкладення грошей чи ресурсів з метою отримання більшого доходу або збільшення вартості інвестованих активів у майбутньому.

Вищенаведене є досить лаконічним відображенням основної мети інвестиційної діяльності – отримання прибутку, що також вказує на те, що інвестиції можуть здійснюватися у вигляді вкладення коштів, цінних паперів, майна та прав, що мають цінність. Це визначення є достатнім для практичного застосування, та дозволяє встановлювати, які операції є інвестиційними, а які ні, хоча і не відображає всіх аспектів інвестиційної діяльності. Зокрема, не вказує на те, що інвестиції можуть здійснюватися з метою отримання соціального ефекту або забезпечення безпеки. Крім того, це визначення не враховує тривалість інвестицій, яка може бути короткостроковою, середньостроковою або довгостроковою.

Підсумовуючи, наведемо наступне визначення, інвестиції – це витрати, зазвичай фінансові, спрямовані на придбання або створення активів (наприклад, цінних паперів, нерухомості, обладнання) з метою отримання прибутку або збільшення вартості цих активів у майбутньому.

Інвестиційна діяльність є важливим фактором економічного зростання та розвитку. Вона забезпечує створення нових робочих місць, розвиток виробництва, підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках [3, с. 17]. Варто відзначити, що різні автори дають схожі визначення сутності інвестиційної діяльності. Всі вони вважають, що інвестиційна діяльність – це діяльність, спрямована на вкладання капіталу в об'єкти підприємницької діяльності.

При цьому метою інвестиційної діяльності може бути отримання прибутку, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг тощо. Найчастіше під інвестиційною діяльністю розуміють вкладення капіталу в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку. Цей підхід відображає основну мету інвестиційної діяльності, яка полягає в отриманні економічних вигод [4, с. 27].

Водночас, інвестиції можуть вкладатися в об'єкти соціальної сфери, такі як освіта, медицина, культура, спорт. У цьому випадку метою інвестиційної діяльності є не отримання прибутку, а досягнення соціальних цілей. Розуміємо, інвестиційна діяльність – це широке поняття, яке може мати різні цілі та форми реалізації. На нашу думку,

інвестиційна діяльність – це діяльність, спрямована на вкладання капіталу в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг тощо.

Можна зазначити, що інвестування є складовим елементом інвестиційної діяльності, сама ж інвестиційна діяльність передбачає декілька етапів. В цілому, в сучасних наукових дослідженнях розділяють три основні поняття пов'язані з інвестиційною діяльністю: інвестиційний цикл, інвестиційний процес і безпосередньо інвестиційна діяльність.

Інвестиції розглядаються як процеси капіталовкладення, що дозволяють отримувати певний результат, як результат від експлуатації (використання) капіталу. Відповідно всі процеси є невід'ємними, взаємозалежними та взаємообумовленими. Саме взаємозв'язок та взаємообумовленість процесів капіталовкладення та отримання інвестиційних благ в результаті стає передумовою виникнення такого поняття як інвестиційний цикл.

Під інвестиційним циклом (періодом) розуміється один оборот, що виконаний інвестиційними ресурсами або, інакше кажучи, рух вартості капіталу, який авансований в матеріальні та інші цінності, починаючи від накопичення інвестиційних коштів та їх акумуляції до моменту результативності інвестицій та їх відшкодування. При цьому поняття «Інвестиційний цикл» значно ширше поняття «цикл капіталовкладень», який обумовлено лише процесом впровадження в виробництво нових виробничих фондів. Інвестиційний цикл – це період часу протягом якого інвестиції впливають на процес виробництва, експлуатації ресурсів підприємства та їх ліквідації за необхідності.

Література:

1. Ільчук В., Шпомер Т. Інноваційно-інвестиційна діяльність АПК: сучасний стан і проблеми розвитку. *Agricultural and Resource Economics*. 2017. Vol. 3. № 1. С. 108–118.
2. Лендел О. Теоретико-методичні аспекти здійснення інвестиційної діяльності в сучасних економічних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 18. С. 83–87.
3. Бестужева С. В., Козуб В. О. Формування та реалізація міжнародної інвестиційної стратегії підприємства: методичний аспект. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 16–20.
4. Ковтун Н. Теоретичні засади інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності: співвідношення основних понять та категорій. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка*. 2008. Вип. 101. С. 25–29.

СЕКЦІЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

Макаров А. В.

*аспірант кафедри менеджменту,
Національний транспортний університет
м. Київ, Україна*

Литвишко Л. О.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Національний транспортний університет
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-26>

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ ІНТУЇТИВНОГО МИСЛЕННЯ МЕНЕДЖЕРА

В останні роки західні теоретики і практики менеджменту стали звертати особливу увагу на роль інтуїції при прийнятті управлінських рішень. Під інтуїцією розуміється безпосереднє пізнання без попереднього усвідомлення шляхів (наприклад, будь-яких доказів), які призвели до цього знання. Інтуїція розвивається в процесі діяльності людини, в тому числі професійної. При цьому в ній своєрідно з'єднуються образне і понятійне мислення. Вважається, що хоча інтуїтивне прийняття рішень і є неусвідомлюваним процесом, заснованому на «дистильованому» досвіді, воно може доповнювати систематичний аналіз [1].

Прийняття управлінських рішень на основі інтуїтивного мислення менеджера є широко поширеним підходом в бізнес-середовищі. Цей процес ґрунтується на особистих знаннях, досвіді та інтуїції менеджера, що дозволяє швидко реагувати на ситуації та приймати рішення без ретельного аналізу даних. Інтуїтивне мислення може бути корисним в ситуаціях, де інформація є обмеженою або недостатньо точною; допомогти швидко визначити варіанти та вибрати найбільш ймовірний або оптимальний розв'язок. В таких випадках, менеджер використовує свої знання, вміння оцінювати ситуацію та прогнозувати

можливі результати для прийняття рішення. Однак, його ефективність залежить від досвіду, знань та інтуїтивних здібностей менеджера.

Інтуїтивне мислення є процесом прийняття рішень або формування уявлень на основі безпосереднього сприйняття або «шостого чуття», без раціонального аналізу або логічного міркування, що включає спонтанні ідеї, неявні знання або почуття, які допомагають прийняти рішення.

Інтуїтивне мислення побудовано на інтуїції, в прояві якого головну роль відіграє підсвідомість. Інтуїтивні оцінки і висновки важко пояснити, вони є результатом імпульсів, що йдуть з підсвідомості людини. Але інтуїція – це не тільки природна якість, а й результат інтелектуального розвитку людини, трансформації знань і досвіду в особливий вид системного мислення. Інтуїція проявляється у виникненні ідей і думок, які в подальшому добре влітаються в існуючу систему знань.

Відомий фізик та вчений Альберт Ейнштейн, висловлював думку про важливість інтуїції у своїх наукових дослідженнях. Він вважав, що інтуїтивне мислення та відчуття можуть сприяти розумінню складних проблем і виявленню нових наукових ідей. Ейнштейн використовував інтуїцію як додатковий інструмент у своїй роботі, поруч з логічним мисленням та математичними методами. Він бачив це як необхідний елемент для досягнення глибокого розуміння фізичного світу. Він вважав, що в умовах конкурентного ринку, коли залучення та утримання персоналу високої кваліфікації необхідне для досягнення кращих результатів у бізнесі, культивування середовища, що призводить до посилення інтуїції, є суттєвим.

Австрійський футуролог Е. Янч, в своїй роботі «Прогнозування науково-технічного прогресу», при прогнозуванні розвитку різних галузей науки і техніки, використовує поняття систематичне мислення і інтуїтивне мислення. При цьому, розвиток систематичного мислення пов'язане з емпіризмом, а інтуїтивне мислення представлено «геніальною здогадкою» і «науковим передчуттям».

Колін Пауелл, колишній держсекретар США, у своїй книзі «Моя американська подорож» зазначив: «У кожного з нас є певний рівень інтуїції, і чим доросліше ми стаємо, тим більше довіряємо їй. Інтуїція може бути важливим інструментом бізнесу, її дійсна цінність у тому, що вона часто призводить до творчості, яка в свою чергу призводить до інновацій».

Одним із прикладів є Cork Walgreen, який очолював національну мережу аптек Walgreen Co з 1969 по 1998 рік. Його інновації вивели бізнес на нову висоту за допомогою безпрецедентної експансії

по всій країні – створення широкої мережі та запуску наприкінці 80-х комп'ютеризованої системи аптек.

Засновник корпорації Microsoft Білл Гейтс часто покладався на інтуїцію при прийнятті управлінських рішень. Замість того, щоб аналізувати дані, які могли призвести до вторинних припущень, змінюючи напрямок чи глибину проєкту, інтуїція давала поштовх у процесі прийняття рішень.

Підприємець Ілон Маск, засновник Tesla Motors, ризикнув і спираючись на інтуїтивне мислення, розвинув напрямок розвитку автомобільної промисловості і збільшив продаж електроавтомобілів більше ніж 37 країнах світу [2]. Такі ідеї можуть мати визначальне значення в розв'язанні складних завдань і проблем, допомагаючи знайти нові можливості. Інтуїтивне мислення дозволяє здійснювати швидкі та точні висновки, не завжди передбачувані логікою або раціональним мисленням.

Деякі компанії та їхні керівники застосовують інтуїтивне мислення протягом усієї історії їхньої правління, щоб покращити показники діяльності. Це свідчить, що в цілому, інтуїтивний підхід може допомогти організаціям досягти успіху, але важливо збалансувати його з обережністю й перевіркою, щоб уникнути потенційних ризиків.

Отже, інтуїція може бути потужним інструментом бізнесу. Інтуїція, що використовується рівною мірою з інтелектом і емоціями, показує можливості і дозволяє компаніям процвітати і розвиватися, навіть у розпал складного комплексу проблем. Діловий світ відроджується, і інтуїція може допомогти висвітлити шлях.

Однак, варто враховувати, що інтуїтивне мислення може бути суб'єктивним і призводити до помилкових висновків. Тому, в окремих випадках, рекомендується поєднувати інтуїтивне мислення з аналітичним підходом, використовуючи наявні дані та інструменти аналізу.

Загалом, прийняття управлінських рішень на основі інтуїтивного мислення є важливим елементом розвитку бізнесу, але варто робити це з розумінням його обмежень і використовувати з іншими методами прийняття рішень.

Література:

1. Robbins S. P. Organizational Behavior: Concepts, Controversies, and Applications. Upper Saddle River, NJ: Prentice – Hall, 1998.
2. Інтуїція та рішення. URL: <https://www.talent-management.com.ua/100-intuitsiya-i-resheniya/>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-27>

КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СВІТІ

Лише за кілька десятиліть процеси управління проектами перейшли від типу ручки та паперу до автоматизованого, організованого центру відстеження часу, прогресу проекту та командного спілкування.

Дефіцит експертів, світова економічна та ІТ криза, війна в Україні ставить перед нами нові виклики в сфері проектного менеджменту. Оскільки розвиток нових технологій відбувається в нашому житті надшвидкими темпами, управління проектами досягло величезних успіхів за останнє десятиліття попри різні негативні зовнішні чинники, і ви можете бути здивовані тим, наскільки далеко просунулася галузь.

1. Управління проектами стало більш мобільним.

Управління проектом більше не базується на простих телефонних дзвінках і надії на хороший звіт. На зміну цим процесам прийшли мобільні інформаційні панелі та можливість легко працювати з віддалених місць. Кілька сприятливих аспектів мобільності проекту:

– Зручний доступ до інформації: мобільні технології дозволяють командам легко отримувати інформацію з будь-якого місця, сприяючи швидкому та зручному обміну даними між учасниками проекту.

– Підвищення продуктивності: учасники проекту можуть працювати в мобільному режимі, дозволяючи виконувати завдання та приймати рішення без обмежень офісного середовища. Ця гнучкість має потенціал для підвищення загальної продуктивності команди.

– Зменшення часу на прийняття рішень: мобільна доступність інформації дозволяє учасникам проекту швидко отримувати доступ до даних для прийняття рішень, що є критичним аспектом у швидкоплинному ландшафті сучасного ділового світу.

– Гарантія гнучкості: мобільність проекту сприяє більш гнучкому підходу, дозволяючи командам адаптуватися до змін умов роботи.

Зміщення акценту з офісної роботи на мобільну роботу дає компаніям змогу ефективніше реагувати на виклики та використовувати можливості.

2. Хмарне середовище стало каталізатором розвитку програмного забезпечення для управління проектами.

На зміну дням ручного оновлення термінального програмного забезпечення прийшли передові хмарні системи, а ємність хмари змінює спосіб спілкування та співпраці керівників проектів із зацікавленими сторонами, членами команди та кваліфікованими працівниками.

Хмарне середовище є рушійною силою для вдосконалення програмного забезпечення для управління проектами, що супроводжується кількома позитивними аспектами:

– Універсальна доступність: хмарні рішення дозволяють використовувати програмне забезпечення для керування проектами з будь-якого місця, сприяючи миттєвій співпраці та координації.

– Покращена співпраця та обмін інформацією: хмарні платформи дають змогу проектним командам співпрацювати в режимі реального часу, обмінюватися документами, завданнями та інформацією для ефективної командної роботи.

Безпечне зберігання даних: хмарні середовища пропонують надійне зберігання даних із високим рівнем безпеки, забезпечуючи захист конфіденційної інформації проекту та підтримуючи цілісність даних.

3. Роль людей і співпраця перейшли на перше місце.

Історично управління проектами було дуже жорстким. Люди були поставлені на друге місце через потребу в абсолютній жорсткості, але сучасне управління проектами стало більш гнучким [1]. Саме цей підхід змінив загальне відношення до людської сили, що дало багато плюсів, а саме:

– Збільшення мотивації та залучення: забезпечення активної участі та підтримки інтересу серед учасників проекту стало обов'язковими для досягнення підвищеної продуктивності.

– Колективний інтелект: спільна командна робота стала сприятливою для використання колективного інтелекту та різноманітного досвіду. Впровадження різних ідей і перспектив різними членами команди досить часто допомагає творчому процесу та підвищує якість прийняття рішень.

– Вирішення конфліктів: конфлікти є неминучим аспектом проектів, що підкреслює важливість ефективного вирішення. Члени

команди тепер часто беруть участь у конструктивній взаємодії, шукають компромісні рішення для подолання труднощів.

– Адаптивність до змін: у динамічному середовищі проекту адаптивність є важливою. Командна співпраця та підтримка сприяють плавній адаптації до нових обставин, дозволяючи швидко реагувати на зміни.

4. Управління ризиками стало проактивним, а не реактивним.

Управління ризиками також змінилося. Історично управління ризиками визначалося як те, як компанія реагує на проблему. Хоча певною мірою це все ще вірно, управління ризиками стало більш зосередженим на запобіганні проблемам і пошуку рішень до їх виникнення. Таким чином, ризиками можна ефективніше керувати, щоб зменшити ймовірність їх появи [2].

5. Управління ресурсами стало більш ефективним

Покращене управління ресурсами в управлінні проектами призвело до ряду позитивних результатів для проектів. Ось деякі з них:

– Оптимізація використання ресурсів: Ефективне управління ресурсами дозволило краще розподіляти людські, фінансові та матеріальні ресурси в проекті. На даний момент це значно допомагає уникнути перевитрат і забезпечити максимальну продуктивність.

– Покращена продуктивність команди: уміння правильно використовувати ресурси покращує продуктивність команд. Усі члени команди працюють в ефективному режимі, знаючи, що їхні ресурси використовуються оптимально.

– Зменшення ризиків недостатніх ресурсів: належне управління ресурсами допомагає уникнути ситуацій, коли виникає дефіцит необхідних ресурсів. Це дозволить запобігти затримкам виконання завдань і витратам проекту.

– Більші шанси завершити проект вчасно: Ефективне управління ресурсами допомагає зменшити затримки та відставання, що може допомогти завершити проект вчасно або навіть достроково.

Сучасні керівники проектів навряд чи впізнають управління проектами 2000-х років, але минуле – це не те, що слід ігнорувати. Сучасні керівники проектів повинні думати про те, як кардинально змінилася галузь, готуватися до нових змін та вибудовувати список ефективних заходів які в певний момент без проблем приймуть на себе всі негативні чи позитивні зовнішні чинники.

References:

1. Replicon (2023) 12 Project Management Trends Emerging in 2023. *Projects and Program Management*. Available at: <https://www.replicon.com/blog/project-management-trends/>
2. Why Project Management is Important (2023). *National University Blog*. Available : <https://www.nu.edu/blog/why-is-project-management-important/>

Сас Н. М.

*доктор педагогічних наук, доцент,
міжнародний дослідник I категорії,
Федеральний інститут Парана
м. Курітіба, Бразилія*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-28>

КОРПОРАТИВНЕ НАВЧАННЯ (АКТУАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ДЕФІЦИТУ КАДРІВ)

Актуальність теми, що розглядається обумовлена двома взаємопов'язаними викликами, які стоять сьогодні перед українським суспільством: відновлення і розвиток промисловості, виробництва, та дефіцит кадрів.

Зокрема, Ю.Свириденко, аналізуючи підсумки цьогорічного Економічного форуму в Давосі, зазначає, що пріоритетом економічного розвитку України має стати промисловість [3]. Як надзавдання можна розглядати інтеграцію сучасних технологій завдяки компаніям, що спеціалізуються на інноваціях, оновлення зруйнованих потужностей спільно із провідними виробництвами Європи та урядами цих країн, залучення інвестицій до модернізації підприємств та створення нових, як міжнародних фінансових організацій, так і приватного сектору. І, звісно, можливості потім ефективно постачати готову продукцію у світ завдяки покращенню торгівлі [там само].

В той же час, за даними Державного центру зайнятості, в Україні зі зростанням кількості вакансій поступово загострюється дефіцит кадрів за окремими професіями. Ринок праці вже найближчим часом зіткнеться з гострим дефіцитом робочої сили [4]. І це стосуватиметься не тільки робітничих професій.

Ю. Свириденко визначає промисловість, як пріоритет економічного розвитку України [3]. Державний центр зайнятості України наголошує на гострому дефіциті ринку [4]. Актуальність, сутність та завдання корпоративного навчання розкривають Н. Сас, Д. Собченко [2]. Особливості корпоративного навчання як інноваційної технології у системі внутрішньо-фірмової підготовки персоналу схарактеризовує О. Баніт [1]. Корпоративне навчання, зокрема його актуальність в

умовах дефіциту кадрів спеціально не розглядалось, що й викликало інтерес до питання.

В умовах визначених викликів об'єктивно, підвищуються вимоги до кадрів (тих, хто залишився і тих, кого будуть приймати). Можна очікувати, що затребуваними рисами будуть професійність (причому, поліфункціональність) і сприйнятливість до нових знань і досвіду; готовність до прийняття рішень, оперативного реагування на ситуацію, відповідальної поведінки, вміння поєднувати вроджені та набуті якості з вимогами і викликами виробництва. Передбачається, що успішними будуть працівники з особливою гнучкістю мислення та високим рівнем сприйнятливості до нового. Зазначені риси можуть бути вродженими (різного рівня вияву) і, що важливо для нашого дослідження, розвиненими. Останнє робить можливим подолання зазначених вище ризиків за рахунок організації внутрішньокорпоративної системи навчання, управлінського консалтингу і розвитку. Така організація носить назву самонавчальної системи.

Відомо, що корпоративне навчання – це система внутрішньо-організаційного навчання, об'єднана єдиною концепцією та методологією, розроблена для всіх рівнів керівників і фахівців в рамках стратегії розвитку компанії [2].

В умовах нових викликів більш затребуваним, у порівнянні з академічним, стає «корисне знання» (useful knowledge) (тобто – конкретне знання), а разом з ним, уміння і навички, що націлені на результат, приносять економічну вигоду. Це, в свою чергу, призводить до зростання попиту на фахівців, що володіють саме такими знаннями, уміннями і навичками.

При цьому для підприємств стає важливим не стільки факт підвищення кваліфікації персоналу, скільки оперативне оновлення конкретних знань, умінь і навичок, необхідних для здійснення професійної діяльності на конкретному робочому місці.

Загальними завданнями створення системи корпоративного навчання, є забезпечення конкурентоспроможності компанії; розвиток управлінського потенціалу керівників, створення кадрового резерву, формування сучасних ділових навичок співробітників, підвищення ефективності роботи організації, розвиток корпоративної культури. Конкретні завдання визначаються особливостями технологічного циклу та умовами діяльності виробництва, організації, компанії. У нашому випадку це – оновлення зруйнованих потужностей, їх модернізація на

основі сучасних технологій; забезпечення поліфункціональності наявних кадрів.

Крім того, система корпоративного навчання забезпечує внутрішню підготовку кваліфікованих працівників, що дозволяє фірмі розвиватися незалежно від кадрового потенціалу регіону, в якому вона розташована; адаптацію нових співробітників компанії; підвищення керованості та контрольованості персоналу, оскільки всі мають однакові уявлення про організацію, методи її роботи та технології, які застосовуються.

Корпоративне навчання – свідомо організований процес, ефективність якого детермінується безліччю факторів, серед яких – професіоналізм менеджера з розвитку персоналу, бюджет навчання, наявність кваліфікованих бізнес-тренерів тощо. Саме тому, інвестування в корпоративне навчання слід розглядати не як витрати виробництва, які слід зводити до мінімуму, а як довгострокове інвестування у персонал.

Під час організації корпоративного навчання, на наш погляд, важливо враховувати підтримуючі, посилюючі та стримуючі фактори, які впливають на його ефективність. Зокрема, підтримуючі, такі як : забезпечення необхідними ресурсами; підтримка з боку керівництва; проведення дискусій, обмін ідеями з колегами, іншими структурними підрозділами, зовнішніми консультантами; порозуміння в середовищі персоналу підприємства.; Серед посилюючих: матеріальне стимулювання працівників, які прагнуть і успішні у постійному розвитку своєї професійної майстерності; регулярне проведення гуртків якості із робочими групами; постійна підтримка атмосфери сприйнятливості до змін. У якості стримуючих, зазначимо такі: недовіра з боку топ менеджерів до ідей, що висуваються; застосування жорстких методів контролю у нових умовах; бюрократизованість, необхідність безлічі погоджень щодо нових ідей корпоративного навчання; одноосібне прийняття рішень щодо завдань, методів і форм корпоративного навчання.

Таким чином, зазначені ризики, пов'язані з необхідністю відновлення і розвитку виробничих потужностей та дефіцитом кадрів зумовлюють необхідність створення корпоративного навчання, його орієнтацію на актуальне «корисне знання» (useful knowledge) та оперативність оновлення професійних знань, умінь та навичок. Як перспективне розглядаємо питання методів діагностики ефективності корпоративного навчання.

Література:

1. Баніт О. В. Сучасні тенденції професійного розвитку персоналу в системі корпоративної освіти. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. 2015. Вип. 2 (11). С. 28–38.

2. Сас Н. М., Собченко Д. А. Актуальність, сутність та завдання корпоративного навчання. Матеріали Всеукраїнських науково-практичних семінарів «Управлінська майстерність керівника навчального закладу», «Управління проектами у сфері науки освіти, інновацій та інформатизації», «Управління інноваційною діяльністю в освіті та у виробництві» (м. Полтава, 11 березня 2020 року). Полтава, 2020. С. 135–136.

3. Свириденко Ю. Підсумки Давосу: ставка на промисловість. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/19/708946/>

4. Ринок праці вже найближчим часом зіткнеться з гострим дефіцитом робочої сили. URL: <https://www.dcz.gov.ua/publikacija/deficyt-kadriv>

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ

Авраменко Р. Ф.

*аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-29>

ВИРОБНИЦТВО НАСІННЯ ГАРБУЗА ГОЛОНАСІННОГО НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ

Гарбузове насіння все більше набирає популярності серед прибуткових сільськогосподарських культур. Раніше, гарбуз вирощувався в основному домашніми господарствами, однак високий попит на зовнішніх ринках і сприятливі умови українського клімату та ґрунтів дають змогу вирощувати цю культуру в промислових масштабах. Паралельно вирощуванню гарбуза розвивається промислова переробка гарбузового насіння. Правильна обробка зібраного врожаю дозволяє збільшити термін зберігання насіння, а також зберегти всі корисні властивості, які формують цінність цієї культури і закладаються в її ціну.

Закупівля насіння для переробки буде проводитися у товаровиробників, які строго дотримуються вітчизняних стандартів:

– ДСТУ 5046: 2008 «Насіння кавуна, дині, гарбуза. Технологія вирощування. Основні положення»;

– ДСТУ 7160: 2010 «Насіння овочевих, баштанних, кормових та пряно-ароматичних культур. Сортові і посівні якості. Технічні умови».

Це дозволить отримувати на виході якісну конкурентоспроможну продукцію.

Приватні підприємці закупають гарбузове насіння у населення і займаються підготовкою сировини. Із загального обсягу виробництва гарбузового насіння, практично весь товар йде на експорт. До 2012 року виробництво і постачання гарбузового насіння з України збільшувалися з кожним роком, проте з 2013 року обсяги почали знижуватися.

Необхідність у систематичних, глибоких маркетингових дослідженнях ринку зумовлена тим, що в нових умовах товаровиробники стають активними учасниками ринку і потребують достовірної повної інформації про нього. Для товаровиробників голонасінного гарбуза, як найбільш товарної галузі настав час, коли слід засвоїти сучаснішу концепцію маркетингу, зорієнтовану на ринок покупця.

Упродовж 2000-2020 рр. загальна зібрана площа під гарбузами столовими зросла в усіх категоріях господарств із 25,1 тис. га до 30,0 тис. га, середня урожайність, відповідно із 16,0 т/га до 23,03 т/га, валовий збір за останні три роки був у межах 700 тис. т. В Україні найбільше гарбуза вирощується в Донецькій, Дніпропетровській, Полтавській, Одеській, Харківській, Запорізькій і Київській областях [1].

Загалом, динаміка валового збору, посівних площ і врожайності даної культури знаходяться на мінімальному рівні у порівнянні з вирощуванням інших сільськогосподарських культур, що дозволяє потенційним покупцям розраховувати на стабільну сировинну базу.

Застосування гарбузового насіння в харчових і технічних цілях не знижує попит на дану культуру. Крім того, переробка такої сировини на олію викликає експортний попит з боку європейських країн, зокрема значні експортні продажі здійснюються в Австрію, яка 80% виробленого «чорного золота» (так називають гарбузову олію через темний колір і високу вартість) поставляє в країни ЄС. В табл. 1 наведена динаміка основних показників розвитку насіння гарбуза голонасінного в Австрії.

Дані табл. 1 засвідчують, що 36,6% площі посіву гарбузів Австрії припадає на Штирійську область вирощування. Слід розуміти, що штирійський гарбуз, як і всі голонасінні – це технічна культура. Смакові якості та кондиція оболонки у нього не мають значення. Найцінніше – це насіння, яке переробляють на олію.

При переробці гарбузового насіння на олію залишається побічний продукт – макуха, яка може успішно замінити соєвий шрот у раціоні дійних корів. Макуха з гарбузового насіння має значну концентрацію сирого протеїну (СР, 598 г/кг), високий вміст лізину (32 г/кг) і метіоніну (18 г/кг) та покращує смакові якості кормів для жуйних тварин.

У 2020 р. значно збільшився попит на насіння гарбуза – його було реалізовано втричі більше в порівнянні з минулими роками. Основна причина – збільшення посівних площ під даною культурою (табл. 2).

Вирощування гарбуза голонасінного в Австрії, 2015–2022 рр.

Область вирощування	Рік					
	2015	2016	2017	2020	2021	2022
	Штирія					
Площа, тис. га	15.619	16.762	9.467	13.295	11.218	7.886
	Нижня Австрія					
Площа, тис. га	12.676	17.191	10.833	21.449	22.315	18.125
	Бургенленд					
Площа, тис. га	2.357	2.957	1.462	2.386	2.194	1.362
	Інша Австрія					
Площа, тис. га	1.161	2.538	1.105	2.621	4.048	1.657
	Всього Австрія					
Площа, тис. га	31.813	39.448	22.867	39.751	39.775	29.030
Урожайність, ц/га	5,65	7,55	6,56	6,00	7,04	5.170
Валовий збір, тис. т	18.000	29.800	15.000	23.850	28.000	15.000

Підвищений попит до вирощування гарбуза наразі спостерігається не тільки у професійних товаровиробників, а також і у малих приватних (домашніх) господарствах, тому посівні площі коливаються в різних діапазонах від 0,2 га до сотень гектарів.

Олія з насіння гарбуза є однією з найдорожчих, її отримують шляхом холодного віджиму. Продукт має коричневий, темно-зелений, або майже чорний відтінок. У гарбузовій олії особливий специфічний аромат і цілком приємний смак, використовують її в основному як добавку до їжі з метою оздоровити і зміцнити організм. Тому, бізнес з вирощування гарбузів повинен бути орієнтований на експорт, адже така продукція високо цінується за кордоном. Основним імпортером насіння гарбуза, вирощеного в Україні, залишається Австрія та інші країни ЄС.

Попит на голозерне насіння на порядок вище, оскільки воно містить більше корисних речовин. Такі гарбузи з насінням без шкаралупи були випадково виведені 100 років тому в Австрії. Це рецесивна ознака, і тому поля повинні бути ізольовані від посівів зі звичайними гарбузами. «Голе» насіння покрите тонкою зеленою оболонкою, саме в ній і міститься цілющий кукурбутін або кукурбутацін, що застосовується в медицині.

Таблиця 2

Виробництво гарбузів на насіння в Україні, 2019–2020 рр.

	Показник	2019 р.	2020 р.	2020/2019 рр. %
Господарства усіх категорій	Площа посівна, тис. га	3,7	7,3	197,3
	Обсяг виробництва, тис. ц	22,8	40,9	179,4
	Урожайність, ц/га	6,4	5,7	89,1
Підприємства	Площа посівна, тис. га	1,6	4,7	293,8
	Обсяг виробництва, тис. ц	8,6	29,7	345,3
	Урожайність, ц/га	5,6	6,4	114,3
Господарства населення	Площа посівна, тис. га	2,1	2,6	123,8
	Обсяг виробництва, тис. ц	14,2	11,2	78,9
	Урожайність, ц/га	7,0	4,4	62,9

Джерело: за даними Державної служби статистики України [4]

Якщо порівняти витрати на посів та збір звичайного та голозерного гарбуза, то вони значно вищі на виробництво голонасінного, але й прибуток удвічі більший [2].

На світовому ринку стрімко зростає попит на виробництво як насіння так і олії з нього, адже гарбуз є дуже корисною культурою, а все, що корисне, нині дуже популярне. Щоб отримати 600–800 кг насіння, потрібно засіяти цією культурою близько 1 га ріллі. За сприятливих умов, її гібридні сорти можуть давати і 1000 кг/га. За даними НУБіП, середня врожайність гарбузів 40 т/га на зрошувальних землях, і 25–30 т/га на землях без зрошення. У середньому насіння має частку 1–2% від маси гарбуза, тож з 1 га можна отримати до 800 кг насіння за наявності зрошення [2].

Насіння без шкаралупи – це дуже вузький сектор і його світовий ринок складає усього 170 тис. т, з них половина виробляється в Китаї. В Україні майже все зібране голозерне насіння експортується до Австрії для подальшої переробки. Із звичайного гарбуза у нас виготовляють натуральні соки, пюре, заправки й соуси, а також використовують на корм худобі, а традиційне насіння використовують у хлібопекарній галузі. Гарбузи реалізують не лише на внутрішньому ринку, але й

експортують. Основним зовнішнім ринком реалізації для українського гарбуза залишаються країни ЄС. Нині користується попитом органічна та сушена продукція з гарбузів. Ціна реалізації такої продукції в країнах ЄС українськими виробниками може сягати 0,8 –1 євро/кг.

Література:

1. Бойко Л. О. Нові ніші підприємницької діяльності в аграрній галузі, *Ефективна економіка*. 2021. № 10. С. 74–79.

2. Своя ніша: олійний гарбуз – все краще всередині. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/cvoanisa-olijnij-garbuz-vse-krase-vseredini>

3. Основним експортним ринком для українського гарбуза залишаються країни ЄС – Катерина Зверева. URL: <https://ukrainefood.org/2020/11/osnovnymeksportnym-rynkom-dlia-ukrainsko-harbuza-zalyshaiutsia-krainy-ies-kateryna-zvierieva>

4. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/04/zb_rosl_2019.pdf

Багорка М. О.

*доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу,*

*Дніпровський державний аграрно-економічний університет
м. Дніпро, Україна*

Александров А. О.

*магістрант,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
м. Дніпро, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-30>

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГУ

Сільське господарство виступає ключовою галуззю національної економіки, надаючи населенню продовольство та сировину, і становить важливу частину внутрішньої торгівлі та економіки країни. Проте, ми повинні визнати, що аграрні підприємства постійно стикаються із викликами, такими як постійні зміни в обсягах попиту і цін, високий ризик втрат врожаю, ризики пов'язані з військовими діями. Дивлячись на це, багато господарств здійснюють свою діяльність і приймають рішення без глибокого маркетингового обґрунтування та аналізу. Це може призвести до фінансових втрат та нестабільності у роботі більшості сільськогосподарських підприємств. З цього приводу вкрай актуальною стає задача вирішення проблем розробки та впровадження комплексної системи аграрного маркетингу для покращення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств.

Аграрний маркетинг складається з усіх функцій і послуг, які використовуються для переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача. Це включає не лише фізичне переміщення продукту до місця, де потрібний продукт, але й розміщення його в бажаній формі, кількості та підготовку в потрібний час.

Головною метою агромаркетингу є повне задоволення раціональної норми харчування споживання населенням при забезпеченні ефективної діяльності суб'єктів агробізнесу.

Можна відзначити, що агромаркетинг у системі продовольчої продукції визначаємо: як новий фактор господарювання, що створює передумови для стабільного розвитку аграрної галузі шляхом

використання її потенціалу та врегулювання інтересів суб'єкта аграрного ринку.

Напрями впливу агромаркетингу на ефективне функціонування аграрного сектора має узгоджуватися з концептуальними положеннями теорії територіального маркетингу. Перш за все, це соціальна складова маркетингу в системі продовольчого забезпечення, яка передбачає формування політики підвищення рівня життя населення, його соціального самопочуття і здоров'я, якості трудового потенціалу.

Поняття агромаркетингу в більшості джерел визначається як діяльність, орієнтована на споживача та націлена на оптимізацію всього процесу виробництва продукту рух: від стадії виробництва до стадії споживання.

На рис. 1 ми наочно представили складники системи маркетингу в агросфері.

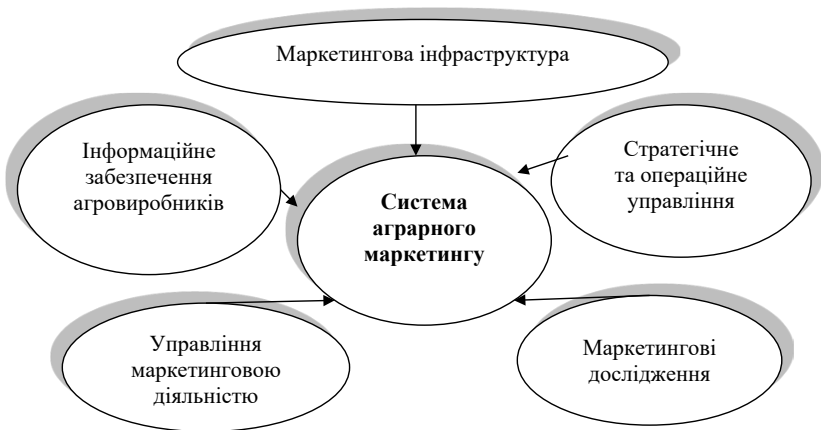


Рис. 1. Елементи сучасної системи аграрного маркетингу

Джерело: сформовано авторами

Крім сфери виробництва, ціноутворення та збуту, найважливіші елементи, що впливають на стан аграрного ринку, включають процес організація руху товарів до споживачів, тобто система агро-маркетингу включає набір взаємозалежних елементів та інформаційних потоків, які забезпечують зворотний зв'язок з ринками [1, с. 99]. Проте агромаркетинг відрізняється від інших видів маркетингу, саме відмінні ознаки представлені нижче.

**Особливості аграрної сфери бізнесу
з точки зору маркетингової орієнтації**

Ознаки	Роз'яснення
служба агромаркетингу	зазвичай займається товарами першої необхідності, як правило, швидкокопсувними. Це вимагає забезпечення того, щоб попит задовольнявся не тільки в потрібній кількості та якості, але і в найкоротші терміни
невідповідність періоду виробництва, переробки та споживання	ставить перед маркетологами і спеціалістами з продажу завдання прогнозування попиту, ринку дослідження, засноване на часовому розриві між фазами відтворення
основний засіб виробництва в сільському господарстві – земля	потребує визначення обсяг, асортимент і якість продукції залежно від продуктивності ґрунту, яка залежить на природно-кліматичні умови
різноманітність форм власності формус багатуокладну аграрну економіку і відповідний конкурс	це зумовлює необхідність використання різних маркетингових стратегій. Крім того, не варто забувати про високу частку імпортової продукції, яку мають конкурувати з вітчизняним агробізнесом
сезонний характер сільськогосподарського виробництва	вимагає від маркетологів не фокусуватися лише на реалізацію врожаю під час його наявності на ринку, а й на здатність зберігати його протягом усього періоду споживання, а також до підвищення ціни на продукцію зростання і падіння пропозиції
сільськогосподарська продукція користується постійним попитом і має тривалий життєвий цикл	який ускладнює вибір стратегії розширення асортименту
дослідження маркетологів	ця сфера повинна бути спрямована, в першу чергу, не на пошук продукту-інновації, а на споживчий попит, але при пошуку додаткових споживачів, у тому числі на міжнародному ринку
низький рівень технічної оснащеності агропромислових підприємств та впровадження досягнень науково-технічного прогресу в порівнянні з іншими сферами економіки	не сприяють зростанню продуктивності праці та конкурентоспроможності аграрного сектору. У зв'язку з цим маркетологам необхідно працювати з іншими службами, передачею технологій та інновацій

Джерело: узагальнено авторами

Ці відмінності зумовлені особливостями агропромислового виробництва і повинні враховуватися при формуванні маркетинг-мікс системи або в локальному використанні маркетингових інструментів у більшості сільськогосподарських підприємств.

Для нас є очевидним, що збут сільськогосподарської продукції вважається унікальним і заслуговує на особливу увагу через швидке псування і громіздкість. Той факт, що більшість із цих продуктів є основними продуктами харчування, ціна та розподіл яких уряди вважають стратегічними, також призводить до створення статутних установ у секторі сільськогосподарського маркетингу.

Ефективна маркетингова система використовує аналіз ринку, щоб передбачити попит; намагатиметься звести до мінімуму сліпе просування на ринки та натомість сприятиме розширенню присутності товарів на ринку. Сприяє збільшенню доходів – добре організована маркетингова система збільшить загальну суму доходу, отриманого в ланцюжку вартості сільськогосподарської продукції [2, с. 74].

У переважній більшості сільськогосподарських підприємств організаційна структура не відповідає принципам маркетингу, що проявляється в складності внутрішньої взаємодії служб і відділів, обмежені маркетингові інструменти аналізу ринку, неефективне управління. Узагальнення результатів впровадження маркетингово-орієнтована організаційна структура сільськогосподарських підприємств свідчить про те, що це оптимізує взаємовідносини між службами та підрозділами підприємства, уникає дублювання функцій і протиріччя між ними та використання інструментів маркетингу для вивчати ринок.

Як окремих напрям маркетингу, агромаркетинг включає дослідження, прогнозування та здійснення підприємницької діяльності у сфері виробництва, переробки, зберігання, доставки споживачам і реалізації сільськогосподарської продукції з метою поліпшення ефективності підприємства. Отже, маркетинг у системі агропродовольчої продукції передбачає формування механізми, що спрямовують діяльність різних суб'єктів господарювання відповідно до інтереси підприємства та споживачів: сталий розвиток, виробництво конкурентоспроможної продукції, інвестиційна привабливість, підвищення рівня життя.

Досліджуючи комплекс маркетингу, слід зазначити його системний характер. Інструменти комплексу маркетингу, які систематично використовуються, мають синергетичний ефект, тобто жоден із них не

використовується окремо, а якість кожного з інструментів системи втрачається, якщо використовується поза зв'язком з іншими.

Система агромаркетингу містить сукупність найважливіших ринкових відносин та інформаційних потоків, які з'єднують сільськогосподарське підприємство з ринками.

Література:

2. Багорка М. О., Абрамович І. А. Формування комплексної системи аграрного маркетингу підприємства. *Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці»*. 2022. № 1 (87). С. 97–102. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-1-14>

3. Багорка М. Формування основних складових комплексної системи аграрного маркетингу для підприємств аграрної сфери бізнесу. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*. 2023. № 1(47). С. 70–79. DOI: <https://doi.org/10.55643/ser.1.47.2023.479>

Луцій І. О.

*аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів і природокористування
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-31>

ВПЛИВ БРЕНДИНГУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Основою успіху будь-якого бізнесу є наявність стійких конкурентних переваг товарів і послуг, що полягають у розумінні споживачем їх відмітних властивостей. Вирішенню цього завдання значним чином сприяє застосування брендингу в управлінні конкурентоспроможністю підприємств. Наявність бренду та лояльності споживачів засвідчує, що той чи інший суб'єкт бізнесу є більш конкурентоспроможним, особливо в кризових умовах, та має більші переваги порівняно з іншими суб'єктами. Це значно пом'якшує реакцію споживачів на можливі коливання ціни, відкриває нові можливості для розширення ринків збуту підприємств національної економіки.

Незважаючи на значу кількість наукових розробок з досліджуваної проблематики, ряд теоретичних і практичних питань залишаються недостатньо опрацьованими. Зокрема удосконалення потребують механізми підвищення конкурентоспроможності підприємств на засадах бренд-орієнтованого управління. Це зумовило актуальність тезів доповіді та визначило їх мету.

Stuart Roper та Cathy Parker у праці «Еволюція теорії брендингу» ранжували теорії брендингу за окремими аспектами [1]:

- образ марки у свідомості покупця (1956);
- механізм диференціації товарів (1960);
- засіб індивідуалізації (1985);
- додаткова вартість (1986);
- правовий інструмент (1987);
- ідентифікація товару покупцем (1991);
- ідентифікація компанії-виробника (1992);
- сутність, розвивається у часі (1996);
- набір асоціацій (1998).

Узагальнюючи результати дослідження сутності поняття бренда, ми розділяємо думку Боєнко О. Ю., що «Бренд – це довіра, яку так важко завоювати і так легко безповоротно втратити. Бренд – це любов, яка не підкоряється розуму і логіці, яка або сильна і пристрасна, або її немає зовсім. Бренд – це повага, яку заслужено щоденним, щогодини і щохвилини працею, повагу, яке саме по собі вже є капіталом», – ось яке велике значення надає психологічній, емоційній характеристикам бренду [2; 5].

Одним з вагомих нецінових засобів управління конкурентоспроможністю є бренд, який формує у споживачів чіткий образ про споживчі властивості, цінову позицію, рівень сервісу й забезпечує величину тієї доданої вартості, що визначає вищий рівень відомості марочної продукції, її успішності, престижності та репутації, а також забезпечує завдяки володінню брендом певний соціальний імідж споживачеві. Конкуренція на ринку створила дуже складну і важливу проблему для успішної діяльності підприємства – забезпечення стійкого положення на конкурентному ринку. Конкуренція є дуже тонким та гнучким механізмом, здатним до миттєвої реакції на будь-яку зміну обстановки. Критеріями конкурентоспроможності є конкурентні переваги. Їхня наявність і реалізація забезпечують економічну перевагу підприємства над конкурентами. Конкурентні переваги дозволяють правильно виробити стратегію позиціонування товарів і послуг на ринку, вибравши цільові ринкові сегменти і сконцентрувати там фінансові ресурси підприємства. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг.

Сьогодні у вітчизняній практиці та у деяких навчально-наукових працях трапляються твердження, що конкурентоспроможність бренду є лише зовнішньою стороною конкурентоспроможності підприємства. На жаль, такий виокремлений підхід повністю руйнує комплексність управління конкурентоспроможністю підприємства, яке застосовується сьогодні провідними західними компаніями на практиці та не забезпечує ефективності управління нею [3].

Тому відсутність адаптованого для вітчизняних підприємств і ринку певного теоретико-методологічного забезпечення стає сьогодні фактором, що гальмує забезпечення конкурентоспроможністю підприємства.

Бренд (торговельна марка) як складова конкурентоспроможності підприємства охоплює: внутрішні чинники конкурентоспроможності, як лояльність персоналу до виробництва можливість, отримання додаткового прибутку, та ін.; Зовнішні чинники конкурентоспроможності: адекватність торгової марки (відповідність вимогам споживачів); сила домінування торгової марки; масштабність торгової марки (здатність залучати споживача до нових товарів під даною торговельною маркою); прихильність споживачів до торгової марки, партнерські стосунки з постачальниками, юридичний захист та ін. [4] (табл. 1).

Торговельна марка на сьогодні – це не просто знак, логотип, що ідентифікує продукцію конкретного товаровиробника. Дане поняття є суттєво більш ємним, маючи на увазі у собі увесь комплекс асоціативних уявлень і сприйняття, що виникають у споживача, пов'язаних з іменем виробника конкретного виду продукції (його торговельною маркою), і впливають на вибір споживача. Тому під брендом слід розуміти торговельну марку, яка певний час існує на ринку і досягла певних показників. В своєму дослідженні В. Перція виокремлює саме кількісні показники за умови досягнення яких торговельна марка стає брендом: фізична доступність для 75% потенційних споживачів цільової аудиторії; 75% цільової аудиторії можуть по назві визначити галузь орендованого товару; мінімум 20 % споживачів з цільової аудиторії користуються ним; мінімум 20% споживачів з цільової аудиторії можуть правильно назвати основні описувачі бренду; існує на ринку не менше 5 років; споживачі готові платити за нього ціну, що перевищує середню на аналогічні товари в категорії [5].

До складових потенціалу торговельної марки можна віднести: фінансовий потенціал; кадровий потенціал; ринковий потенціал; конкурентний потенціал.

Особливе місце займає інтелектуальний потенціал підприємства, який покликаний забезпечувати можливість створення оригінальних ідей, що лежать в основі любого інноваційного процесу та створенні бренду.

Фактори, що формують рівень конкурентоспроможності товару, підприємства й торговельної марки (бренду)

Фактори, що формують рівень конкурентоспроможності
I. Товару
Швидкість поновлення асортименту
Цінова стратегія і політика просування
Сервіс
Система управління якістю
II. Підприємства
Позиції підприємства в конкурентній боротьбі
Швидкість реакції на зміни зовнішнього середовища
Рівень споживання, регулярність покупок
Рівень ефективного використання фінансових та матеріальних ресурсів
Кваліфікація персоналу
Інтенсивність конкуренції в галузі
III. Торговельної марки (бренду)
Ефективність просування марки на ринок
Сила домінування
Прихильність до марки споживачів і співробітників
Масштабність
Адекватність
Юридичний захист

Брендинг – це вагомий інструмент підвищення ефективності технічного рівня виробництва, засіб істотного поліпшення якості продукції, що виробляється, та підвищення конкурентоспроможності. Особливості брендингу на ринку продовольства визначаються специфікою товарної продукції: широким асортиментом; універсальним характером використання (сировина, продукти її первинної та глибокої переробки), сприйняттям споживачами продукції як традиційної або інноваційної.

Завдяки брендингу встановлюється необхідний асортимент товарів чи послуг, потрібних споживачеві. Споживачі віддають перевагу бренду, який має високу цінність, тому що так їм легше розуміти, які переваги має товар – носій бренда. І водночас бренд має цінність, якщо обізнаність споживачів з ним сприяє виявленню прихильності до товару і формуванню лояльності.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на удосконалення методик оцінювання вартості бренду, визначення особливостей управління брендами в конкретних галузях.

Література:

1. Stuart Roper, Cathy Parker. «Evolution of Branding Theory and Its Relevance to the Independent Retail Sector». *The Marketing Review*. Westburn Publishers Ltd, UK, 2006. № 6(1). URL: https://www.researchgate.net/publication/38145306_Evolution_of_Branding_Theory_and_Its_Relevance_to_the_Independent_Retail_Sector
2. Боєнко О. Ю. Формування бачення сучасного глобального брендингу: концептуальний аспект. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/2906>
3. Гриценюк В. В., Руснак А. В. Сутність брендингу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. С. 67–73.
4. Специфіка понять бренд, торгова марка, товарний знак. URL: <http://bukvar.su/marketing/page,2,136708-Specifika-ponyatiy-brend-torgovaya-marka-tovarniy-znak.html>
5. Ніфатова О. М., Степаненко М. В. Аналіз теоретичних моделей брендингу інтегрованих структур бізнесу. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9928/1/ОИР2017_P217-223.pdf

Мастило А. Ф.

*аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-32>

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Виходячи з важливості виробництва, підвищення рентабельності й конкурентоспроможності фермерських господарств в умовах ринкових відносин, виникає усвідомлена потреба комплексного вивчення особливості функціонування і управління маркетинговою діяльністю фермерського господарства [4].

Об'єктом управління маркетингової діяльності є фермерське господарство, предметом – становище господарства на ринку. Управління маркетинговою діяльністю за територіальним принципом відбувається на двох рівнях – національному (місцевому, регіональному); міжнародному (експортному, світовому). Доступ до першого рівня мають усі фермерські господарства незалежно від їхнього розміру та спеціалізації. Під методами управління маркетинговою діяльністю фермерського господарства розуміємо економічні (планування, дослідження, збут, ціноутворення), організаційні (розпорядження, рекомендації), психологічні (переконання). Маркетингові моделі управління «Я сам» здебільшого застосовують дрібні фермерські господарства через особистий продаж фермером. Мережевий маркетинг передбачає створення мережі зазвичай на базі місцевої бізнесової асоціації чи торговопромислової палати у регіоні. Інтернет-маркетинг доступний усім господарствам, оскільки є зручним способом повідомити інформацію стосовно асортименту фермерської продукції великій кількості осіб [2; 4].

Є багато особливостей, які притаманні сільському господарству та позначаються на функціонуванні фермерських господарств в умовах ринкової економіки. Важливо, щоб фермер поєднував природно-біологічні процеси з виробничо-економічними. Природні закони

розвитку рослин і тварин йому не можна ігнорувати, бо це може спричинити зниження ефективності інших ресурсів. Природно-біологічні процеси мають вагоме значення у виборі технологій виробництва для підвищення ефективності. Хімічні засоби захисту рослин, добрива, сільськогосподарські машини, організацію праці – усе треба пристосовувати під зазначені процеси. Це засвідчує тісний зв'язок між сільським господарством і навколишнім середовищем, що потребує «творчого» управління. Для ефективного ведення господарства не може бути чітко окреслених меж між виконанням та управлінням. Поєднання якостей господаря, менеджера і виконавця, як підтверджує практика, сприяло розвитку фермерського господарства у розвинутих країнах.

Зауважимо також, що на рішення у процесі управління маркетинговою діяльністю фермерського господарства впливають особливості ринкової структури, де вона функціонує. У нашому разі йдеться про один із видів ринкових структур – ринок із чистою (досконалою) конкуренцією. Ознаками її є: велика кількість продавців; стандартизований тип продукту; недостатність впливу на установлення ринкової ціни; відсутність перешкод для входження у галузь та умов для нецінової конкуренції [2; 3].

Щоб з'ясувати, який інструментарій застосовувати в управлінні маркетинговою діяльністю фермерського господарства, визначимо причини, котрі гальмують впровадження маркетингу. Це:

- непевненість керівництва – сумніви у необхідності й ефективності використання маркетингу;
- безініціативність керівництва – ставлення до нововведень і змін зі значною інертністю;
- малообізнаність керівництва – низький рівень знань із цього питання;
- відсутність досвіду керівництва, тобто практичних навичок у використанні маркетингу;
- нестача кваліфікованих трудових ресурсів – незначна кількість фахівців, обізнаних у цій галузі;
- брак фінансових ресурсів – коштів для ризикованих кроків у зв'язку зі структурними змінами та реорганізацією.

Маркетингові підходи до організації діяльності підприємств АПК, зокрема фермерських господарств, передбачають внесення деяких коригувань у порядок формування каналів реалізації сільськогосподарської продукції, які мають відповідати наступним вимогам: канали розподілу слід вибирати таким чином, щоб вони повністю

забезпечували доступ до певних ринкових сегментів; необхідно передбачати гнучкість у розподілі; використання одного каналу не повинно виключати можливості розподілу продукції по іншому; слід виключати можливість виникнення слабких ланок в усталеному ланцюгу розподілу [5].

Звідси функції маркетингу фермерських господарств будуть обмежені і в основному представлені плануванням збуту, обґрунтуванням обсягів виробництва у відповідності з вимогами ринку. Найбільш важливими обмеженнями слід вважати необхідність забезпечення беззбитковості фермерських господарств, що входять у систему аграрного маркетингу, дотримання екологічно обґрунтованих пропорцій між галузями сільськогосподарського виробництва з метою підтримки й поліпшення родючості земель, застосування науково-обґрунтованих технологій у землеробстві й тваринництві, забезпечення соціальних нормативів проживання сільського населення.

В сучасних умовах фермерські господарства виробляють 10–16% сільськогосподарської продукції. При зростанні виробничих витрат та зменшенні цін на продукцію багато власників фермерських господарств шукають шляхи збільшення їх прибутків, як одного з заходів підвищення ефективності використання їх ресурсного потенціалу. В цих умовах важливого значення набуває питання організації системи реалізації для фермерських господарств, особливо системи реалізації плодоовочевої продукції, баштанних, продукції тваринництва [4].

Маркетинговою діяльністю управляють за допомогою маркетингового, інформаційного, аналітичного та нормативно-правового забезпечення. Інфраструктуру управління маркетинговою діяльністю фермерських господарств можна розподілити на два блоки. До складу першого входить логістична, комунікаційна торговельна інфраструктура, натомість соціальна та виробнича – до другого блоку.

Висновок. Найважливіша особливість застосування маркетингу в агробізнесі – факт, що продукція, вироблена фермерськими господарствами, є товаром першої необхідності, попит на яку не можна відкласти чи задовольнити наперед. Тому за умов недосконалого та неповного врахування особливостей, притаманних лише цій сфері бізнесу, неможливе повноцінне управління зазначеними господарствами.

Література:

1. Красноруцький О. О. Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств: стратегія, механізми, інструментарій : монографія. Херсон : Грінь Д. С., 2012. 348 с.
2. Балановська Т. І. Управління маркетинговою діяльністю на агропродовольчому ринку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2010. Вип. 154. Ч. 1. С. 368–373.
3. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 12. С. 227–234.
4. Збарський В.К. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності фермерських господарств України: монографія / за ред. професора В. К. Збарського. Київ : ЦП «КОМПРИНТ». 2020. 482 с.
5. Кубрак Н. Р., Рудик О. О., Косар Н. С. Перспективи розвитку каналів розподілу сільськогосподарської продукції в Україні. *Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С. З. Гжицького*. 2014. Т. 16. № 1 (58). С. 285–290.

Палагнюк С. Ю.
*аспірант кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
м. Чернівці, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-33>

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У сучасному світі підприємства галузі інформаційних технологій є неабияким каталізатором економічного та соціокультурного розвитку. Швидкий темп технологічних інновацій, постійні зміни у вимогах споживачів та конкуренція на ринку створюють унікальні виклики для підприємств цієї галузі. У цьому контексті виникає питання ефективної побудови маркетингових стратегій для підприємств цієї галузі. Актуальність даної теми визначається не лише потребою пристосовуватися до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, але й можливістю використовувати інноваційні підходи для забезпечення стійких конкурентних переваг.

Побудова маркетингових стратегій для підприємств галузі інформаційних технологій стикається з рядом важливих викликів та проблем, які визначають необхідність пошуку інноваційних підходів у цьому напрямі.

По-перше, різкі зміни технологій визначають потребу в постійній переоцінці стратегій. Завдяки швидкому розвитку новітніх технологій, підприємства повинні бути готові швидко адаптуватися до нових умов та впроваджувати інноваційні методи маркетингу, щоб залишатися на передових позиціях. Динамічний характер технологічного прогресу у галузі ІТ означає, що підприємства постійно змушені адаптуватися до нових реалій. Технологічні та індустріальні зміни, такі як впровадження штучного інтелекту, блокчейн-технологій, а також зростання кількості даних, створюють нові можливості і виклики для маркетингових команд.

По-друге, суперництво на ринку інформаційних технологій призводить до посилення вимог до стратегій маркетингу. Підприємства

мають конкурувати не лише у сфері функціональних можливостей своїх продуктів, але й у мистецтві привертати увагу та утримувати клієнтів. Зростання конкуренції в галузі ІТ призводить до необхідності пошуку нових способів диференціації та позиціонування продуктів і послуг. Це ставить підвищені вимоги до розуміння споживачів та реакції на їхні змінні потреби.

Глибокий зріз літературного матеріалу дозволяє визначити ключові тенденції та перспективи, що характеризують маркетингові стратегії в галузі інформаційних технологій. Інновації в цьому секторі не обмежуються лише технічними рішеннями, але включають у себе також трансформації у підходах до маркетингу та комунікацій.

Однією з ключових тенденцій є перехід від традиційного продуктового підходу до орієнтації на користувача. Замість акценту на технічних характеристиках ІТ продуктів, підприємства все частіше ставлять на перший план індивідуальні потреби та емоційні аспекти споживачів.

Додатково, розвиток соціальних мереж та онлайн-спільнот створює нові можливості для взаємодії з клієнтами. Маркетологи активно використовують платформи, такі як Telegram, Viber, Facebook, LinkedIn та інші, для забезпечення прямого спілкування з аудиторією, отримання зворотного зв'язку та підтримки участі споживачів у формуванні стратегій брендів. Високою ефективністю відзначаються закриті спеціалізовані групи в соціальних мережах, які концентрують в собі увагу потенційних клієнтів та є відмінним каналом розповсюдження спеціалізованої інформації про технологічні продукти.

Особливу роль в побудові маркетингових стратегій відіграє аналіз великих масивів даних та використання штучного інтелекту (ШІ). Штучний інтелект відіграє ключову роль у трансформації маркетингу в галузі інформаційних технологій. Автоматизація процесів аналізу великих обсягів даних дозволяє ефективно визначати та передбачати зміни в споживчому попиті. Системи машинного навчання та алгоритми аналізу даних допомагають створити персоналізовані маркетингові стратегії, враховуючи унікальні характеристики кожного клієнта.

Додатково, стратегії використання відео маркетингу та інтерактивного контенту стають все більш популярними. Вони надають можливість створювати високоякісний та цікавий контент, який забезпечує не тільки інформацію про продукт, але й враження та емоції.

Особливу увагу потрібно звернути також на такий канал взаємодії з клієнтами як інфлюенсери. Лідери громадської думки, відомі

особистості, експерти та блогери в сучасному світі відіграють ключову роль у маркетинговій комунікації. Вони володіють впливом на своїх прихильників та аудиторію, що робить їх потужним каналом для передачі повідомлень і створення позитивного іміджу продуктів чи брендів. Нижче розглянемо роль цих осіб у маркетинговій комунікації:

1. Довіра та авторитет. Лідери громадської думки викликають довіру в своїй аудиторії. Їхні рекомендації часто вважаються більш авторитетними, оскільки вони розглядаються як експерти в своїх сферах.

2. Вплив на прийняття рішень. Ці особистості можуть впливати на рішення своїх прихильників щодо покупки чи використання конкретних продуктів і послуг. Їхня підтримка може значно збільшити продажі та визнання бренду.

3. Створення образу бренду. Участь лідерів громадської думки в рекламних кампаніях чи подіях може значно підсилити імідж бренду. Асоціація з впливовими особистостями може надати продукту або бренду додатковий рівень привабливості та впізнаваності.

4. Співпраця на платформах соціальних мереж. Багато лідерів громадської думки та блогерів мають сильну присутність в соціальних мережах, що робить їх ідеальними партнерами для маркетингових кампаній. Співпраця на платформах, таких як Instagram, YouTube чи Facebook, дозволяє досягати широкої аудиторії та взаємодіяти з нею.

5. Сприяння вірусному маркетингу. Відомі особистості можуть стати катализаторами для вірусних кампаній. Їхні рекомендації часто поширюються швидше та ширше, сприяючи більшій відвідуваності та популярності бренду.

6. Особистий контент і сторітелінг. Лідери громадської думки часто створюють особистий контент, що викликає емоції та співпереживання. Це дозволяє їм ефективно розповідати історії та передавати цінності бренду, залучаючи аудиторію.

Співпраця з лідерами громадської думки, відомими особистостями, експертами та блогерами відкриває нові можливості для брендів побудови ефективних маркетингових стратегій, залучення аудиторії та зміцнення їхнього позитивного іміджу, тому цей канал потрібно обов'язково враховувати при побудові маркетингових стратегій.

При дослідженні питання інноваційних маркетингових стратегій, особливо роль варто приділити процесу їх адаптації та впровадження на підприємствах, що включає в себе:

1. Оптимізацію процесу внутрішньої комунікації. Впровадження інноваційних маркетингових стратегій передбачає не лише зовнішню

комунікацію з клієнтами, але й внутрішню. Ключовою є взаємодія маркетингових та розробницьких команд, забезпечуючи внутрішню узгодженість та розуміння стратегічних цілей.

2. Навчання та розвиток команд. Для успішної адаптації інноваційних підходів, важливо забезпечити навчання та розвиток персоналу. Команди маркетингу повинні бути ознайомлені з новими технологіями, аналітичними інструментами та стратегіями для ефективного впровадження інновацій.

3. Метрики та вимірювання ефективності. Для оцінки успішності інноваційних стратегій потрібно розробити відповідні метрики та систему вимірювання ефективності. Аналіз даних, збір яких включає в себе взаємодію з аудиторією, конверсії та інші показники, дозволяє постійно вдосконалювати стратегії.

4. Посилання на глобальні тренди. Адаптація маркетингових стратегій повинна враховувати глобальні тенденції в галузі інформаційних технологій. Звернення до трендів, таких як розвиток штучного інтелекту, кібербезпека чи зростання цифрової трансформації, може допомогти адаптувати стратегії до швидкозмінюваного середовища.

5. Останній, але не менш важливий, аспект – це процес впровадження інновацій. Це включає в себе пілотні проекти, поетапне впровадження та постійний моніторинг для адаптації стратегій відповідно до результатів та змін у середовищі.

У світі швидкозмінюваних технологій і високої конкуренції, розробка та впровадження інноваційних маркетингових стратегій в галузі інформаційних технологій стає стратегічним завданням для підприємств. Загалом, інноваційні маркетингові стратегії в галузі ІТ вимагають від підприємств не лише використання передових технологій, але й врахування специфіки галузі, зосередження на якості, співпрацю зі спільнотами та створення унікальних іміджів. Лише такі стратегії можуть успішно впроваджувати інновації та виходити за рамки стандартних маркетингових підходів, щоб досягти високих показників успіху в динамічному світі інформаційних технологій.

Література:

1. Федорович Р.В. Маркетингові стратегії формування попиту на товари та послуги на ринках України. Монографія. Тернопіль, 2019. С. 359.
2. Роберт Мак-Кі. Сторіноміка. Маркетинг у пострекламну епоху. Vivat, 2019. С. 214.

Рожко В. І.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу,

менеджменту та підприємництва,

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Харків, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-34>

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

«Інтернет-реклама» – нове поняття, її загально визнаного визначення, мабуть, немає й досі. Інакше й не могло, оскільки визначення змінювалося з розвитком технологій і можливостей реклами у Мережі [1]. У економічній літературі найчастіше зустрічаються такі визначення Інтернет-реклами [1–3]:

– інтернет-реклама – конвергенція традиційної реклами та маркетингу прямого відгуку (direct response marketing);

– для AOL Інтернет-реклама – це конвергенція брендингу, поширення інформації та продажів – все в одному місці (С. Кінан, віцепрезидент компанії «America Online»).

До основних можливостей та переваг Інтернету перед іншими медіа засобами належать такі:

– націлення (точне охоплення цільової аудиторії) – географічне, тимчасове, за тематичними сайтами;

– tracking-можливість аналізу поведінки відвідувачів на сайті та вдосконалення сайту, продукту та маркетингу відповідно до висновків;

– доступність (24/24 та 7/7: 24 години на добу, 7 днів на тиждень) та гнучкість (почати, коригувати та перервати рекламну компанію можна миттєво);

– інтерактивність: споживач може взаємодіяти з продавцем і з продуктом, вивчити його, іноді спробувати (наприклад, демо-версії програм, розділ книги) і, якщо підходить, – купити.

Можливість розміщення великої кількості інформації (включаючи графіку, звук, відео, спецефекти):

– оперативність поширення та отримання інформації;

– порівняно низька вартість.

Більш сконцентрована увага користувача перед ПК, можливість розібратися в деталях,

За даними компанії IDC, у 2022 р. 31 млн, або 26% користувачів Інтернету, купували товари через мережу. IDC прогнозує, що у 2023 р. ця цифра зросте до 183 млн., а загальний обсяг Інтернет-торгівлі досягне \$1 трлн [2]. Наразі близько 46% користувачів Мережі зосереджено на території США. Та ж компанія пророкує зміну даного представництва у 2023 р. на 35% резидентів США та 65% з інших країн світу.

У зв'язку з цим в Інтернеті можлива не тільки загальноприйнята цінова модель, властива традиційним рекламним каналам – CPM (вартість за тисячу показів реклами) та Flat fee (фіксоване розміщення реклами на заданий проміжок часу), а й низка інших [2]:

- CPV (ціна за відвідувача);
- CPA (ціна за дію, наприклад, заповнення анкети);
- CPS (ціна за продаж, зазвичай певний %).

Наразі найпоширенішою являється модель CPM. Також останнім часом все частіше зустрічаються моделі Flat Fee та CPV.

Веб-сервер є основою рекламної діяльності в Інтернеті. Сайт розробляється компанією самостійно або із сторонньою допомогою. Як правило, на ньому розміщується інформація про компанію, її історію, пропоновані продукти та послуги, останні новини і т.д. Розміщення цієї інформації (її структурування) проводиться залежно від рекламних цілей. Іноді деякі групи товарів мають власні сайти: наприклад, компанією Volkswagen створено окремий сайт Beatles, присвячений виключно оновленій версії популярної моделі автомобіля.

В основі www-сервера знаходяться описи товарів або послуг, але якщо вам вдалося представити товар «обличчям», то наступним кроком буде спонукати потенційного споживача придбати його. Для цих цілей сайти забезпечують повну інформацію про можливі способи та місця купівлі товарів та послуг.

Однак створення власного сайту – це лише пів справи, далі необхідно організувати його рекламу. Щоб сайт «працював» – про нього мають дізнатися.

Найчастіший спосіб реклами сайту – проста вказівка його Internet-адреси у всіх рекламних матеріалах. Рядки «чарівних заклинань», що починаються літерами «www», вже мелькають на телеекранах. Для активного просування вашого сайту в рамках існуючої рекламної кампанії необхідно докласти певних зусиль. Іноді для залучення нових

відвідувачів недостатньо просто вказувати адресу нового web-сайту, потрібно його піднести незвичайним чином, щоб користувачі захотіли його відвідати та дізнатися, які ще сюрпризи готує ваш сайт [3].

В Інтернеті також є власні рекламні засоби – розміщення реклами на тематичних та загально інформаційних сайтах, банерні мережі, e-mail-маркетинг, просування за допомогою пошукових систем та каталогів, обмін посиланнями.

Банери – графічні зображення (як правило, розміром 468 x 60 точок), що розміщуються в структурі www-сторінки, – по суті є замаскованими посиланнями на конкретний сайт [4]. Як правило, рекламні оголошення в Інтернеті (банери) не містять номерів телефонів – у крайньому випадку, на них конкретно вказана www-адреса. Завдання банера – привернути увагу користувача і змусити його ініціалізувати перехід на задалегідь підготовлений www-сервер, де, власне, і розгортається основне рекламне дійство. Використовуючи банерну рекламну мережу, власники серверів рекламують свої ресурси або товари та послуги серед відвідувачів різноманітних інформаційних та розважальних сайтів. Для того, щоб рекламувати ваш сайт за допомогою банерної мережі найбільш ефективно, необхідно спочатку правильно визначити цільову групу потенційних клієнтів вашої компанії. Інакше банери з рекламою побачать «не ті» користувачі, яких потенційно не зацікавить ваша компанія.

Далі, при розробці рекламних банерів доцільно використовувати такі символи та слогани, які зможуть зацікавити вашого потенційного клієнта, а не загалом усіх, хто цей банер побачить. Для продажу товарів та послуг слід залучати тих, хто може їх купити.

Реклама в Internet особливо цікава завдяки її адресності, можливості сфокусованого впливу на певну цільову групу. Наприклад, ви можете показувати вашу рекламу виключно службовцям американських офісів компанії Microsoft. Вартість розміщення рекламних оголошень (тобто «банерів») залежить від відвідуваності місць розміщення, кількості показів і коливається від кількох доларів за тисячу показів, до кількох сотень – за «денне перебування» на конкретному сервері [5].

Вартість звичайних, графічних (GIF та JPG) банерів складає 400 грн., вартість інтерактивних (анімаційних) банерів нового покоління з технологіями Shockwave Flash, CGI, Java – від 2000 грн до 4000 грн. Детальніше про банерну рекламу ви можете дізнатися на сайті www.prom.ua.

При пошуку інформації користувачі Інтернету вдаються до послуг пошукових систем та каталогів (за статистикою їх залучають 90% користувачів мережі). Цей тип Internet-ресурсів є одним із найбільш відвідуваних у мережі, а тому і найчастіше використовуваним у рекламних цілях.

Окрім розміщення платної банерної реклами, пошукові системи та каталоги дозволяють робити безкоштовну рекламу. Точніше сказати, – насамперед, вони є засобом пошуку www-серверів, – а тому й безкоштовною рекламою. З цією метою сервер проходить процедуру безкоштовної реєстрації в пошуковій системі, після чого його назва та короткий опис з'являється як один з варіантів відповіді на запит користувача мережі, що шукає необхідну йому інформацію [2].

Пошукові системи знаходять сотні сторінок, які відповідають запиту, але відображають їх на екрані короткими списками-фрагментами по 10-20 посилань. Спочатку відображаються найрелевантніші, на думку системи, сторінки. Якщо сторінка потрапить до списку, скажімо, під номером 398, то ймовірність звернення до неї вкрай низька. Тому найперше завдання, яке переслідується під час реєстрації сервера, – домогтися того, щоб ваші сторінки стояли в перших рядах результатів пошуку за ключовими словами, що стосуються тематики вашої сторінки. Для досягнення необхідних результатів рекомендується вдаватися до допомоги кваліфікованих фахівців, які зможуть грамотна «прописати» www-сервер у пошукових системах та каталогах.

У деяких випадках компанії вдаються до спонсорування чи створення власних тематичних www-серверів. Спонсування стосується сайтів, тематика яких не збігається з діяльністю компанії. І тут реклама обмежується простим «розвішуванням» рекламних банерів.

Таким чином, реклама в Інтернеті мало чим відрізняється від інших видів реклами – ті ж принципи і та ж теорія сегментації на ринки за групами користувачів. Змінюються лише засоби та способи реалізації, а суть залишається.

Література:

1. Клічук О. Роль сучасних інформаційних технологій у пошуку оптимальних рішень в економіці. *Нова педагогічна думка*. 2015. № 1. С. 163–165.

2. Турчин Л., Островерхов В. Застосування CRM-систем в маркетинговій діяльності та управлінні персоналом транспортних підприємств. *Економічний аналіз*. 2018. № 3. Т. 28. С. 199–206.
3. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. С. 307.
4. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків : Вид-во “Ранок” : Фабула, 2019. 240 с.
5. Траут Дж., Рівкін Ст. Диференційся або помри / пер. з англ. Я. Машико. Харків : Вид-во “Ранок” : Фабула, 2019. 240 с.

Степанець І. П.
*аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-35>

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО У АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основний шлях нарощування виробництва сільськогосподарської продукції при незмінній посівній площі – це збільшення врожайності культурних рослин. Поряд із внесенням мінеральних добрив та селекцією важливим ресурсом у даному напрямі є застосування хімічних засобів захисту рослин. За даними Інституту захисту рослин, щорічні втрати врожаю від шкідників, хвороб і бур'янів становлять близько 30%, зокрема, зерна кукурудзи – 25–30, соняшнику – 23–25, картоплі – 32–35, овочів – 27% більше.

Сьогодні неможливе ефективне збільшення родючості ґрунтів без засобів захисту, зокрема гербіцидів. Цінність гербіцидів полягає в тому, що вони забезпечують сприятливе біологічне середовище для культурних рослин, отже підвищується їх урожайність та якість вирощеної продукції. Тому ефективність інших заходів щодо поліпшення родючості ґрунтів може значно зростати завдяки правильному застосуванню засобів захисту рослин [1].

Потенційний обсяг ринку пестицидів в Україні розглядається як досить великий: у 2018-2022 рр. під урожай сільськогосподарських культур використовували в середньому 24138 тонн засобів захисту рослин (у діючій речовині), обробляючи 30,3 млн га посівів, що у розрахунку на 1 га сягало в середньому по 1,5 кг. В тому числі під урожай кукурудзи на зерно використано за указаний період в середньому 5261 тонн засобів захисту, що в розрахунку на 1 га площі, обробленої пестицидами становить 1,53 кг. В структурі засобів захисту, використаних під урожай кукурудзи на зерно, найбільшу частку (понад 70%) займають гербіциди (табл. 1).

**Обсяг унесених пестицидів під урожай кукурудзу
на зерно звітного року, тонн**

Рік	Обсяг унесених пестицидів, тонн							
	всього в т.ч. під кукурудзу	в тому числі					на 1 га, кг	
		фунгіциди та бактерициди	гербициди	інсектициди та акарициди	регулятори росту	інші засоби захисту	уточненої площі	обробленої площі
2018	<u>25341.0</u> 4790,3	<u>4801.6</u> 115,9	<u>17951.1</u> 4499,5	<u>1808.6</u> 165,8	<u>756.1</u> 7,0	<u>24.6</u> 2,6	<u>1.42</u> 1,461	<u>1.59</u> 1,566
2019	<u>24324.6</u> 4976,4	<u>4925.3</u> 12,7	<u>16645.8</u> 4688,1	<u>1903.3</u> 149,0	<u>824.1</u> 5,4	<u>26.6</u> 13,1	<u>1.35</u> 1,363	<u>1.51</u> 1,474
2020	<u>24621.7</u> 5681,7	<u>4866.9</u> 133,6	<u>17660.3</u> 5405,4	<u>1539.9</u> 128,4	<u>532.5</u> 5,2	<u>22.1</u> 9,1	<u>1.39</u> 1,483	<u>1.52</u> 1,571
2021	<u>26968.4</u> 6667,3	<u>5515.4</u> 169,5	<u>19244.6</u> 6321,1	<u>1541.8</u> 153,7	<u>635.9</u> 11,8	<u>30.7</u> 11,1	<u>1.48</u> 1,668	<u>1.52</u> 1,781
2022	<u>19435.5</u> 4189,7	<u>3884.1</u> 78,0	<u>13926.9</u> 4005,0	<u>1121.4</u> 98,5	<u>478.7</u> 3,3	<u>24.3</u> 5,0	<u>1.34</u> 1,396	<u>1.51</u> 1,515
2022 у % до 2018	<u>76.7</u> <u>87,5</u>	<u>80.9</u> <u>67,6</u>	<u>77.6</u> <u>89,0</u>	<u>62.0</u> <u>53,4</u>	<u>63.3</u> <u>46,7</u>	<u>98.8</u> <u>193,4</u>	<u>94.4</u> <u>95,6</u>	<u>95.0</u> <u>96,7</u>

Джерело: дані Держстату України за відповідні роки

У 2022 році найбільший обсяг унесених пестицидів на 1 га кукурудзи на зерно (у діючій речовині) здійснили підприємства Рівненської області – 2,213 кг; Хмельницькій – 2,098; Волинській – 2,052; Закарпатській – 2,047 при середньому обсязі по сільськогосподарських підприємствах України – 1,515 кг.

Розуміючи важливість застосування хімічних засобів захисту рослин, економічно розвинені країни світу продовжують збільшувати свої витрати на їх використання. Так, у Німеччині в останні роки витрати на застосування пестицидів становлять 290–420 євро на один гектар посівів. У Сполучених Штатах Америки внутрішній ринок засобів захисту рослин щорічно сягає 10 млрд дол. США [2].

Основними учасниками на ринку забів захисту рослин та інших хімічних ресурсів в аграрній сфері є заводи – виробники сільськогосподарської техніки, хімічні підприємства, сільськогосподарські підприємства, торговельно-посередницькі організації, підприємства з ремонту і технічного обслуговування машин і обладнання, машинно-

технологічні формування з надання виробничих послуг та інші. У межах свого регіону і сфери діяльності вони вивчають попит, купівельну спроможність споживачів, умови реалізації товарів, терміни поставок і на основі зібраної інформації налагоджують реалізацію продукції для аграрних виробників [4].

В умовах ринку постачання пестицидів здійснюється різноманітними формами і методами: через товарно-сировинні біржі; аукціони, конкурси; оптові закупки; закупки малими партіями; закупки відповідно до потреби; за замовленнями; за рахунок власного виробництва; за прямими договорами тощо.

В результаті маркетингового дослідження встановлено, що розвиток ринку засобів захисту рослин повинен відбуватися з вираховуванням його особливостей:

По-перше, попит на ринку пестицидів коливається, що викликане сезонністю сільськогосподарського виробництва. Це означає необхідність застосування продавцями синхромаркетингу, який у даному випадку зорієнтований на врахування природно-кліматичної зональності регіонів України.

По-друге, попит на пестициди є вторинним, оскільки визначається попитом на сільськогосподарську продукцію (продукти харчування). Як відомо, попит на продукти харчування визначається переважно фізіологічними потребами людини і є нееластичним, тобто споживачі нечутливо реагують на зміну ціни і не відмовляються від купівлі продуктів харчування, незважаючи на зростання ціни на них. Тому необхідною умовою недопущення недобросовісної конкуренції на даному ринку є втручання держави, яка має забезпечити розвиток конкурентного середовища й адекватний механізм ціноутворення на пестициди для сільського господарства .

По-третє, засоби захисту рослин разом із мінеральними добривами, хімічними меліорантами відносяться до матеріально-технічних ресурсів, що слугують не лише підвищенню продуктивності виробництва, а й є важливими для збереження і підвищення рівня родючості ґрунтів, визначаючи основу життєдіяльності як теперішнього, так і майбутніх поколінь. Виходячи з цього, потрібна державна підтримка, зорієнтована на забезпечення сільськогосподарських товаровиробників необхідною для відтворення родючості ґрунтів кількістю пестицидів та інших ресурсів.

По-четверте, застосування певних пестицидів пов'язане із небезпекою і ризиком для здоров'я людей і навколишнього середовища.

Отже, ринок пестицидів має перебувати під жорстким контролем держави для запобігання використанню застарілих, екологічно небезпечних хімічних засобів захисту рослин. Держава також має взяти на себе відповідальність за забезпечення належного рівня знань сільськогосподарських товаровиробників за правильне використання пестицидів [2].

Висновок. Таким чином, хімічний захист рослин разом з іншими традиційними факторами інтенсифікації (хімізація, механізація, меліорація земель) був і залишається одним з найважливіших напрямів ефективного розвитку сільськогосподарського виробництва, об'єктивно необхідним заходом подальшого підвищення рівня ефективної родючості ґрунтів та вирішення проблеми продовольчої безпеки.

Найбільш важливими складовими маркетингових досліджень є аналіз витрат на виконання послуг із агрохімічного обслуговування та обґрунтування рівня цін. При цьому необхідно намагатися усунути причини перевищення витрат в обслуговуючих підприємствах над витратами із виконання аналогічних робіт силами сільськогосподарських товаровиробників. Окрім того умови співпраці з надання комплексу агротехнічних послуг повинні бути різними для учасників створення регіональних агрохімічних центрів та звичайних споживачів. Вважається за доцільне надавати учасникам регіональних агрохімічних центрів повний комплекс послуг за собівартістю.

Література:

1. Василенко Л. В., Корчинська О.А. Ринок хімічних засобів захисту рослин: монографія. Київ : АПСВТ, 2020. 176 с.
2. Василенко Л. В. Світові тенденції розвитку ринку засобів захисту рослин. *Економіка АПК*. 2018. № 2. С. 100–106.
3. Кабанець В. М., Собко М. Г. та ін. Особливості вирощування кукурудзи на зерно в північно-східному Ліссостепу. Сад: Інститут сільськогосподарства Північного Сходу, 2023. 44 с.
4. Червен І. І., Апостолова Т. В. Методичні аспекти оцінки і сучасний стан економічної ефективності функціонування агрохімічних формувань. *Економіка АПК*. 2004. № 4. С. 57–60.

СЕКЦІЯ 7. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Гбур З. В.

*доктор наук з державного управління,
професор, проректор з наукової роботи,
Чернігівський інститут інформації, бізнесу і права
ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая»
м. Чернігів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-36>

ІНСТРУМЕНТИ ПУБЛІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Важливим інструментом публічного регулювання економічного розвитку є безпосередньо забезпечення розвитку українського машинобудування. Так, Кабінет Міністрів України розробляє та впроваджує ефективні інструменти регулювання цієї сфери, оскільки машинобудівна галузь виробляє продукцію з високою доданою вартістю. Сьогодні розробляються різні програми підтримки машинобудівного сектора для забезпечення доступним обладнанням інших суб'єктів ринку [1].

Загалом програми та плани економічного розвитку спрямовані на швидку та ефективну трансформацію економічної моделі України від сировинної до виробництва високоякісної продукції. Це не лише сприятиме економічному розвитку країни, а й підвищить конкурентоспроможність України на світовому ринку. Повномасштабна російсько-українська війна зумовлює перегляд підходів до формування політики у сфері публічного регулювання економічного розвитку та пошуку нових ефективних методів управління. Основні виклики, з якими зараз стикається економіка України, включають спад виробництва, зростання безробіття, послаблення національної фінансової стабільності та загрози стабільності валюти. Тому ефективне публічне регулювання економіки сприятиме розвитку економічних

процесів у напрямку певної спрямованості відповідно до цілей, завдань та інтересів держави. З огляду на те, в умовах сьогодення ефективне публічного регулювання економіки, у тому числі із розробленням та впровадженням комплексних програм економічного розвитку дасть можливість забезпечити злагоджене функціонування всіх галузей національної економіки.

Потужним інструментом публічного регулювання економічного розвитку є Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України», яка з 2019 року працює з метою підвищення конкурентоспроможності українського малого та середнього бізнесу на українському та міжнародному ринках, сприяння створенню спрощеного та прозорого бізнес-середовища та надання можливостей участі у міжнародній торгівлі українським компаніям. Після повномасштабного вторгнення російського ворога в Україну, ця програма зосередила свої зусилля на підтримці економічної стабільності України та відбудові постраждалої від вторгнення української економіки [2]. Беручи до уваги сучасний аспект, Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» оголосила грантову програму для створення та підтримки діяльності об'єднань підприємств у експортні альянси, на загальний обсяг фінансування 1,5 млн дол. США. Метою програми фінансування є підтримка компаній у спільній роботі щодо просування власної продукції на міжнародні ринки. Ця ініціатива реалізується програмою у співпраці з Міністерством економіки України, Офісом з розвитку підприємництва та експорту та національним проектом Дія.Бізнес і спрямована на підвищення рівня інтернаціоналізації української економіки та експорту товарів і послуг на міжнародних ринках.

Варто відзначити й те, що повномасштабна російсько-українська війна призвела до різкого скорочення споживання на внутрішньому ринку, з огляду на що змінилася структура споживчого ринку. Збільшення експорту є ключем до економічного відновлення та розвитку. Просування експортного альянсу зміцнить потенціал українських компаній і спонукає їх до об'єднання заради спільної мети – завоювання нових ринків. Попри складні часи, підприємці продовжують працювати та розвиватися, підтримуючи економіку країни. Пріоритетні сектори для грантової підтримки, передбачені Програмою USAID «Конкурентоспроможна економіка України», включають інформаційні технології, машинобудування, виробництво, творчі індустрії та послуги. Проте Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» відкрита для заявок з інших секторів,

які відповідають критеріям відбору. Збільшення вітчизняної переробки та підтримка компаній, які експортують готову продукцію, є одним із пріоритетів діяльності Кабінету Міністрів України. В умовах блокування українського експорту та зниження попиту на внутрішньому ринку програма створення та підтримки діяльності об'єднання підприємств у експортні альянси допоможе нашій їм домінувати на зовнішніх ринках. У результаті зростання внутрішнього виробництва спостерігатиметься подальше відновлення української економіки. Також слід зазначити, що Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» активно працює над розвитком експортних можливостей для українських компаній. Одним із інструментів є субсидії, які заохочують альянси між компаніями зі спільною метою підготовки до виходу на зовнішні ринки. Підтримка програми передбачає, зокрема, участь у торгових місіях та великих міжнародних виставках, які дають змогу налагоджувати контакти з потенційними партнерами та іноземними покупцями та просувати українські товари та послуги за кордоном [3].

Окрім того, Кабінет Міністрів України розробив ряд заходів, які допоможуть бізнесу перейти від продажу сировини до її переробки. Одним із найважливіших кроків є створення матеріальних стимулів. Для цього запроваджено програму грантів на переробку, яка дозволяє підприємствам отримати підтримку від держави у розмірі до 8 млн грн. Якщо компанія працює в регіоні, де немає бойових дій, підприємець інвестує 50% вартості проекту з власних коштів, решта 50% інвестує держава. У де окупованих регіонах програма пропонує інші тарифи. Тобто 80% інвестицій клієнта і 20% інвестицій власника бізнесу. Основи таких заходів регламентуються положеннями Постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку надання грантів на створення або розвиток переробних підприємств» від 28.07.2023 № 780 [4].

З початку повномасштабної російсько-української війни дієвим інструментом підтримки бізнесу є програма «Доступні кредити 5-7-9%», адаптована Кабінетом Міністрів України до нових реалій. Доцільно відзначити, що 15 вересня 2023 року Кабінет Міністрів України суттєво вдосконалив механізм державної підтримки бізнесу за програмою «Доступні кредити 5-7-9%». Такі зміни сприятимуть розвитку вітчизняного виробництва шляхом збільшення підтримки переробних та енергоефективних проектів по всій Україні, посилення діяльності на деокупованих територіях та запровадження механізмів

державної підтримки в рамках факторингових договорів. Основою запропонованих змін є відновлення та розвиток економіки України. У програмі перш за все сконцентровано увагу на підтримці бізнесу, який працює на деокупованих територіях, які найбільше постраждали від початку війни та потребують найбільшої уваги з боку держави. По-друге, сектори та галузі з найбільшим економічним впливом і високою доданою вартістю повинні перетворитися на рушійну силу економічного зростання. Таким чином, з допомогою програми державне фінансування відкрите для всіх переробних підприємств і компаній, які працюють у сфері енергоефективності.

Зміни, прийняті Кабінетом Міністрів України, передбачають: 1) покриття відсотків за програмою становить до 1% за перші два роки, 5% для інвестиційних цілей з наступних років і 3% для фінансування оборотного капіталу; 2) підвищення періоду кредитування для інвестиційних цілей терміном до 10 років; 3) збільшення ліміту програми до 150 млн грн (для компаній, які постраждали від знищення та працюють на деокупованих територіях).

Для компаній з найбільшою доданою вартістю (переробні підприємства) та напрямків енергомодернізації програмою передбачається: 1) компенсування відсотків до 5-7-9% в залежності від програми; 2) збільшення періоду кредитування для інвестиційних цілей терміном до 10 років; 3) збільшення ліміту програми до 150 млн грн. При цьому в усіх інших випадках для фінансування оборотних коштів встановлено ставку 13% річних, тому ставка для інвестиційних цілей залишається на рівні 5-7-9% [5].

17 жовтня 2023 року Європейський парламент підтримав пропозицію про створення Українського Фонду (Ukraine Facility) обсягом 50 млрд євро для підтримки України в період 2024–2027 років. Рішення тепер має пройти тристороннє обговорення між Європейським парламентом, Радою Європейського Союзу та Європейською комісією, перш ніж буде передано на розгляд парламентам країн-членів ЄС. Зазначається, що програма Ukraine Facility покликана закласти основу для швидкого відновлення та розвитку української економіки. Невід’ємною частиною цієї програми буде План України, для підготовки якого створено міжвідомчу робочу групу, який включатиме програму пріоритетних реформ і важливі кроки для забезпечення економічного розвитку, реконструкції та модернізації, а також вступу України до ЄС. Попередньо слід відзначити, що Європейський парламент підтримав план Європейської комісії створити Ukraine

Facility вартістю 50 млрд євро. Очікується, що робота над самим планом щодо України буде завершена найближчим часом і передана на розгляд Європейській комісії. Програмою Ukraine Facility передбачається, що більшість коштів (75%) будуть залучені в державний бюджет для забезпечення макрофінансової стабільності. Другий компонент програми (16%) спрямований на створення спеціальних інвестиційних механізмів для покриття ризиків у пріоритетних секторах, які також визначені Ukraine Facility, що допоможе залучити інвестиції на суму понад 30 млрд євро [6].

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити такі висновки: по-перше, сучасна нестабільна ситуація в українській економіці потребує ефективного механізму публічного регулювання економічних процесів, що враховує мінливість ринкового середовища, щоб ефективно та швидко реагувати на зміни в економічних процесах; по-друге, державна політика України має бути спрямована на розробку та реалізацію механізмів відновлення виробництва, збереження та створення нових робочих місць, пов'язаних із відбудовою національної економіки в інфраструктурній сфері, будівництві, промисловості, зокрема машинобудуванні, науці та інших галузях та пошуку стимулів повернення працездатного населення в Україну; по-третє, необхідно повноцінно використовувати різні типи інструментів публічного регулювання, враховуючи можливість різноманітного впливу та досягнення ефекту синергії.

Підсумовуючи, варто зазначити, що ще до початку інтенсивної відбудови економіки та майбутньої відбудови країни в цілому необхідно модернізувати інструменти публічного регулювання економічного розвитку та забезпечити перегляд їх ефективності та оновлення, які будуть використані для регулятивних втручань, що допоможе зберегти економіку в стабільному стані у воєнний та повоєнний періоди.

Література:

1. Уряд планує поновити програму компенсацій аграріям за придбану техніку вітчизняного виробництва. Укрінформ. 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3763739-urad-planue-ponoviti-programu-kompensacij-agrariam-za-pridbanu-tehniku-vitciznanogo-virobnictva.html>

2. Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» виділить 36 млн грн на підтримку українського бізнесу. Дія. Бізнес. 2022. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/granti/programa-usaid-konkurentospromozna-ekonomika-ukraini-vidilit-36-mln-grn-na-pidtrimku-ukrainskogo-biznesu>

3. Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» надасть гранти на підтримку експортних альянсів на загальну суму \$ 1,5 млн. Урядовий портал. 2023. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/prohrama-usaid-konkurentospromozhna-ekonomika-ukrainy-nadast-hranty-na-pidtrymku-ekspornykh-allyansiv-na-zahalnu-sumu-15-mln>

4. Про внесення змін до Порядку надання грантів на створення або розвиток переробних підприємств: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.07.2023 № 780. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/780-2023-%D0%BF#Text>

5. Відновлення економіки на деокупованих територіях та підтримка вітчизняного виробника: Уряд удосконалив умови підтримки бізнесу за програмою «5-7-9». Міністерство економіки України. 2023. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b754837a-806c-4206-92e6-2e9adce60882&title=VidnovlenniaEkonomiki>

6. Європарламент підтримав створення програми Ukraine Facility на 50 млрд євро протягом 2024-2027 років. Урядовий портал. 2023. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/yevroparlament-pidtrymav-stvorennia-prohramy-ukraine-facility-na-50-mlrd-ievro-protiahom-2024-2027-rokiv>

Никифоров А. Є.
*професор кафедри національної економіки
та публічного управління,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-37>

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПУБЛІЧНИМИ ФІНАНСАМИ В ДОКУМЕНТАХ ЄС

Одним з перших міжнародних нормативних актів для реформування систем публічного управління у країнах-кандидатах до вступу в ЄС була публікація у 1999 році результатів розробок, проведених в межах Програми підтримки розвитку публічного управління і менеджменту за ініціативою ОЕСР і ЄС (SIGMA) із залученням широкого кола науковців, юристів і економістів. Цей документ має назву «European Principles for Public Administration» [1] і містить так звану *acquis communautaire* – квінтесенцію змісту сукупності усіх нормативних актів ЄС в галузі адміністративного права, що охоплюють більшість сфер публічного управління і орієнтовані на країни, які визнані кандидатами для вступу в ЄС.

Наступною розробкою фахівців Програми SIGMA були «Principles of Public Administration», які рекомендовані для європейських країн і опубліковані у 2014 році [2]. Автори відмічають, що реформа публічного адміністрування є фундаментом інтеграційних процесів в Європейському Союзі. У цьому документі 49 принципів згруповані у шести розділах: 1. Стратегічні засади реформування державного управління. 2. Розробка та координація політики. 3. Державна служба та управління людськими ресурсами. 4. Підзвітність. 5. Надання послуг. 6. Управління державними фінансами. Кожен з цих розділів містить як самі принципи, так і ключові вимоги їх реалізації.

Найбільш глибоко розробленим є шостий розділ присвячений управлінню державними фінансами. Головною вимогою цього розділу є формування державного бюджету відповідно до прозорих законодавчих положень і в прийнятих багаторічних рамках, що гарантує загальний баланс державного бюджету та співвідношення боргу до валового

внутрішнього продукту у визначених законодавством межах. Відповідно до принципу 1 уряд публікує середньострокові бюджетні рамки на загальнонаціональному рівні, які ґрунтуються на достовірних прогнозах і охоплюють мінімальний часовий горизонт у три роки. У межах цих бюджетних рамок функціонують усі бюджетні організації. Принцип 2: бюджет формується відповідно до національної законодавчої бази, з комплексними асигнуваннями на видатки, які відповідають середньостроковій бюджетній системі та дотримуються. Принцип 3: Міністерство фінансів або уповноважений центральний орган казначейства централізовано контролює видачу коштів з єдиного казначейського рахунку та забезпечує ліквідність грошових коштів. Необхідною щоб практика бухгалтерського обліку та звітності у державному казначействі забезпечувала прозорість та громадський контроль за державними фінансами. При цьому управління як грошовими коштами, так і борговими зобов'язаннями має здійснюватися централізовано, відповідно до положень законодавства. Принцип 4 вимагає дотримання чіткої стратегії управління державним боргом, яка забезпечує дотримання загального цільового показника боргу країни та контроль над витратами на обслуговування боргу. Принцип 5: забезпечується прозорість та контроль за бюджетом. Принцип 6 вимагає щоб в обов'язках та повноваженнях державних службовців були визначені операційні рамки управління та контролю за державними фінансами, а їх застосування бюджетними організаціями узгоджено із законодавством, що регулює управління державними фінансами та державне управління в цілому. Принцип 7: кожна публічна організація здійснює фінансовий менеджмент та контроль за фінансовими витратами. Окремо у цьому розділі викладені принципи внутрішнього фінансового аудиту у державному секторі. Ключовою вимогою і, відповідно, принципом 8 є те, що у державному секторі має здійснюватися функція внутрішнього аудиту, а його робота – відповідати міжнародним стандартам. Принцип 9 вказує, що кожна публічна організація здійснює внутрішній аудит відповідно до документів політики внутрішнього аудиту, якщо це доцільно для організації. Значну увагу серед принципів управління державними фінансами автори присвячують державним закупівлям. Зокрема вимагається, щоб державні закупівлі регулювалися законодавством і нормативними документами країни, які відображають принципи Договору про функціонування Європейського Союзу і адекватні законодавству ЄС, а також були забезпечені відповідними фінансовими

ресурсами. Так, принцип 10: рекомендує, щоб правила державних закупівель (включаючи державно-приватне партнерство та концесії) були узгоджені з *acquis communautaire*, включати додаткові сфери, які не охоплюються *acquis*, гармонізовані з відповідними нормативно-правовими актами в інших сферах та належним чином виконувалися. Принцип 11 стосується необхідності створення інституцій та надання їм відповідних компетенцій для ефективної розробки, впровадження та моніторингу політики державних закупівель. Важливою умовою ефективного здійснення державних закупівель є взаємодія державних органів з конкурентним ринком. Для цього рекомендується проведення державних закупівель на конкурсній (конкурентній) основі. Ключова вимога: у разі ймовірних порушень правил закупівель потерпілі особи мають доступ до правосуддя через незалежну, прозору, ефективну та дієву систему засобів правового захисту. Принцип 12 наголошує, що система засобів правового захисту має бути узгодженою зі стандартами незалежності, чесності та прозорості і забезпечувати швидкий і компетентний розгляд скарг і накладення санкцій. Принцип 13 вимагає, щоб операції з публічних закупівель відповідали основним принципам рівного ставлення, недискримінації, пропорційності та прозорості, забезпечуючи при цьому найбільш ефективне використання публічних коштів та найкраще використовуючи сучасні методи та методи закупівель, а принцип 14 вказує на те, що замовники та суб'єкти господарювання повинні мати відповідні можливості, практичні настанови та інструменти для забезпечення професійного управління повним циклом закупівель. Прикінцеві принципи 15 і 16 відмічають необхідність конституційно-правового забезпечення гарантій незалежності, повноважень та організації діяльності Вищого органу аудиту, а також об'єктивності та якості аудиту.

Подальшим розвитком нормативних матеріалів Програми SIGMA були «The Principles-of-Public-Administration A Framework for ENP Countries», які розроблені для країн європейської політики сусідства і опубліковані у 2016 році [3]. Вони містять 35 принципів, які аналогічно попередньому виданню, згруповані у шість розділів, але мають додаткове внутрішнє структурування. Самі ж принципи містять більш загальний характер, без чітких вимог щодо створення певних інституційних структур та відповідності європейському законодавству.

Для оцінки ступеня практичної реалізації принципів публічного управління у країнах європейської політики сусідства у травні 2018 р. були опубліковані «Methodological Framework for The Principles of

Public-Administration: ENP Countries» [4]. В методологічних правилах для кожного з 35 принципів наведені індикатори, які дають змогу зробити кількісну та якісну оцінку ступеня досягнення цілей, що визначені у принципі. Відповідно, кожний індикатор характеризується певною системою субіндикаторів, для яких наведені максимальні значення у балах. У межах від 0 до максимального значення пропонується експертним шляхом здійснити оцінку фактичної величини субіндикатора. Для проведення експертної оцінки наведені методичні рекомендації щодо особливостей оцінки кожного субіндикатора, а також рекомендована шкала оцінки в балах. Величина індикатора визначається як сума величин субіндикаторів.

У 2023 році завершується апробація нового переглянутого видання «The Principles-of-Public-Administration», яке, до речі, містить і український переклад [5]. Метою перегляду цих Принципів є надання урядам країн ЄС інструменту для постійного вдосконалення систем публічного управління та керівництва для розробки кращої політики для підвищення рівня життя, надання високоякісних послуг, орієнтованих на користувача, ефективного управління державними коштами, сприяння прозорості, підзвітності та зміцненню довіри громадян до державних установ. Ця нова версія уніфікує Принципи для регіонів розширення ЄС і сусідніх регіонів, і тепер сфера дії виходить за межі центрального уряду та включає регіональні та місцеві рівні влади з метою сприяння узгодженому політичному підходу. Структура Принципів державного управління видання 2023 року все ще відповідає шести тематичним розділам, викладеним у Стратегії розширення ЄС 2014 року. Проте, більш глибоко диференційовані розділи «Організація, підзвітність і нагляд», у тому числі, щодо напрямів та ефективності використання бюджетних коштів та «Надання послуг і цифровізація».

Література:

1. European Principles for Public Administration. A Joint Initiative of the OECD and the European Union. SIGMA, № 27, 1999. 28 p. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5kml60zwd7h-en.pdf?expires=1702134165&id=id&acname=guest&checksum=CE742CC487E98088AF93C223A6F281F8>
2. The Principles-of-Public-Administration. SIGMA. 31 p. URL: <https://www.sigmaxweb.org/publications/principles-public-administration-overview-nov2014.pdf>
3. The Principles-of-Public-Administration. A Framework for ENP Countries. SIGMA. 2016. 53 p. URL: <https://www.sigmaxweb.org/publications/principles-public-administration-framework-ENP-countries-2016.pdf>

4. Methodological Framework for The Principles of Public-Administration: ENP Countries. SIGMA, 2018. 254 p. URL: <https://www.sigmaweb.org/publications/methodological-framework-principles-public-administration-ENP-countries-2018.pdf>

5. The Principles-of-Public-Administration. SIGMA, 2023. URL: <https://www.sigmaweb.org/publications/principles-public-administration.htm>

Оганісян О. В.

магістр,

Національна академія внутрішніх справ

м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-38>

РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ В ПРОЦЕСІ ГАРМОНІЗАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА З ПРАВОВИМИ СТАНДАРТАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Найважливішим елементом інтеграційних процесів й основним регулятором сучасних суспільних взаємовідносин між суб'єктами міжнародного права є право ЄС. Інтеграційні процеси мають забезпечуватися гармонізацією правових відносин й координацією правової політики.

Гармонізація й перетворення українського законодавства відповідно законів Європейського Союзу – це не тільки ефективний інструмент зближення законів України із європейськими, а й важливий крок, що сприяє повноправному членству України в Європейському Союзі. Також гармонізація законів України і ЄС забезпечує успіх у вдосконаленні й реформуванні правового регулювання [1, с. 17].

Гармонізація законодавства є складним та об'ємним процесом, який впливає на суспільні відносини держав-членів ЄС та України. Її необхідність обумовлюється створенням єдиної правової системи в ЄС, а також забезпеченням функціонування єдиного ринку ЄС з вільного руху товарів, послуг, капіталу та людей між державами-членами ЄС.

Гармонізація законодавства з правовими стандартами Європейського Союзу забезпечує для України низку переваг щодо її вступу до нього у майбутньому. Вона позитивно впливає на економічний розвиток, адже Європейський Союз є найбільшим торговельним партнером України, співпраця з ним надає змогу виправляти ринкові організаційні помилки й сприяє можливість українського бізнесу привести діяльність до відповідності європейським нормам, конкурентоздатності на ринку Європи [2].

В Україні затверджено загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського союзу [3].

Зазначена програма визначає механізм досягнення Україною відповідності Копенгагенському і Мадридському критеріям набуття членства в ЄС. Запропоновано інструменти гармонізації законодавства та формування інституцій й заходів, що вплинуть на ефективність правотворення та правосуддя. Під час гармонізації законодавства України до норм законодавства ЄС мають бути досягненні відповідності правової системи України *acquis* ЄС, з врахуванням критеріїв ЄС.

Із започаткуванням переговорного процесу зі вступу України до ЄС виникає необхідність у розробці законопроекту про затвердження нової Національної програми адаптації законодавства України до права ЄС після проведення офіційного скринінгу стану імплементації *acquis* ЄС в національне законодавство. Зазначене також потребуватиме ефективної політичної взаємодії та вдосконалення координації діяльності органів державної влади України.

За результатами скринінгу Європейська Комісія виставлятиме *opening and closing benchmarks* по кожному з переговорних розділів (6 кластерів, поділених на 35 переговорних розділів). Рівень вимог ЄС відповідатиме стану справ з наближенням законодавства України до актів права ЄС.

Значна роль у процесі гармонізації законодавства України з правовими стандартами Європейського союзу належить центральним органам виконавчої влади. Координують та реалізують процес гармонізації законодавства наступні виконавчі органи: Верховна Рада України, Комітетом Верховної Ради України з питань європейської інтеграції, Кабінет Міністрів України, Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції, та інші державні органи, які залучені до процесу перевірки національного законодавства на відповідність актуальному праву ЄС за 35 переговорними розділами.

Роль Верховної ради України, як законодавчого органу, полягає у повноваженні приймати нові закони, або вносити зміни в існуючі, що є важливою частиною гармонізації. Також Верховна рада України забезпечує експертизу внесених законопроектів на відповідність міжнародно-правовим зобов'язанням у сфері європейської інтеграції для підготовки Комітетом ВРУ з питань європейської інтеграції експертного висновку.

Кабінет Міністрів України здійснює спрямування, координацію та контроль у сфері європейської інтеграції, зокрема з питання гармонізації законодавства України до права Європейського Союзу (*acquis* ЄС). У цьому контексті, одним з основних завдань Урядового

офісу координації європейської та євроатлантичної інтеграції є надання методологічної підтримки центральним органам виконавчої влади щодо розроблення, фінансового обґрунтування, оцінки впливу заходів, спрямованих на виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, зокрема з гармонізації законодавства до права ЄС (acquis ЄС).

Своєю чергою, прийняття нових євроінтеграційних законопроектів або внесення змін в існуючі, вимагає і гармонізацію нормативно-правових актів міністерств, центральних та місцевих органів виконавчої влади.

Гармонізація має відбуватися у різних сферах правового регулювання поступово, за визначеними етапами, у виділених пріоритетних сферах на які направлено головні нормотворчі зусилля відповідних державних органів влади, міністерств, центральних органів виконавчої влади для реалізації кожного етапу перетворень законодавства.

Виходячи з того, що 8 листопада 2023 року у своєму Повідомленні про політику розширення ЄС рекомендувала Раді розпочати переговори з Україною про вступ, а 14 грудня 2023 року Європейська Рада ухвалила рішення про початок цих перемовин, робота щодо гармонізації законодавства перебуває в активній фазі. Оскільки для вступу в ЄС необхідно буде повністю адаптувати українське законодавство до всього чинного законодавства ЄС, якщо інше не буде передбачено угодою про вступ до ЄС.

Варто мати на увазі, що обсяг acquis ЄС може змінюватися до моменту завершення переговорів про вступ до ЄС.

Інституційну складову гармонізації законодавства, яку забезпечують центральні органи виконавчої влади, та приведення нормативно-правових актів міністерств, центральних і місцевих органів виконавчої влади у відповідність до міжнародних і європейських норм сприяють планомірному процесу приведення законодавства України до правових стандартів Європейського Союзу. Процес гармонізації законодавства України до європейських правових норм відбувається у багатьох державних і недержавних сферах діяльності й потребує значних дій у формуванні відповідного інституційного, адміністративного та іншого забезпечення інтеграції України до Європейського Союзу.

Література:

1. Трихліб К. О. Гармонізація законодавства України і законодавства ЄС: наближення загальноправової термінології : монографія. Харків : Право, 2015. 224 с.
2. Загнітко О., Корчев Ю. Гармонізація законодавства України як умова членства в ЄС: прогрес і перспективи. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshе/garmonizaciya-zakonodavstva-ukrayini-yak-umova-chlenstva-v-es-progres-i-perspektivi.html>
3. Закон України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1629-15#Text>

СЕКЦІЯ 8. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Грущинська Н. М.

*професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу,
Національний авіаційний університет
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-39>

ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО РЕСУРСУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Науково-технічний прогрес і гуманізація суспільного життя стрімко підвищують економічну роль знань, моральності, інтелектуального потенціалу та інших особистих якостей працівників. Процеси розвитку в соціумі обумовлюються станом людських ресурсів. Вивчення людських ресурсів має велике значення для оцінки ринку праці та формування відповідної демографічної політики, яка впливає на процес відтворення населення та зайнятість.

Однією з передумов успішного економічного розвитку є врахування інтересів людей у всіх діях, спрямованих на підвищення ефективності економічних механізмів. Людський ресурс – основа економічного розвитку та є важливою частиною трудового потенціалу, який, в свою чергу, залежить від демографічних, професійно-кваліфікаційних, соціально-економічних факторів і складається з багатьох компонентів: здоров'я; освіта; моральність, мотивованість і уміння працювати в колективі; творчий потенціал; активність; організованість; професіоналізм; ресурси робочого часу.

Дослідження ринку праці та реалізація людського потенціалу є важливими питаннями, особливо в сучасних трансформаційних умовах соціуму, з урахуванням демографічних, соціальних проблем, впливу військового стану. Повномасштабне російське вторгнення завдало значних збитків українській економіці. Близько 30% підприємств повністю зупинилися, а 45% скоротили виробництво. Через логістичні перебої та руйнування виробничих потужностей імпорту в країну в

перший місяць після вторгнення у 2022 році впав на 65%, а експорт за цей період скоротився на 54%.

Забезпечити конкурентоспроможність національної економіки під час війни випробування для України на сучасному етапі. Якщо у 2022 році ВВП України впав на третину, зросли показники інфляції, впали реальні доходи населення, то у 2023 році Україна повернулася до зростання реального валового внутрішнього продукту, відбулось відновлення логістичних та виробничих ланцюжків. ВВП країни у другому кварталі порівняно з другим кварталом минулого року збільшився на понад 20%.

Для подолання наслідків російського вторгнення в Україні запроваджено низку спеціальних заходів: фінансові виплати працівникам, які втратили роботу внаслідок бойових дій; компенсація за пошкоджене або зруйноване майно; запровадження контролю за цінами на соціальні товари, пальне та лікарські засоби; програма евакуації підприємств із зони бойових дій на Захід України; випуск облігацій внутрішньої державної позики; скасування відповідальності за несвоєчасну оплату кредитів. Для акумулювання фінансового ресурсу введено заборону на експорт товарів.

Відновлення економіки передбачає активний людський капітал, за шість місяців 2023 року з України виїхало 8,2 млн громадян, а в'їхало – 7,97 млн. громадян. В деяких європейських країнах частка українських біженців складає близько 4% – Чехія, Польща, Молдова, Естонія. У 2022 році до шкіл за кордоном пішло 2,2 мільйони українських дітей. За даними польського уряду, близько 55% українських біженців, що стали на облік, знайшли собі офіційну роботу. Якщо у 1991 році нараховувалося 52 мільйони громадян України, то за останніми прогнозами Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України до 2030 року в Україні може залишитися не більше 35 мільйонів громадян. Щодо природного приросту в Україні, то у 2023–2024 роках очікується провал народжуваності. Вже сьогодні, співвідношення працюючих громадян до споживачів соціального пенсійного фонду складає коефіцієнт 1,2. Тобто платники ЄСВ складають сьогодні 12 мільйонів, пенсіонери – 11 мільйонів. Сьогодні українські підприємства через мобілізацію відправили від 12 до 30% своїх працівників (в залежності від виду діяльності). І повернення своїх працівників можливо з впровадженням ефективних програм підготовки робочого місця до повернення ветеранів.

Навантаження для економіки, які зберуться в найближчій перспективі, в першу чергу, це підтримка для біженців, знижене економічне зростання, збільшення інфляції, зростання цін на енергоносії та продукти харчування, що найбільше вдарять по малозабезпечених верствах населення. Питання працевлаштування стає все більш нагальним, потребує впровадження системи підвищення кваліфікації, перекваліфікації, з урахуванням особливостей економічного світу.

За різними даними, найзатребуванішими професіями станом на 2022 рік були: IT-фахівці, програмісти, інженери-механіки, лікарі, освітяни (з урахуванням потреб сучасного часу), менеджери проєктів. Професії майбутнього (IT-генетик, персональний бренд-менеджер, спеціаліст по побудові індивідуальної траєкторії розвитку та інші, пов'язані не просто з отриманими професійними знаннями та навичками (hard skills), а важливими елементами реалізації особистості в сучасному світі – soft skills (м'які навички)), які прогнозувались на 2022 та подальші роки, та стануть в нагоді і в подальшому. Наслідки війни не лише матеріальні, а, в першу чергу, психологічні. Тому робота психологів, психотерапевтів, психоаналітиків буде в пріоритеті. Поліцейський – професія в післявійськовий період гарант від злочинців, мародерства в країні. Медичні працівники на перших місцях, безумовно. Ринок послуг, найбільшими секторами якого в Україні в довоєнний період були: торгівля й ремонт автомобілів, транспорт та зв'язок, фінанси і кредит, туристичний сектор, побутові послуги, послуги швидкого харчування, ремонтно-будівельні послуги та сектор послуг, пов'язаний з розважальними і видовищними заходами, в післявоєнний період збереже визначені напрямлення. Нагальними питаннями в найближчій перспективі: діяльність аграрних підприємств, бізнес яких прив'язаний до конкретної території, а відкласти роботи на невизначений термін або перенести не можливо. Крім того, в даному секторі частково наявний дефіцит робочої сили, пального, добрив, проблем логістичного характеру.

Література:

1. Економіка України під час війни. URL: https://bank.gov.ua/admin/uploads/article/Poharska_pr_01-02.06.2023.pdf?v=4
2. Національний інститут стратегічних досліджень. Огляд інструментів підтримки фінансової стійкості в умовах воєнного стану в Україні (лютий 2023). URL: <https://niss.gov.ua/en/node/4862>

Коробка Р. В.

*кандидат економічних наук,
докторант відокремленого підрозділу
«Боярська лісова дослідна станція»,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-40>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИДОБУТКУ ВУГЛЕВОДНЕВОЇ СИРОВИНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ МАСШТАБІ: ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

В останні десятиліття уряди передових країн світу активізували міжнародну співпрацю в напрямі зменшення залежності світової економіки від вуглеводневої сировини і переведення національних господарств на модель низьковуглецевого розвитку. Даний геополітичний тренд справив вагомий вплив на діяльність транснаціональних компаній (ТНК), котрі спеціалізуються на видобутку викопного палива, і відповідно вплинув на їх інвестиційну поведінку у сфері нафтогазовидобутку.

Зміна пріоритетів у інвестуванні нафтогазовидобутку у секторі ТНК призвела до підвищення рівня мінливості та більш різких коливань на ринку вуглеводневої сировини, а в деяких випадках і до стискання даного сегменту ринку мінерально-сировинних ресурсів, що каталізувало у глобальному масштабі інвестиційні процеси, пов'язані з виробництвом енергії з відновних джерел і фактично завершило гегемонію країн, котрі володіли найбільшими запасами вуглеводнів.

Виходячи з того, що вуглеводнева сировина, зокрема нафта та природний газ, тривалий період були основною сировиною для виробництва різноманітних видів енергоносіїв, у сферу нафтогазовидобутку спрямовувалися великі обсяги інвестицій, що зробило «вуглеводневі» ТНК основними акторами глобального енергетичного ринку, а в деяких країнах такі ТНК стали основним структуроутворюючим ядром національних господарств.

Світова спільнота також дійшла висновку, що існує пряма залежність між масштабами інвестування проєктів видобутку нафти та природного газу і ступенем негативного впливу виробничо-господарської діяльності на кліматичні процеси. З огляду на це можна констатувати взаємозв'язок між пріоритетами інвестування видобутку нафти і природного газу та домінантами фінансово-інвестиційного забезпечення проєктів, які забезпечують перехід національних господарств на модель низьковуглецевого розвитку. Тривалий період, як стверджує І. Гайдучкий, у сфері інвестування сталого низьковуглецевого розвитку мала місце рецесія, що була зумовлена низьким рівнем інвестиційної насиченості та серйозними проблемами в інвестиційних режимах, а також структурними перекосами [1, с. 89–90].

Але в останнє десятиліття чітко став простежуватися тренд нарощення обсягів виробництва енергії з відновних джерел (ключової передумови низьковуглецевого розвитку) завдяки використанню національними урядами комплексу преференцій для стимулювання реалізації проєктів розвитку відновної енергетики. Навіть «вуглеводневі» ТНК почали фінансувати проєкти низьковуглецевого розвитку, диверсифікувавши таким чином сукупний інвестиційний портфель та зменшивши ризики зниження рівня капіталізації компанії.

В глобальній економіці посилились деякі тенденції та причини, які можуть вплинути на нафтогазові компанії та зниження інвестицій у видобуток, зокрема BP, Shell і Chevron, котрі зменшили інвестиції у видобуток нафти та природного газу в 2022 році. В першу чергу, це перехід на відновлювані джерела енергії, коли багато енергетичних компаній, у тому числі BP і Shell, оголосили про плани переходу на більш чисті та відновлювані джерела енергії. Це передбачає скорочення інвестицій у традиційні проєкти використання викопного палива та збільшення уваги до технологій відновлюваної енергії, таких як сонячна енергія, вітер та біопаливо. Цей перехід часто обумовлений екологічними проблемами, корпоративною відповідальністю та мінливою динамікою ринку.

Певний вплив на обсяги інвестиційного забезпечення нафтогазовидобутку в названих ТНК справила також динаміка ринку вуглеводневої сировини. Нафтогазові компанії чутливі до коливань цін на нафту та газ. Якщо ціни низькі або нестабільні, компанії можуть зменшити інвестиції, щоб зберегти капітал і підтримати фінансову стабільність. Це особливо важливо під час надлишку пропозиції, економічного спаду або геополітичної невизначеності. Зміни в

державній політиці країн-основних глобальних гравців та правилах міжнародної торгівлі можуть вплинути на економіку нафтогазових проєктів. Посилення екологічних норм, встановлення цін на викиди вуглецю та інші політичні заходи можуть вплинути на інвестиційні рішення, зробивши деякі проєкти використання викопного палива менш привабливими.

Основний детермінуючий вплив на динаміку фінансово-інвестиційного забезпечення нафтогазовидобутку в глобальному масштабі здійснює зростання популярності альтернативних джерел енергії, таких як біодизель, біоетанол і перехід транспортного сектора на електроенергію. Біодизель і біоетанол є біопаливом, отриманим з відновлюваних джерел, таких як рослинна олія або цукрова тростина. У рамках переходу на відновлювані джерела енергії компанії інвестують у біопаливо, щоб зменшити вуглецевий слід транспортного сектору.

Великою мірою на динаміку інвестування нафтогазовидобутку в секторі найбільших ТНК впливають Уряди та наднаціональні регулюючі органи, котрі впроваджують політику заохочення використання відновлюваної енергії та зменшення залежності від традиційних викопних видів палива. Стимули для виробництва біопалива та електромобілів і впровадження екологічних практик відіграють важливу роль у формуванні інвестиційних рішень енергетичних компаній. Багато країн і компаній поставили амбітні цілі щодо скорочення викидів вуглецю.

Інвестиції у відновлювані джерела енергії та екологічно орієнтований транспорт узгоджуються з цими цілями та допомагають компаніям дотримуватися нормативних вимог стосовно викидів сполук вуглецю та працювати в одному фарватері з очікуваннями суспільства. Крім того, відбувається зміна уподобань споживачів в бік більш чистих і екологічно чистих продуктів, включаючи технології транспортування. Компанії коригують свої стратегії, щоб задовольнити ці мінливі вимоги та забезпечити свої позиції на ринках, що розвиваються [2].

Виходячи з викладеного вище, можна стверджувати, що у динаміці інвестування нафтогазовидобутку у секторі найпотужніших ТНК, котрі функціонують у сфері видобутку вуглеводневої сировини, в цілому спостерігається низхідний тренд. Низхідний тренд спостерігається навіть незважаючи на те, що ТНК освоюють нові родовища нафти та газу. Це пов'язано з тим, що масштаби та пропорції впровадження альтернативних джерел енергії зростають випереджальними темпами

порівняно з динамікою енергетичного сектора, зорієнтованого на видобуток вуглеводневої сировини. Фактично скорочення інвестиційних вливань у видобуток нафти та газу є маркером поступового переходу розвиненого сегменту глобальної економіки на рейки низьковуглецевого розвитку, що відповідає ключовим резолюціям міжнародних природоохоронних конвенцій, зокрема Нової кліматичної угоди.

Паралельно зі скороченням обсягів інвестиційного забезпечення розбудови індустрії видобутку вуглеводневої сировини відбувається диверсифікація інвестиційного портфеля ТНК за рахунок нарощення вливань капітальних інвестицій в альтернативні джерела енергії, що фактично визначає базовий тренд низьковуглецевого розвитку в глобальному масштабі. Таким чином ТНК, котрі в основному спеціалізуються на видобутку вуглеводневої сировини, інвестуючи в альтернативну енергетику на глобальному рівні позитивно впливають на вирішення еколого-економічних проблем, пов'язаних з вичерпанням окремих видів природної сировини і забрудненням навколишнього природного середовища.

Література:

1. Гайдучкий І. П. Інвестування низьковуглецевої економіки: теорія, методологія, практика: монографія. Київ : ТОВ «Інформаційні системи», 2014. 374 с.

2. Top ten upcoming fields in the Gulf of Mexico. *Offshore Technology*. June 6, 2023. URL: <https://www.offshore-technology.com/data-insights/top-ten-upcoming-fields-in-the-gulf-of-mexico/?cf-view>

Лапчук Б. Ю.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного економічного аналізу і фінансів,
Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-41>

ДИНАМІКА НЕОФІЦІЙНОЇ ДОЛАРИЗАЦІЇ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Українській економіці завжди був притаманний високий рівень неофіційної доларизації. Серед його причин – часті валютно-фінансові та політичні кризи, інфляція та знецінення національної валюти, недовіра до економічної політики уряду, високий рівень тінізації економіки тощо. Після початку широкомасштабного вторгнення російських окупаційних військ на територію України війна стала ще одним з факторів впливу на рівень доларизації.

Для оцінки динаміки рівня неофіційної доларизації в Україні в умовах війни розрахуємо два найбільш популярних показники – рівень доларизації за депозитами та за грошовим агрегатом М3 («широкі гроші»), використовуючи офіційні статистичні дані Національного банку України. Однак слід мати на увазі, що отримані показники дадуть лише орієнтовне уявлення про рівень доларизації, оскільки враховують лише офіційні дані і не враховують обсяги іноземної валюти на руках в населення, які у статистичних даних не фігурують. Для порівняння також подамо динаміку курсу гривні та інфляції. Отримані результати представимо у вигляді графіка (рис. 1).

Як видно з рисунка, доларизація за депозитами в Україні, яка до початку повномасштабного вторгнення становила 34,83%, після невеликого спаду, пов'язаного з відтоком депозитів з банківської системи, зросла до максимального рівня 38,99% у липні 2022 року, з того часу повільно зменшується. Станом на листопад 2023 року вона становила 32,26%, що є нижчим показником, ніж до початку вторгнення.

Слід зауважити, що відкритій економіці завжди притаманний природний рівень доларизації. Так, для Польщі, Чехії та Угорщини природний рівень депозитної доларизації оцінюють у 10–20%, для

Україні показник є трохи вищим – за різними оцінками він складає 15–20% та 18–22%, цільовий показник мирного часу у середньостроковій перспективі – 20–30% [2]. Якщо тенденції не зміняться, рівень доларизації в Україні за деякий час може досягнути цільового інтервалу.

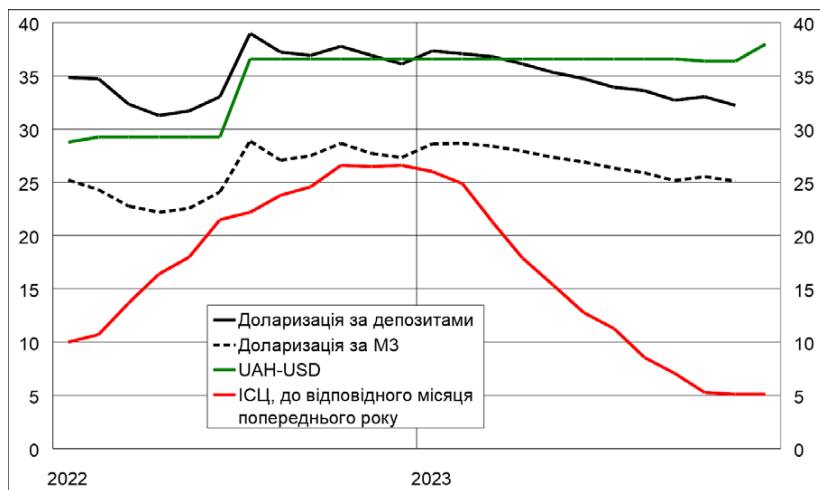


Рис. 1. Неофіційна доларизація (%), курс долара США (грн.) та інфляція (%) в Україні

Джерело: побудовано автором за статистичними даними НБУ [1]

Доларизація за грошовим агрегатом М3 («широкі гроші») має подібну динаміку – 25,24% до вторгнення, максимальне значення 28,87% у липні 2022 року, 25,08% у листопаді 2023 року. Незважаючи на воєнні дії, рівень доларизації за М3 у 2022–2023 роках не перевищує порогового значення у 30%, вище якого за методикою Міжнародного валютного фонду економіка вважається високодоларизованою.

Така динаміка доларизації стала можливою внаслідок тривалого зниження інфляції у 2023 році, успішної фіксації валютного курсу, значних надходжень міжнародної допомоги, стабілізації очікувань економічних суб'єктів, а також адаптації бізнесу до умов війни. Однак очевидно, що після закінчення війни доларизація все ще залишатиметься серед важливих проблем української економіки.

Література:

1. Офіційні статистичні дані Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>
2. Khvedchuk K., Sinichenko V., Topf B. Estimating a Natural Level of Financial Dollarization in Ukraine. *Visnyk of the National Bank of Ukraine*. 2019. No. 247. P. 38–44. DOI: <https://doi.org/10.26531/vnbu2019.247.03>

Матрунчик Д. М.

кандидат технічних наук,

докторант кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Луцький національний технічний університет

м. Луцьк, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-42>

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ТНК ЯК БАЗОВА ПЕРЕДУМОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ КОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ

В останні роки транснаціональні компанії (ТНК) на порядок збільшили асигнування в дослідження і розробки, які безпосередньо пов'язані з технологічною інфраструктурою, виробництвом мікросхем, технологіями штучного інтелекту та іншими інформаційно-комунікаційними технологіями. Однією з основних детермінант нарощення обсягів фінансового забезпечення інноваційної діяльності на провідних ТНК світу виступає цифрова трансформація управління матеріальними та фінансовими потоками. Прискорене впровадження технологій такої трансформації дає можливість знижувати рівень трансакційних витрат і отримувати конкурентну перевагу на тому чи іншому сегменті ринку інформаційно-телекомунікаційних технологій.

Практика фінансування інновацій ТНК в останні десятиліття продемонструвала наявність певних лекал, котрі визначають стратегію вибору джерел фінансово-інвестиційного забезпечення розбудови інноваційної інфраструктури, пріоритети фінансування відповідної фази життєвого циклу інноваційного продукту, а також методи стимулювання діяльності інженерно-технічних кадрів, які здійснюють дослідження та розробки.

Визначаючи характерні риси процесу фінансування інновацій в секторі ТНК, О.Смагло стверджує, що для кожної стадії інноваційного продукту може бути характерне окреме джерело фінансування. Початковим стадіям запровадження інновацій притаманне використання власних коштів ТНК, державних грантів, венчурного капіталу. Стадія росту потребує більш широкого залучення із зовнішніх джерел, таких як банківські позики, використання фінансових

інструментів фондового ринку. Ще одним чинником зростання ролі ТНК у створенні інновацій є те, що постійне зростання доходів великих корпорацій та зниження вартості менш потужних компаній, що сформувалося внаслідок криз, сприяють активним процесам їх поглинання [2].

Тобто стадія життєвого циклу інноваційного продукту детермінує вибір джерел фінансування інноваційної діяльності. Незважаючи на високий рівень концентрації інвестиційного потенціалу в секторі ТНК, на стадії росту вони виходять на ринок позикового капіталу, а також залучають різноманітні інструменти фондового ринку для забезпечення повноцінного фінансування капіталомістких інноваційних проєктів. Це підтверджує закономірності останніх років, що ТНК поряд з власними коштами активно використовує залучені та позикові кошти для фінансування розбудови інноваційної інфраструктури досліджень та розробок, а також апробації дослідних зразків передової техніки та технології.

Досвід фінансування інноваційної діяльності в секторі ТНК в останні роки продемонстрував зміну пріоритетів та форм, а також географії фінансово-інвестиційного забезпечення продукування інновацій. І. Ломачинська та Л. Аджадж констатують, що традиційно ТНК займалися НДДКР в основному в країнах базування. Але практика показує, що все частіше великі ТНК поглинають дрібні інноваційні компанії в різних країнах та регіонах. На сучасному етапі місце країни в системі світового господарства багато в чому визначається розвиненістю її наукової сфери. В результаті ТНК беруть на себе основну роль інвесторів інноваційних проєктів серед бізнес-суб'єктів. Намагаючись вдосконалити свої конкурентні стратегії, компанії застосовують інновації як основу конкурентоспроможності. З часом, інноваційна конкуренція виходить на якісно нові рівні, обумовлюючи суперництво між різними сферами діяльності, галузями, формами бізнесу, а в масштабах світу – між країнами [1]. Поглинання ТНК інноваційних компаній в окремих регіонах країн світу сприяє дифузії інновацій в країни, що розвиваються, а також забезпечує трансфер технологій в регіональні господарські комплекси з метою формування полюсів росту в територіальних утвореннях.

Експансія ТНК в окремі країни світу дасть можливість поступово скорочувати розрив в темпах інноваційного розвитку високорозвинених країн і країн, котрі донедавна відносилися до групи країн, що розвиваються. Особливо корисною є експансія ТНК в частині

фінансування інновацій для так званих депресивних регіонів, які тривалий період потребують модернізації ключових ланок господарського комплексу, а також посилення впливу інноваційного чинника на темпи соціально-економічного піднесення.

Приклад південнокорейських ТНК має бути взятий на озброєння в Україні, оскільки Південна Корея з індустріально відсталого аграрної країни за три десятиліття перетворилася в найпотужнішого азіяського тигра якраз завдяки наданню пріоритету розбудові інноваційної інфраструктури та стимулюванню досліджень і розробок. Також прискорене впровадження інновацій дало можливість Сеулу у стислі терміни подолати наслідки корейської війни початку 50-х років, що є дуже актуальним для України з огляду на необхідність подолання наслідків вторгнення російських агресорів.

Більше того, Україна має сприятливі стартові умови для інноваційного ривка з огляду на розгалужену мережу науково-дослідних установ та потужний кадровий потенціал академічної, вузівської та галузевої науки. Враховуючи те, що науково-технічний потенціал країни зосереджений в декількох регіонах, в Україні в разі імплементації південнокорейського досвіду сформується сприятливі передумови для створення полюсів інноваційної трансформації регіональних господарських комплексів.

Сприятливою передумовою приходу в Україну ТНК, котрі спеціалізуються на інформаційно-комунікаційних технологіях, є те, що у попереднє десятиріччя відбувся прискорений розвиток ІТ-індустрії в Україні, оскільки наша країна має потужний резерв кадрів у сфері ІТ-технологій і тому вона стає дедалі привабливішим місцем для технологічних компаній, які прагнуть залучити кваліфікованих спеціалістів за конкурентоспроможною ціною. Зростанню ІТ-індустрії в Україні сприяє кілька чинників. Зокрема, вартість робочої сили в Україні загалом нижча порівняно з багатьма західними країнами, що робить її привабливим місцем для компаній, які прагнуть скоротити витрати на розвиток.

Для прискорення процесів приходу ТНК, які працюють у сфері інформаційно-телекомунікаційних технологій, в регіони України необхідно, щоб український уряд та інші публічні інститути продовжували розвивати сприятливу екосистему, задовольняючи потреби в інфраструктурі та просуваючи політику, яка заохочує зростання ІТ-сектору. За умови введення додаткових потужностей за рахунок ТНК галузь може мати позитивний вплив на економіку в

цілому, створюючи робочі місця, сприяючи інноваціям і залучаючи іноземні інвестиції.

Водночас позитивне вирішення завдання залучення ТНК, які працюють у сфері інформаційно-телекомунікаційних технологій, в регіони України вимагає створення відповідного інституціонального середовища, наближеного до того, в якому функціонують названі ТНК. Таке інституціональне середовище має передбачати створення комплексу стимулів шляхом інституціоналізації податкових та кредитних пільг для суб'єктів підприємницької діяльності, котрі фінансують дослідження та розробки, пов'язані з інноваційними технологіями. Необхідно розвивати інфраструктуру фінансового ринку для того, щоб підрозділи іноземних ТНК мали можливість результативно працювати на ринку позикового капіталу та використовувати повною мірою інструменти фондового ринку для залучення позикових коштів.

Література:

1. Ломачинська І. А., Аджадж Л. І. Інноваційна діяльність ТНК та її роль у розвитку світової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 7. Частина 2. С. 74–78.
2. Смагло О. В. Інноваційно-інвестиційна діяльність транснаціональних корпорацій. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 26-1. С. 33–36.

Онопрієнко Ю. Ю.
*аспірант кафедри європейської економіки і бізнесу,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-43>

ОЦІНКА БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КРАЇНАХ ЄС ТА ВПЛИВ НА ЇХ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК

В умовах деглобалізації продовжують відбуватися фінансові кризи, і банківська діяльність може адекватно на їх реагувати та мінімізувати їх вплив на економічний розвиток країн світу. Здатність банківської системи поглинати шоки та адаптуватися до мінливих економічних умов має вирішальне значення для економічної стійкості країни. Стійка банківська система може краще протистояти економічним спадам і сприяти швидшому відновленню.

В усіх країнах світу банки здійснюють суттєвий вплив на економічний розвиток. Оцінка ефективності банківського сектора дозволяє розробляти та вдосконалювати політику центральних банків, що, в свою чергу, може визначати темпи інфляції, рівень процентних ставок та інші ключові показники економічного розвитку.

Країни ЄС демонструють високий рівень фінансової інтеграції, і призводить до тісної взаємодії банків та фінансових установ, що вимагає спільних нормативів та механізмів макроекономічного управління. Внаслідок виникаючих фінансових турбулентностей, країни ЄС усилили свої механізми регулювання та нагляду за банківським сектором. Європейські банки мають строгий моніторинг, а їх діяльність регулюється Європейським банківським союзом [1]. Кожна країна ЄС має свою національну центральну банківську систему, але в контексті єврозони є Європейська центральна банківська система. Ці центральні банки відіграють ключову роль у формуванні та виконанні монетарної політики та макроекономічного розвитку.

Варто зазначити, що зв'язок між розвитком банківської системи країни та показниками макроекономічного розвитку країн ЄС є складним і багатогранним. Ефективно функціонуюча банківська система має вирішальне значення для стабільності економіки.

Розвинена банківська система сприяє фінансовому посередництву, направляючи кошти від вкладників до інвесторів. Банки сприяють усуненню недоліків на ринках капіталу та можуть сприяти структурним перетворенням [2]. Це необхідно для фінансування продуктивної діяльності та підтримки економічному зростанню. У країнах ЄС досить потужний банківський сектор, й часто асоціюється з вищим рівнем інвестицій як у державному, так і в приватному секторах. За останніми даними 2021 р. найбільше банків припадає на Німеччину, Польща, Австрія, Італія, Франція [3]. Саме в цих країнах, прийнято вважати, найбільш міцна банківська система та ефективна банківська діяльність.

Стабільна та стійка банківська система має важливе значення для загальної фінансової стабільності. Після глобальної фінансової кризи 2008 р. країни ЄС запровадили реформи та правила для підвищення стійкості своїх банківських систем, щоб запобігти системним ризикам і кризам. Зокрема, у рамках Європейського банківського союзу, було створено єдиний механізм нагляду за банками та єдина процедура ліквідації. Це сприяє зменшенню ризиків та підвищенню ефективності банківського нагляду в усьому регіоні. Європейські банки періодично піддаються стрес-тестам, що дозволяє оцінити їхню стійкість до різних економічних сценаріїв, і допомагає виявляти можливі ризики та приймати заходи для їх зменшення.

Також слід зазначити, що банки в ЄС повинні дотримуватися високих стандартів капіталізації та ліквідності. Це сприяє тому, що банки мають достатні резерви для покриття можливих втрат та забезпечення безперебійного функціонування фінансової системи. Банки в ЄС повинні дотримуватися високих стандартів прозорості та звітності, що дозволяє відкрито визначати фінансовий стан банків та робити обґрунтовані оцінки ризиків для інвесторів та регуляторів.

Останніми роками банківський сектор в ЄС активно впроваджує технологічні інновації для покращення ефективності та безпеки фінансових послуг, забезпечуючи стійкість до сучасних технологічних викликів, зокрема, таких як кіберзагрози. Хоча банківська система в ЄС є високостабільною, важливо продовжувати й надалі адаптувати регулювання для врахування нових викликів та забезпечення стійкості в умовах розвитку світової економіки, яка швидко змінюється.

Література:

1. Banking union. URL: https://finance.ec.europa.eu/banking/banking-union_en
2. Xu J. Ren. Mapping Development Finance Institutions Worldwide: Definitions, Rationales, and Varieties. NSE Development Financing Research Report. 2019. May. 92 p.
3. Francisco Saravia. Banking in Europe: EBF Facts & Figures 2022. P. 79.

Подорожна М. Р.

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,
Харківський національний економічний університет*

імені Семена Кузнеця

м. Харків, Україна

Квашина Ю. А.

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,
Харківський національний економічний університет*

імені Семена Кузнеця

м. Харків, Україна

Отенко І. П.

доктор економічних наук,

*професор кафедри міжнародних економічних відносин,
Харківський національний економічний університет*

імені Семена Кузнеця

м. Харків, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-44>

ІННОВАЦІЙНІ АТРИБУТИ ФОРМУВАННЯ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

Сьогодні світ дедалі стає інноваційнішим, а з ним всі компанії світу стають інноваційними. Наразі інноваційність компаній заключається в тому що компанії мають слідувати певним вимогам. А саме: цифровізація, соціальна та екологічна відповідальності.

Цифрова трансформація чи цифровізація – це перебудова підприємства з метою створення цінності за рахунок постійного впровадження технологій у більших масштабах. Цифрова трансформація – це фундаментальна перебудова роботи підприємства. Метою цифрової трансформації є створення конкурентної переваги за рахунок постійного масштабного впровадження технологій. для покращення якості обслуговування клієнтів та зниження витрат. Цифрові перетворення відрізняються від звичайних перетворень бізнесу. Зазвичай бізнес-перетворення закінчуються після досягнення нової поведінки. Цифрові перетворення, з іншого боку, є

довгостроковими зусиллями щодо зміни того, як підприємство постійно вдосконалюється і змінюється, що значить довгострокову перспективу; більшість керівників будуть знаходитися в цьому шляху до кінця своєї кар'єри). Це з тим, що технології як дедалі більше інтегруються у бізнес, а й постійно розвиваються. Наприклад, враховуючи зростаючу важливість ІІІ у генеруванні бізнес-інформації та забезпеченні логіки прийняття рішень, будь-яка цифрова трансформація також має бути трансформацією ІІІ [1].

Цифрові перетворення мають набагато більшу ймовірність успіху, коли команди зосереджуються на зміні цілих областей (наприклад, шляхи клієнта, процесу чи функціональної області), а не лише на варіантах використання (окремий крок в області, наприклад, відповідь на запит клієнта). сервісний дзвінок). Зосередження уваги на предметних сферах сприяє ефективним змінам, оскільки воно охоплює всі пов'язані дії для надання комплексного рішення. Таким чином, замість того, щоб зосередитися тільки на одному етапі процесу (наприклад, створенні процесу відкриття клієнтом банківського рахунку через додаток), домен також включатиме всі інші необхідні дії (налаштування облікового запису, перевірка, автоматизація робочих процесів тощо).). відкрити рахунок. Врахування всіх цих інших дій – ось що дозволяє рішенню принести свою користь. Домен має бути досить великим, щоб бути цінним і помітним для компанії, але досить маленьким, щоб його можна було трансформувати, не надто покладаючись на інші частини бізнесу. Управління взаємозв'язком варіантів використання та рішень усередині домену є одним із ключів до успіху трансформації.

ІІІ, і особливо генеративний ІІІ, перевертає те, як компанії працюють і створюють цінність, надаючи величезні можливості, включаючи створення контенту, нові відкриття (особливо в таких галузях, як фармацевтика та хімія) та програмування [1].

Але на нові блискучі іграшки легко відволіктися. Уроки минулих технологічних інновацій, як і раніше, актуальні: цінність виникає завдяки чіткому розумінню бізнес-цілей і того, як технології можуть допомогти у їх досягненні. Важливо експериментувати і швидко вчитися, але також важливо протистояти спокусі розробляти варіанти використання нових цікавих технологій, які в кінцевому підсумку не створюють цінності для бізнесу.

Для створення цінності за допомогою генеративного штучного інтелекту потрібні такі ж сильні компетенції, необхідні для успішної

цифрової трансформації, включаючи чітку стратегію, власний кадровий резерв у галузі цифрових технологій, а також гнучку та масштабовану операційну модель. І це не просто те саме: компаніям, які хочуть включити III покоління у свої ціннісні пропозиції, доведеться постійно переглядати свої дорожні карти цифрової трансформації та переглядати пріоритетні рішення, щоб визначити, як нові версії моделей генеративного III можуть підтримати їх цілі.

Цифровізація чи цифрова трансформація є лише одним з компонентів інноваційного підприємства. Далі, другим компонентом є соціальна відповідальність.

Соціальна відповідальність у бізнесі, також відома як корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), відноситься до людей та організацій, які ведуть бізнес етично та з увагою до соціальних, культурних, економічних та екологічних проблем. Прагнення соціальної відповідальності допомагає окремим особам, організаціям та урядам позитивно впливати на розвиток, бізнес та суспільство [4].

Соціальна відповідальність є засобом досягнення стійкості компанії на ринку. Прийняття ключових принципів соціальної відповідальності, таких як підзвітність та прозорість, може допомогти забезпечити довгострокову життєздатність та успіх будь-якої компанії чи системи.

Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) наголошує, що здатність бізнесу підтримувати баланс між досягненням економічних показників та дотриманням соціальних та екологічних проблем є вирішальним фактором ефективної та результативної роботи [4].

Ключові способи реалізації соціальної відповідальності компанії включають філантропію, сприяння волонтерству, етичну трудову практику та зміну навколишнього середовища.

Наприклад, компанії, які керують впливом на довкілля, можуть спробувати скоротити викиди вуглекислого газу та обмежити кількість відходів. Існує також соціальна відповідальність за дотримання етичних норм для працівників, що може означати пропозицію справедливої заробітної плати, що виникає, коли діють обмежені закони про захист працівників.

У 2010 році Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) опублікувала міжнародний стандарт ISO 26000, покликаний допомогти організаціям оцінити та виконати свою соціальну відповідальність [3].

Компанії можуть досягти стійкості, приділяючи пильну увагу своєму впливу на суспільство та довкілля. Прозора та етична поведінка

забезпечує підхід, який допомагає захистити довгостроковий успіх суспільства та навколишнього середовища.

Одним з принципів соціальної відповідальності – це потрібний результат, також відомий як «люди, планета та прибуток». Це віра в те, що досягнення прибутку не потребує завдання шкоди планеті або експлуатації людей. Організації можуть отримувати прибуток, одночасно піклуючись про планету та людей.

Крім основних тем, ISO 26000 також визначає сім ключових принципів соціально відповідальної поведінки: підзвітність; прозорість; етична поведінка; повага до інтересів зацікавлених сторін; повага до верховенства закону; повага до міжнародних норм поведінки; повага до прав людини [3].

Останнім компонентом інноваційного розвитку компанії є екологічна відповідальність, тобто турбота про навколишнє середовище. Екологічна відповідальність – це обов'язок захищати та покращувати навколишнє довкілля. Екологічно відповідальна особа, промисловість, громада чи уряд оцінюють свою екологічну стійкість і застосовують ці знання для прийняття рішень [2].

Екологічна відповідальність – це етичне зобов'язання компаній захищати природні ресурси, уникати забруднення та зменшувати інші форми екологічної шкоди. Корпоративна екологічна відповідальність вимагає від підприємств розробки комплексної стратегії, що включає різні ініціативи в галузі сталого розвитку. Ці ініціативи включають зниження енергоспоживання, участь в екологічних програмах, сприяння переробці відходів та використання екологічно чистих виробничих процесів. Екологічна відповідальність може набувати різних форм: від скорочення споживання енергії та виробництва відходів до сприяння сталому транспорту та підтримки екологічно відповідального бізнесу.

Практичні стратегії просування сталого розвитку та екологічної відповідальності: скорочення енергоспоживання, одним із найбільш ефективних способів підвищення стійкості та екологічної відповідальності є зниження енергоспоживання; сприяння стійкому транспорту, транспорт є основним джерелом викидів парникових газів, і просування стійкого транспорту може допомогти знизити вплив на навколишнє середовище; скорочення виробництва відходів, ще однією ключовою стратегією сприяння сталому розвитку та екологічній відповідальності є скорочення виробництва відходів [2].

Підтримка екологічно відповідального бізнесу також може сприяти підвищенню стійкості та екологічної відповідальності. Цього можна

досягти, обираючи продукти та послуги компаній, які віддають пріоритет сталому розвитку, а також підтримуючи підприємства, які використовують екологічно чисті методи та матеріали.

Література:

1. Digital transformation. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation>
2. Environmental Responsibility. URL: <https://sustainability-success.com/environmental-responsibility-examples/>
3. Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/standard/42546.html>
4. Social Responsibility in Business. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp>

Харун О. А.

*доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна*

Грицина Л. А.

*доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-45>

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ УКРАЇНИ

Україна має досить потужну транспортну систему, що спроможна виконувати значний обсяг міжнародних перевезень. Проте воєнні дії в країні впродовж останніх років кардинально змінили сферу міжнародних транспортних перевезень.

На ринку міжнародних вантажних перевезень України у 2022–2023 роках панувала невизначеність. З одного боку, війна негативно позначилася на економіці країни та призвела до зменшення обсягів вантажних перевезень. З іншого – Україна є важливою транзитною державою, через територію якої пролягають ключові логістичні маршрути, що з'єднують Європу й Азію. Це створює можливості для розвитку міжнародних вантажних перевезень в Україні, та водночас вимагає від учасників ринку гнучкості й адаптації до змінних умов [1].

Блокування авіаперевезень та морської торгівлі, за винятком «Зернової ініціативи», призвело до кардинальної зміни структури вітчизняного імпорту/експорту та лідерства сухопутних коридорів.

Понад 30 млн тонн імпортованих товарів за минулий рік було доставлено в Україну загалом, з них майже 11 млн тонн (35%) – вантажівками. Обсяг імпорту найбільш стрімко збільшувався з березня до травня.

У цей час галузі вдалось повернутись до обсягу міжнародних автомобільних вантажних перевезень, який Україна мала до повномасштабного вторгнення росії. Від травня до останнього дня року обсяг імпортованих товарів, які були ввезені в країну автотранспортом

постійно і поступово збільшувався. На другому місці за обсягом завезеного в країну імпорту залізниця (9,89 млн тонн або 33%), а на третьому морський транспорт (7,16 млн тонн або 24%) [2].

Незважаючи на блокування портів України із сторони росії, у 2022 р. морський транспорт надалі залишався лідером щодо експорту товарів, зокрема ним було вивезено близько 53,86 млн т вантажів (54%), передусім у рамках дії «зернової угоди» (рис. 4). На другому місці за обсягами експорту знаходився залізничний транспорт (ним експортовано більше 33,73 млн т вантажів або 33,8%), а на третьому місці був автомобільний транспорт 12% (ним експортовано близько 12 млн т). Сумарні обсяги експорту товарів з України у 2022 р. становили 99,75 млн т товарів. Це значною мірою утримало економіку України від подальшого падіння [3].

Загалом у 2022 році Україна експортувала майже 99,8 млн тонн товарів та імпортувала – понад 30,34 млн тонн товарів. Вартість експорту склала майже 44,2 млрд дол., а імпорту – більш як 54,5 млрд дол. [2].

Глобальні трансформації у світовій торгівлі, спричинені війною в Україні, також вплинули на конфігурацію наявних ланцюгів постачання. Протягом 2022 року український експорт повністю переорієнтувався на ЄС.

Згідно даних, 2022 році ЄС був найбільшим торговим партнером України; його експортна частка суттєво зросла – із 40,4% на початок 2022 року до 68,8% у листопаді 2022 року. Практично третина всього експорту до ЄС припадає на країни-сусіди: експорт до Польщі склав 6,2 млрд дол., або 15,2%, до Румунії – 3,5 млрд дол., або 8,6%, до Угорщини – 2,1 млрд дол. і 5,2% [4].

Підписання Україною угоди про транспортне безвізове співробітництво з Європейським Союзом у 2022 році відкрило нові перспективи для двосторонніх міжнародних автоперевезень, звільнивши українських перевізників від необхідності отримувати дозволи на рейси в країні ЄС. Однією із явних конкурентних переваг українських водіїв стала відсутність необхідності дотримуватися Пакету мобільності, який встановлював правила для поліпшення умов роботи водіїв і був запроваджений на ринку транспортних послуг Європейського Союзу. Після відмови західних перевізників їздити в Україну через війну, усі товарообіги між Україною і ЄС на сьогодні обслуговують українські компанії. Це надає значні можливості для розвитку транспортної галузі в країні.

Проте є й негативні тенденції, які впливають на зростання транспортних послуг і, як наслідок, зниження конкурентоспроможності транспортних компаній [1].

Враховуючи наявну ситуацію, урядом передбачено низку законодавчо-нормативних новацій та організаційних заходів, які спрямовані на покращення транспортних перевезень. Серед них низка заходів, які визначають умови та впливають на розвиток транспортних перевезень сьогодні, зокрема:

- диверсифікацію транспортних маршрутів вантажо- та пасажироперевезень всіма видами транспорту;

- ліберизацію умов ведення бізнесу, що дозволяє формувати нові можливості для входу на ринок нових клієнтів та налагодження новітніх схем співпраці суб'єктів ринку з вироблення каналів постачання і продажу продукції;

- послаблення правил видачі дозволів на міжнародні автомобільні перевезення шляхом відміни двосторонніх і транзитних транспортних дозволів на міжнародні вантажні перевезення, зокрема з Болгарії, Угорщини, Словенії, Італії, Данії, Латвії, Естонії, Литви, Грузії та Туреччини;

- запровадження механізму бездозвільного проїзду всім гуманітарним вантажам з Молдови, Румунії, Словенії, Австрії, Чехії, Польщі, Німеччини, Нідерландів та Литви;

- відшкодування страхування для фрахтувальників, операторів та/або власників морських суден та суден внутрішнього плавання у разі перебування таких суден в акваторії українських портів у Дунайському регіоні, що дозволить уникнути проблеми зростання вартості страхування перевезень;

- запровадження спільного менеджменту українських та європейських партнерів для вироблення зручних логістичних рішень та вирішення технічно-організаційних проблем (узгодження митних правил, використання різних колій та поповнення рухомого складу) [5].

Ключовими факторами нормалізації транспортних перевезень у 2022 році стали: укладання з ООН та Туреччиною «Зернової ініціативи», яка дозволила розблокувати порти Великої Одеси; підписання Угоди про лібералізацію вантажних автомобільних перевезень з ЄС; розвиток прикордонної інфраструктури, зокрема збільшення пропускнуєї спроможності існуючих автомобільних та

залізничних пунктів пропуску, а також відкриття нових; нарощування вантажоперевалки у портах Дунайського портового кластеру [2].

Отже, Україна має досить потужну транспортну систему, що спроможна виконувати значний обсяг міжнародних перевезень. Проте у 2022–2023 роках спостерігалось зменшення ефективності її діяльності, що відображається, зокрема у зменшенні обсягів міжнародних перевезень вантажів та пасажирів. Також незадовільний стан транспортного комплексу України ускладнює створення передумов для поліпшення національних та міждержавних відносин, надання якісних транспортних послуг суб'єктам господарювання та населенню, розвитку експортного потенціалу галузі транспортувати та покращувати імідж України як транзитної країни.

Інтеграція України до міжнародних транспортних систем дає змогу підвищити економічний, технічний, інвестиційний та експлуатаційний стан транспортної галузі. А це прямиий напрямок до співробітництва з іншими державами та входження до міжнародної спільноти транспортно-дорожнього комплексу.

Література:

1. Міжнародні вантажні перевезення України: тенденції ринку. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/ekonomika/20230803-mizhnarodni-vantazhni-perevezennya-ukrayiny-tendencziyi-rynku/> (дата звернення: 10.10.2023).

2. Торгівля 2022 року за видами транспортних перевезень URL: https://export.gov.ua/news/4413torgivlia_2022_roku_za_vidami_transportnikh_per_evezen (дата звернення: 11.10.2023).

3. Косар Н., Кузьо Н. Вплив війни на ринок автомобільних вантажних перевезень України та його подальший розвиток. *Вісник Львівського університету*. 2023. Випуск 65. С. 14–23.

4. Розвиток логістично-транспортної інфраструктури прикордонних областей Західного регіону України. Порівняльна системна оцінка: науково-аналітична доповідь / наук. ред. Х. М. Притула; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2023. 87 с.

5. Економіка регіонів України в умовах війни: ризики та напрямки забезпечення стійкості: науково-аналітичне видання / наук. ред. Сторонянська І. З. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2022. 70 с. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20220033.pdf> (дата звернення: 11.10.2023).

Шишка І. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Класичний приватний університет
м. Запоріжжя, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-46>

ОСНОВНІ ТАКТИЧНІ ЦІЛІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

Одним з основоположних завдань, виконання якого забезпечить довгостроковий розвиток системи охорони здоров'я, є підвищення ефективності функціонування її інститутів. Серед найбільш впливових інститутів, у даному випадку, вважаємо МОЗ, НСЗУ, Центр громадського здоров'я, Українську медичну агенцію (створення якої презентовано МОЗ), а також державні і місцеві органи виконавської влади.

Повністю поділяємо переконання експертів Центру досліджень економічної політики (СЕРР) [1], яке полягає у необхідності надання автономії НСЗУ, що забезпечить гнучкість і свободу дій Служби для визначення специфікацій медичних послуг, механізмів оплати, а також використання вибіркового підходу до укладання контрактів.

Зазначена автономія повинна передбачати невтручання МОЗ і Мінфіну в технічні та операційні питання, які належать до компетенції Служби. При цьому обов'язковою умовою є посилення нагляду та підзвітності НСЗУ.

Створення Української медичної агенції, до функцій якої буде віднесено реєстрацію і контроль за ринком ліків, медвиробів, косметики та дієтичних добавок, забезпечить однакові прозорі процедури як для національних, так і для іноземних виробників фармсектору. Серед найбільш позитивних очікувань, презентованих МОЗ, слід зазначити перспективу самоокупності Агенції за рахунок надходження платежів учасників фармацевтичного ринку у формі збору за проведення державної реєстрації лікарського засобу, послуг з експертизи матеріалів реєстраційного досьє, послуг з наукового консультування, послуг щодо користування електронним кабінетом тощо [2].

Прийнятий Верховною Радою України у 2022 Закон «Про систему громадського здоров'я» [3], на думку фахівців Українського центру

охорони здоров'я [4], значно обмежив повноваження «Центру громадського здоров'я», звівши їх до інформаційно-аналітичних, методичних і науково-дослідних, що є за своєю суттю відомою від ідеї децентралізації управління системою громадського здоров'я. Така ситуація є небажаною і потребує внесення до Закону відповідних змін, що забезпечать посилення інституційної спроможності Центру та усунення зайвої політизації процесів прийняття управлінських рішень у сфері громадського здоров'я.

Таким чином, автономія НСЗУ, посилення децентралізації у сфері громадського здоров'я, створення Української медичної агенції та нормативно-правове врегулювання прав і обов'язків власників медичних закладів дозволить оптимізувати апарат МОЗ і позбавить його від виконання невластивих функцій.

Наступною умовою ефективного функціонування і подальшого розвитку сфери охорони здоров'я є створення оптимальної мережі медичних закладів. Перші кроки у цьому напрямку були здійсненні у вигляді прийняття у 2022 році Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення надання медичної допомоги» і Постанови Кабінету Міністрів України «Деякі питання організації спроможної мережі закладів охорони здоров'я» [5; 6]. Однак, зазначені у цих документах норми обслуговування є, на нашу думку, занадто низькими, що суперечить загальносвітовій тенденції до укрупнення медичних закладів. Від кількості лікарень, що утворюють мережу, залежатимуть обсяги фінансового і ресурсного (будівлі, обладнання, персонал, ліки і медичні товари) забезпечення, тому вважаємо обґрунтоване визначення потужності мережевих лікарень кожного типу дуже важливим.

Ще одна тактична ціль, що є складовою стратегії реструктуризації, передбачає забезпечення розвитку системи громадського здоров'я, до основних завдань якої належить ефективна і своєчасна ідентифікація ризиків для здоров'я населення, їх попередження і відповідне реагування на загрози з метою мінімізації негативних наслідків. У кожній з двох редакцій «Стратегії розвитку системи охорони здоров'я до 2030 року» [7; 8] цьому питанню було приділено достатньо уваги. Проте, вважаємо за доцільне зосередити зусилля на трьох основних завданнях у цьому напрямку: контролі і профілактиці виникнення хвороб, попередженні виникнення і подоланні наслідків надзвичайних ситуацій та формуванні і підтримці ціннісного ставлення населення до власного здоров'я. Виконання кожного із зазначених завдань

потребуватиме складання переліку заходів під час розроблення оперативних планів реалізації Стратегії розвитку.

Так, забезпечення виконання основних функцій громадського здоров'я шляхом створення мережі центрів контролю і профілактики хвороб потребуватиме формування відповідної нормативно-правової і ресурсної бази для функціонування центрів, посилення спроможності лабораторної мережі, планування і реалізації відповідних наукових досліджень, розроблення комплексних профілактичних і скринінгових програм, створення безпечного для здоров'я середовища життєдіяльності людини, забезпечення доступу екологічно чистих продуктів харчування та іншого.

Створення умов для забезпечення попередження виникнення та подолання наслідків надзвичайних ситуацій передбачає запровадження відповідного інформаційного механізму раннього оповіщення про надзвичайні ситуації, ефективне функціонування ключових елементів системи з готовності та реагування на надзвичайні ситуації, розроблення системи оперативного фінансування заходів з подолання їх наслідків, комплексне оцінювання ризиків, безперервного навчання працівників відповідних служб, налагодження якісної кризової комунікації з громадянами, застосування інформаційно-аналітичних інструментів з прогнозування та моделювання розвитку надзвичайних ситуацій тощо.

Для створення умов формування та підтримки ціннісного ставлення громадян до власного здоров'я необхідно розробляти та запроваджувати програми з підвищення обізнаності населення у питаннях збереження здоров'я, сприяти створенню спільнот взаємодії громадян з метою обміну інформацією і надання взаємодопомоги, проводити систематичні аналітичні дослідження поведінки населення з метою її подальшого корегування, використовувати різного роду стимули до здорового способу життя та інше.

Література:

1. Відбудова України: принципи та політика. Паризький звіт 1 / За ред. Ю. Городніченка, І. Сологуб, Б. Ведер ді Мауро. Paris: CEPR PRESS, 2022. 508 с. URL: https://cepr.org/system/files/2022-12/reconstruction%20book_Ukrainian_0.pdf (дата звернення: 04.01.2024).

2. Українська медична агенція – МОЗ презентувало концепцію та шлях до створення незалежного регуляторного органу у фармацевтичній галузі.

06.12.2023. URL: https://www.dls.gov.ua/for_subject/українська-медична-агенція-моз-през/ (дата звернення: 04.01.2024).

3. Про систему громадського здоров'я: Закон України від 06.09.2022 № 2573-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-IX#Text> (дата звернення: 14.11.2023).

4. Ковтонюк П., Корчак Т. Кризь війну: що відбулося з охороною здоров'я у 2022 році. 3 квітня 2023. URL: <https://life.pravda.com.ua/health/2023/04/3/253632/> (дата звернення: 14.11.2023).

5. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення надання медичної допомоги: Закон України від 01.07.2022 № 2347-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2347-20#top> (дата звернення: 14.11.2023).

6. Деякі питання організації спроможної мережі закладів охорони здоров'я: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2023 № 174. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2023-п#Text> (дата звернення: 14.11.2023).

7. Стратегія розвитку системи охорони здоров'я до 2030 року. 2023. 21 с. URL: <https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/Громадське%20обговорення/2023/розпорядження/Стратегія%202030.pdf> (дата звернення: 04.12.2023).

8. Стратегія розвитку системи охорони здоров'я до 2030 року. 68 с. URL: <https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/Стратегія/UKR%20Health%20Strategy%20Feb%202024.2022.pdf> (дата звернення: 06.12.2023).

НОТАТКИ

НОТАТКИ

Наукове видання

Фінансово-економічний потенціал країни і регіонів: механізми функціонування в сучасних умовах

**ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

2 лютого 2024 року

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори статей. Думки, положення і висновки, висловлені авторами, не обов'язково відображають позицію редакції.

Матеріали друкуються за авторською редакцією.

Адреса редакції:

Французький бульвар 24/26, к. 38А, м. Одеса, Україна, 65082.
Кафедра світового господарства і міжнародних економічних відносин,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова.

Підписано до друку 28.02.2024. Формат 60×84/16.

Папір офсетний. Гарнітура Times. Цифровий друк.

Ум.-друк. арк. 11,39. Тираж 100. Замовлення № 0224-013.

Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано: ТОВ "Liha-Pres"

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6423 від 04.10.2018 р.

Україна, м. Львів, 79012, вул. Кастелівка, 9

Польща, м. Торунь, 87-100, вул. Лубіцка, 44