

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

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ
**ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ
НА СВІТОВОМУ, ДЕРЖАВНОМУ
ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ**

19-20 квітня 2024 р.



Львів-Торунь
Liha-Pres
2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Горник Володимир Гнатович – директор Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, доктор наук з державного управління, професор.

Stratan Alexandr – Habilitated Doctor, University Professor, Rector, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Дульський Іон Філіпович – доцент Державного університету Молдови.

Євменшкіна Олена Леонідівна – професор кафедри публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, доктор наук з державного управління, професор.

Безус Павло Іванович – завідувач кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент.

Путінцев Анатолій Васильович – завідувач кафедри фінансів та обліку Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент.

Петровська Ірина Олегівна – завідувач кафедри публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник.

Cociug Victoria – PhD, Associate Professor, Vice-rector, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Staver Liliana – Scientific Researcher, Head of Scientific Department, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Ефективне управління економікою на світовому, державному та регіональному рівнях : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 19-20 квітня 2024 р.). – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2024. – 208 с.

ISBN 978-966-397-367-8

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на міжнародну науково-практичну конференцію «Ефективне управління економікою на світовому, державному та регіональному рівнях», яка відбулася на базі Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського 19-20 квітня 2024 р.

УДК 338.24(062.552)

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІКА

Абушов Т. А.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ..... 7

Боцула О. І., Головіна О. Л.

МАРКЕТИНГ У ЛІСОВОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ..... 10

Войтович Н. Т.

СТИМУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ УКРАЇНИ:
ПРІОРИТЕТИ В УМОВАХ ВІЙНИ 13

Дрейчук М. А.

СТРАТЕГІЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ
В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ
ТА НАЯВНОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЙНИХ РИЗИКІВ 18

Зубова В. В., Бухарін Н. М.

ВПЛИВ РІВНЯ ДОХОДІВ НА ВИБІР ПАРТНЕРА
В КОНТЕКСТІ ОНЛАЙН-ЗНАЙОМСТВ 22

Камишиникова Е. В., Деордиця О. О.

РОЛЬ ІТ-СЕКТОРУ У ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДРОДЖЕННІ
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ..... 26

Кліщ М. Ю.

КОМПОНЕНТИ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ
СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛЕРІВ 29

Кобзар О. М.

ПРОСТОРОВИЙ АСПЕКТ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ
ПЛАТЕЖІВ ЗА ЕКОСИСТЕМНІ ПОСЛУГИ..... 32

Kuznietsov Vladyslav

METHODOLOGY OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY ANALYSIS OF THE ENTERPRISES 35

Лазаренко В. І.

УПРАВЛІННЯ БІХЕВІОРИЗМОМ ЕКОНОМІКИ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ..... 40

Левіт О. О.

ПЕРСПЕКТИВИ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ
В ІНЖИНІРИНГОВИХ КОМПАНІЯХ..... 43

Остіан З. З.

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ГЕОПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ
НА МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ
ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ..... 48

Петрухнов О. В.

ДИНАМІКА ДЕЯКИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНДЕКСІВ
НА ЕНЕРГЕТИЧНОМУ РИНКУ..... 51

| | |
|--|-----|
| Стройко Т. В., Констатинів В. А. ЕКОЛОГІЧНІ СТАРТАПИ В УКРАЇНІ – ЧИ ПОТРІБНІ ВОНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ? | 54 |
| Чалюк Ю. О. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ RUPT, SHIVA І ТАСІ СВІТІВ | 58 |
| Черняк М. Л. АНАЛІЗ УЯВЛЕНЬ ПРО ПРИРОДУ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ..... | 62 |
| Чиж Л. П. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА | 67 |
| Янковський В. А. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ: СУТЬ ТА РІВНІ РЕАЛІЗАЦІЇ..... | 70 |
| НАПРЯМ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ | |
| Теребух А. А., Дацко А. М. ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ГАСТРОТУРИЗМУ ЛЬВІВЩИНИ..... | 75 |
| Фостолович В. А., Рубан М. Д. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ | 79 |
| НАПРЯМ 4. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ | |
| Бразілій Н. М., Пастернак Я. П. ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ОБЛІКУ У ВИКОНАННІ ЗАВДАНЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..... | 85 |
| Жаган І. С. ОБЛІК ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ..... | 88 |
| Любасенко К., Варламова І. С. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ | 93 |
| Скиба Г. І., Кучеренко Т. В. ПРИНЦИПИ ТА СТАНДАРТИ СКЛАДАННЯ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН: ВИМОГИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ..... | 97 |
| Скорнякова Ю. Б., Пітіляк С. М. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОТРИМАННЯ ПРИНЦИПУ ОБАЧНОСТІ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПОЛОЖЕНЬ (СТАНДАРТІВ) БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ | 102 |

| | |
|--|-----|
| Сусіденко О. В., Собко О. О. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА: ВИЗНАЧЕННЯ ТА МОДЕЛЬ | 106 |
|--|-----|

НАПРЯМ 5. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

| | |
|--|-----|
| Діденко Л. В., Серeda Є. Г. ФІНАНСОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ | 108 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Іроденко Р. М. ФОРМУВАННЯ НОРМАТИВНО-ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОАКТИВІВ | 112 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Малій О. Г. ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО СЕКТОРУ | 116 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Прокопович-Павлюк І. В., Федюра І. М. ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ | 120 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Шемасва Л. Г. БОРГОВА СТІЙКІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ | 124 |
|--|-----|

НАПРЯМ 6. МЕНЕДЖМЕНТ

| | |
|---|-----|
| Куруджи Ю. В., Кінаш С. Г. СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОРСЬКИХ КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ | 129 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| Миронова Р. М., Вознюк Л. В. СУТНІСТЬ І ЗМІСТ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ | 133 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Овчарик С. В., Пахота Н. В. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ НА ШЛЯХУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ | 138 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Пономаренко К. М. ЛОГІСТИКА В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ | 143 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Prus Volodymyr ORGANIZATIONAL METHODS OF RISK AND UNCERTAINTY REDUCING AT THE ENTERPRISES OF AGRICULTURAL SPHERE | 149 |
|--|-----|

НАПРЯМ 7. МАРКЕТИНГ

| | |
|--|-----|
| Авраменко Р. Ф. УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ НАСІННЯ ГАРБУЗА | 152 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Богуславська А. А. АНТΙΚРИХКІСТЬ МАРКЕТИНГУ ЯК ЗАПОРУКА СТІЙКОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ | 155 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Derbenova Yana BUSINESS CHALLENGES IN A DYNAMIC GLOBAL ENVIRONMENT | 160 |
| Когут М. В. РОЛЬ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БРЕНД-АМБАСАДОРІВ В БІЗНЕСІ | 163 |
| Мастило А. Ф. ПРОБЛЕМИ У ТОВАРНІЙ ПОЛІТИЦІ СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ | 168 |
| Рожко В. І. ОБМЕЖЕНОСТЬ ІНСТРУМЕНТІВ ТРАДИЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ | 172 |
| Станкевич М. В. РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА | 176 |
| Степанець І. П. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН | 180 |
| НАПРЯМ 8. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ | |
| Литвиненко П. О., Хлебінська О. І. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВИКЛИК ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ | 184 |
| НАПРЯМ 9. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ | |
| Mozharivskiy Yaroslav INTEGRATED APPROACHES OF DEMOCRATIC INSTITUTIONS TO TERRITORIAL COMMUNITY DEVELOPMENT | 188 |
| НАПРЯМ 10. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ | |
| Ishchuk Mykhailo THE IMPACT OF CUSTOMS POLICY ON TRADE DYNAMICS IN UKRAINE'S AUTOMOBILE SECTOR | 192 |
| Шпак Н. Г. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПРИСКОРЕННЯ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТОВАРІВ | 195 |
| Шишка І. В. ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я | 199 |

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІКА

Абушов Теймур Аловсат огли
аспірант,

Хмельницький національний університет

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-1>

ТЕНДЕНЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Діяльність будь-якого підприємства спрямована на досягнення його цілей, як економічних, так і соціальних. Удосконалення різноманітних аспектів виробничого чи управлінського процесів в кінцевому рахунку дозволяють наблизити їх досягнення. Серед варіантів такої оптимізації окреме місце займає автоматизація.

У своїй роботі Кондратюк М.В. та Кузьменко О.С. [1] зазначають, що метою автоматизації є заміна ручної людської праці машинною та оптимізація всього виробничого процесу. Дане формулювання, на нашу думку, потребує уточнень, адже заміна ручної людської праці машиною є не ціллю таких змін, а способом їх досягнення. Крім того, погоджуючись в цілому із тим, що оптимізація процесу виробництва є загальною ціллю вказаного процесу, потрібно зауважити, що не лише виробничі процеси можуть бути автоматизовані. Адже сучасні технології спрямовані на усю систему бізнес-процесів підприємства.

Про це ж автори зазначають у своїй роботі, відмітивши, що можна відокремлювати:

- автоматизацію виробництва, яка передбачає впровадження технологій під час створення товарів. Її завдання полягає у скороченні витрат виробництва;
- автоматизація бізнес-процесів, яка застосовується в проектуванні, управлінні маркетингом та продажами, роботі з клієнтами та інших сферах [1].

Тобто, за даним підходом, діяльність підприємства розподілена на дві великі групи процесів – виробничі й управлінські. Адже,

технології впроваджуються у процеси виробництва товарів, а не «під час їх створення», що має відповідно інше лексичне значення. До того ж, привертає увагу той факт, що автори під терміном бізнес-процеси розуміють лише ті з них, що пов'язані із управлінням.

З врахуванням усього вищезазначеного, на нашу думку, метою автоматизації є оптимізація господарської діяльності підприємства завдяки впровадженню та використанню сучасних технологій в усі його бізнес-процеси.

У роботі Кушніренко О.М. автоматизація належить до сучасних напрямів вдосконалення механізмів управління бізнес-процесами підприємства. На думку автора, вказані напрями охоплюють [2]:

- концепцію безупинного удосконалення, яка полягає у послідовному перепроєктуванні бізнес-процесів на підприємстві;
- автоматизації бізнес-процесів, до якої відносяться інструменти автоматизації робототехнічних процесів та платформи додатків із низьким кодом;
- реінжиніринг бізнес-процесів, під яким розуміють радикальну перебудова існуючих бізнес-процесів.

Оптимізація господарської діяльності завдяки автоматизації бізнес-процесів досягається завдяки [1]:

- прискоренню виконання повторюваних операцій. При цьому автоматизовані процеси характеризуються більшою точністю, і не залежать від тривалості виконання, що пов'язано із відсутністю впливу такого фактора як втома.
- підвищенню якісних показників. Відсутність людського фактора дозволяє знизити кількість помилок, що сприяє підвищенню стабільності та якості;
- підвищення точності управління. Завдяки застосуванню інформаційних технологій, враховується більша кількість даних про процес, що сприяє більш точному його виконанню, ніж при ручній праці;
- паралельне виконання кількох завдань. Реалізація кількох завдань одночасно, підвищує продуктивність без втрати точності та якості;
- збільшення швидкості прийняття рішення у типових ситуаціях дозволяє уникнути невідповідностей на наступних стадіях процесу [1].

З огляду на перераховані переваги та стрімкий розвиток технологій, у тому числі штучного інтелекту, спостерігається

тенденція до автоматизації всього, що піддається алгоритму, та оцифруванні того, що тільки можна оцифрувати [3]. Технології блокчейн, Big Data, хмарні інструменти, штучний інтелект та інші дають змогу автоматизувати прийняття управлінських рішень. Але науковці зазначають, що в ситуаціях високої динамічності алгоритми можуть приводити до втрати якості інформації, адже процес прийняття рішень надто ускладнюється і вимагає достатньої і достовірної інформації, створеної на запит користувача.

Говорячи про ризик втрати якості інформації через автоматизацію, дослідники враховують той факт, що процес прийняття рішень не завжди раціональний і не може бути повністю чи частково відтворений в алгоритмах [3].

Отже, цифрові інструменти і новітні технології дозволяють уникнути помилок, що зумовлені людським фактором та водночас оптимізувати використання людського потенціалу, звільнивши працівників від виконання щоденних, повторюваних, рутинних завдань. Дуже важливо замінити працівників у шкідливих та небезпечних виробництвах. Однак, процес автоматизації у сучасному його розумінні, через використання цифрових технологій містить у собі певні ризики. До яких належать безпека та конфіденційність даних, кібербезпека, контроль доступу до шифрування, вартість створення інформації тощо) [3]. Окремо потрібно розглядати проблеми, що виникають із використанням штучного інтелекту, адже наслідки таких дій поки не зовсім зрозумілі.

Список використаної літератури:

1. Кондратюк М.В., Кузьменко О.С. Автоматизація бізнес-процесів і її вплив на роботу компаній. *Управління соціально-економічними системами в умовах неоіндустріалізації та глобалізації (людина, технології, економіка)*. С. 369–371. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/17877/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8E%D0%BA.pdf>
2. Кушніренко О.М. Удосконалення механізму управління бізнес-процесами в умовах посилення технологічних викликів. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 1 (24). С. 64–70.
3. Семанюк В., Мельник Н. Вплив цифрових технологій на інформаційне середовище бізнесу в умовах п'ятої промислової революції. *Вісник економіки*. 2022. № 3. С. 203–212.

Боцула Олександр Іванович

кандидат економічних наук, завідувач відділу;

Головіна Олена Лаврентіївна

кандидат економічних наук,

Інститут агроекології і природокористування

Національної академії аграрних наук України

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-2>

МАРКЕТИНГ У ЛІСОВОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Традиційно успіх маркетингу визначається задоволенням потреб споживачів і наданням конкурентної переваги для підприємства. Логічним рішенням щодо зменшення забруднення довкілля є оновлення системи виробництва з метою мінімізації відходів, негативного впливу на екосистеми, надаючи при цьому такі ж або навіть поліпшені вигоди споживачам. Нові обставини довкілля, за яких стала необхідною зміна купівельних вподобань, зумовили виникнення екологічного маркетингу як спроби вирішення довкілних проблем, пов'язаних з традиційним маркетингом. На формування цього прогресивного напрямку в маркетингу мали вплив ряд факторів (див. рис. 1).

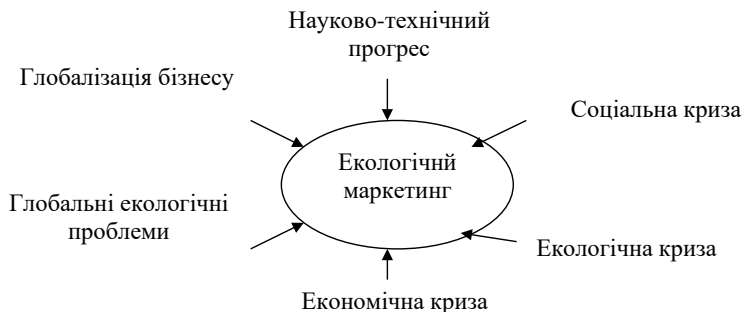


Рис. 1. Фактори, що сприяли виникненню екологічного маркетингу

Джерело: розроблено на основі [1, с. 144]

Сприйняття довкільних проблем при переході від традиційного до екологічного маркетингу різними цільовими групами в ряді західних країн зазнало значної трансформації. Власне маркетинг почали розглядати як інструмент для зміни купівельних вподобань покупців у напрямі до «сталого споживання». «Стале споживання» – термін, який підкреслює прямий зв'язок між сталим розвитком і товарно-ринковими рішеннями, які лежать в основі процесу маркетингового менеджменту [4, с. 10].

Проведений аналіз понять і визначень екологічного маркетингу в інтерпретації зарубіжних і вітчизняних науковців показав, що до цього часу залишаються невирішеними питання щодо його однозначного трактування і загальноприйнятої дефініції як наукового напрямку. Традиції маркетингу, і екологічного маркетингу у вітчизняній економіці значно менші у порівнянні з дослідженими зарубіжними, а дискусії щодо подальшого поділу та інтерпретації цього поняття на сучасному етапі формування екологічного маркетингу в Україні на разі ще не набули такої актуальності, як закордоном. Відтак, вважаємо найбільш доцільним використання терміну «екологічний маркетинг», яким його подають представники української школи.

Екологічно орієнтована діяльність підприємства бере витoki з загального екологічного менеджменту, тобто загальної і повної корпоративної екологічної відповідальності і зобов'язань підприємства. Шість рушійних сил, що мають найбільший вплив на імплементацію стратегії довкільного менеджменту на рівні організації, мають тісний зв'язок з шістьма визначальними факторами довкільного маркетингу. Зокрема, нормативний тиск є реакцією на переважаючі регулювання (існуючі або потенційні); конкурентні переваги бізнесу – прямим наслідком соціально і екологічно відповідальної поведінки; групи тиску активістів, як і фінансові зобов'язання – можливим приводом до появи негативної репутації; можливості бізнесу та тиск з боку акціонерів перетворюється на вимогу щодо розвитку додаткових можливостей бізнесу; без лідерства не існує перспективи.

Розвиток екологічного маркетингу потребує людських, фінансових, інформаційних та інших ресурсів. У зв'язку з цим

необхідно розглянути фінансово-економічні, зовнішньоекономічні, інвестиційні, інноваційні та маркетингові аспекти розвитку лісового сектору і зокрема лісових та деревообробних підприємств, а також вплив їх діяльності на довкілля. Це допоможе виявити стартові позиції підприємств та перспективи застосування екологічних маркетингових технологій [2, с. 235].

У лісовому секторі необхідно здійснити багато змін щодо приведення лісопромислового виробництва до міжнародних стандартів, мінімізації екологічних збитків, організації лісозаготівлі, нормативно-правової бази, правил торгівлі.

Необхідне залучення фахівців-маркетологів до процесу підготовки розроблення документу «Лісова політика України», у рамках якого необхідна реалізація ряду заходів: дослідження конкурентоздатності лісового сектору України; вивчення можливості створення лісових компаній на національному чи регіональному рівнях; аналізу та підготовки прогнозу вітчизняного ринку лісоматеріалів, а також стану та перспектив розвитку ринку недеревної продукції. Вважаємо, що останні повинні бути проведені за допомогою ґрунтовних маркетингових досліджень з урахування як економічних, так і екологічних та соціальних функцій лісових екосистем.

Список використаної літератури:

1. Польовська В.Т. Дослідження формування концепції екологічного маркетингу як складової стратегії забезпечення сталого розвитку підприємства. *Схід-Захід – проблеми сталого розвитку* : матеріали другого туру Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Львів 24-25 листопада 2011 р. Львів, 2011. С. 144–146.
2. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України / за ред. Б. М. Данилишина. Київ : НАН України, 1999. 715 с.

Войтович Назар Теодорович

аспірант,

Державна установа «Інститут регіональних досліджень

імені М. І. Долишнього

Національної академії наук України»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-3>

СТИМУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ УКРАЇНИ: ПРІОРИТЕТИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Молодь належить до вразливих категорій населення. Це обумовлено тим, що вона проходить складний шлях від формування свого потенціалу до його реалізації через освітньо-професійну адаптацію. Досвід розвинутих держав показує, що влада велику увагу приділяє зайнятості молоді. Якщо молодь не підтримувати належним чином, то виникають ризики неефективного використання її потенціалу впродовж усього життя. Відомою є концепція NEET (Not in Education, Employment or Training). Вона розкриває проблему формування покоління, яке не навчається, не розвивається і не є зайнятим. Для держави, її економічного і соціального розвитку це серйозний виклик. Тому стимулювання зайнятості молоді є питанням національної безпеки, завданням збереження й розвитку людського потенціалу.

Проблема зайнятості молоді є особливо актуальною для України. Ще до 2022 року поглиблювались проблеми освітніх систем та ринків праці. Повномасштабна війна ще більше їх загострила. Тому актуальним напрямком наукових досліджень є зайнятість молоді та механізми її стимулювання, щоб забезпечувати збереження і розвиток людського потенціалу України.

Розвиток людського потенціалу – це покращення стану здоров'я, освіти, професіоналізму, активностей населення, що підтверджується зростанням добробуту населення та економічного розвитку. В умовах війни складно говорити про розвиток людського потенціалу. Тому в пріоритеті стоїть його збереження.

Стимулювання зайнятості молоді – комплексне завдання, яке має реалізуватись на стику соціальної, економічної та молодіжної політики. Молодіжна політика передбачає діяльність уповноважених органів державної влади з метою створення сприятливого середовища розвитку потенціалу молоді, її інтеграції в громадянське суспільство, а за потреби – цільову підтримку вразливої молоді [1, с. 175].

Стимулювання зайнятості молоді – базове завдання у системі механізмів збереження людського потенціалу, оскільки дозволяє: знижувати міграційні втрати населення; залучати молодь як найбільш активний, креативний прошарок населення, з високим підприємницьким потенціалом, яка здатна швидко навчатись, розвиватись, продукувати інновації і т. д.; протидіяти формуванню покоління NEET з подальших відображенням на девіаціях.

В Україні регламентовано низку *механізмів стимулювання зайнятості молоді*, хоча на практиці ефективність їхнього застосування не була достатньою в період до 2022 року. Такими механізмами визначено:

– право на додаткові гарантії у сприянні працевлаштуванню. Закон України «Про зайнятість населення» визначає таке право для молоді, яке завершила здобувати освіту та звільнена з військової служби у термін до 6 місяців [2]. Сприяння працевлаштуванню включає підходи:

– надання першого робочого місця. Закон України «Про основні засади молодіжної політики» визначає таке право молоді на термін від 2-х років після завершення здобуття середньої, професійної, фахової передвищої чи вищої освіти, а також після професійної підготовки чи перепідготовки, після звільнення з військової служби [3]. Останнє положення стає особливо актуальним в умовах війни і буде стосуватись демобілізованих осіб віком до 35 років, які законодавством України визначені як молодь. Питання в тому, чи зможе держава виконувати ці обов'язки, якщо й до 2022 року цей функціонал був формалізований;

– сприяння стажуванню в потенційних роботодавців. Закон України «Про зайнятість населення» визначає цей підхід при забезпеченні молоді першим робочим місцем [2];

- впровадження прогресивних підходів дуальної освіти, що дозволяють поєднувати її здобуття з практичною діяльністю;

- реалізація спеціальних загальнодержавних і регіональних програм для молоді, що включають комплекс заходів її підтримки у працевлаштуванні, соціальній інтеграції (особливо забезпечення житлом), відкриття та розвитку бізнесу. В Україні залишається діючою Державна програма «Молодь України» на 2021–2025 роки [4];

- надання різних преференцій роботодавцям за працевлаштування молоді. До 2014 року роботодавці отримували дотації. Далі їх скасували. Залишаються діючими компенсації за працевлаштування молоді, якщо це офіційно зареєстровані безробітні особи до 25 років з стажем до 12 місяцем, особи до 35 років чи звільнені з військової служби на першому робочому місці. Роботодавці можуть отримувати компенсацію в розмірі 50 % від мінімальної заробітної плати впродовж 1 року;

- діяльність спеціальних інститутів з працевлаштування молоді – на базі органів влади (наприклад, молодіжних центрів праці [5]);

- створення Українського молодіжного фонду для бюджетного фінансування проєктів молоді. Фонд створено в 2023 році. Однією з його цілей є «підвищення економічної самостійності молоді» [6].

В умовах війни ресурсне забезпечення реалізації політики в сфері стимулювання зайнятості молоді обмежується. Проте виклики війни вимагають впровадження наступних заходів, спрямованих на підтримку молоді:

- моніторинг потреб молоді щодо працевлаштування, міграційних намірів, схильностей до підприємницької діяльності;

- підтримка громадських об'єднань молоді, створення молодіжних громадських рад, урядів, обрання молодіжних мерів для максимального залучення молоді в державно-управлінські процеси;

- системна координація органів влади (державної, регіональної), місцевого самоврядування щодо реалізації міжнародних програм, орієнтованих на молодіжні ініціативи, зокрема «молодих підприємців». В Україні реалізується низка міжнародних програм, інформація про які висвітлюється на різних онлайн-платформах. Зокрема, в «Дія» опублікована інформація про міжнародний грант USAID, що передбачає фінансування проєктів молодих підприємців

у сфері легкої промисловості [7]. Інформація опублікована 6 березня, а дедлайн подачі заявок – 29 березня 2024 року, що очевидно, обмежувало учасників у часі. Це приклад доводить необхідність, щоб інформація про гранти для молоді була систематизована на одній онлайн-платформі, розміщувала інформацію завчасу, щоб можна було якісно підготувати заявки та яка б популяризувала успішні кейси;

- організація діяльності Українського молодіжного фонду з первинним бюджетним фінансуванням молодіжних проєктів, які передбачають створення робочих місць;

- різнобічна підтримка молоді, яка вже займається бізнесом;

- сприяння працевлаштуванню молоді-учасників бойових дій віком до 35 років незалежно від страхового стажу. Наразі компенсації виплачуються роботодавцям за працевлаштування звільнених з військової служби лише на перше робоче місце;

- реалізація програм реєміграції молоді з-за кордону. Цільова підтримка і преференції реємігрантів в Україні при продовженні війни є складним питанням, що може посилити соціальну напругу з населенням, яке не виїжджало. Разом з тим, підтримка молоді покаже сильну позицію держави, яка орієнтована на довгострокову перспективу та не викличе суспільного осуду;

- підтримка молодіжних центрів у територіальних громадах, зокрема з проведенням заходів, орієнтованих на поширення інформації про різні грантові програми бізнесу і працевлаштування;

- забезпечення обліку підприємствами чисельності та частки молоді у штаті для того, щоб на рівні галузей, регіонів і держави розуміти ситуацію щодо вікової структури кадрів та перспектив подальшого квотування працевлаштування молоді у більш сприятливих умовах. Під час війни зобов'язувати бізнес виконувати квоти щодо працевлаштування молоді викликає труднощі, адже бізнес і так перебуває в складних обставинах. З цією метою восени 2022 року були внесені відповідні зміни до законодавства України [8]. Однак необхідно розуміти ситуацію щодо працевлаштування молоді й надалі ефективізувати кадрову політику за даним напрямком. «Омолодження» колективів є запорукою розвитку бізнесу та ознакою його соціальної відповідальності.

Визначений перелік заходів є необхідним для збереження людського потенціалу України, основою якого є молодь. Виняткової актуальності набувають заходи щодо працевлаштування молоді як демобілізованих, з обмеженими можливостями в умовах війни, що буде предметом подальших досліджень автора.

Список використаної літератури:

1. Біль М.М. та ін. Міграційна мобільність молоді: можливості та виклики розвитку людського потенціалу Карпатського регіону України. НАН України. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2022. 252 с.
2. Про зайнятість населення : Закон України № 5067-VI від 05.07.2012 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>
3. Про основні засади молодіжної політики : Закон України № 1414-IX від 27.04.2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>
4. Про затвердження Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021–2025 роки та внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України : Постанова Кабінету Міністрів України № 579 від 02.06.2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/579-2021-%D0%BF#Text>
5. Про затвердження Типового положення про молодіжний центр праці : Постанова Кабінету Міністрів України № 40 від 24.01.2001 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-2001-%D0%BF#Text>
6. Деякі питання Українського молодіжного фонду : Постанова Кабінету Міністрів України № 182 від 28.02.2023 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/182-2023-%D0%BF#Text>
7. Грант для організацій підтримки молодих підприємців у сфері легкої промисловості (06.03.2024). Гранти: Дія. Бізнес. URL: <https://business.diiia.gov.ua/cases/granti/grant-dla-organizacij-pidtrimki-molodih-pidpriemciv-u-sferi-legkoi-promislovosti>
8. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування служби зайнятості, соціального страхування на випадок безробіття, сприяння продуктивній зайнятості населення, у тому числі молоді, та впровадження нових активних програм на ринку праці : Закон України № 2622-IX від 21.09.2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2622-20#Text>

Дрейчук Михайло Анатолійович
*аспірант кафедри менеджменту персоналу та адміністрування,
Національний університет «Львівська політехніка»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-4>

СТРАТЕГІЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТА НАЯВНОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЙНИХ РИЗИКІВ

У сучасному бізнес-середовищі, що характеризується економічною нестабільністю та наявністю інтелектуалізаційних ризиків, виникають серйозні виклики щодо управління персоналом. На фоні економічних труднощів та змін у робочих процесах, збереження високого рівня мотивації персоналу стає складним завданням для керівників організацій. Економічна нестабільність, така як фінансові кризи, зміни в ринкових умовах та інші економічні труднощі, можуть негативно впливати на ефективність працівників. Крім того, висхідна інтелектуалізація робочих процесів ставить під загрозу робочі місця та вимагає від персоналу постійного навчання та адаптації. Метою даної тези є розгляд стратегій мотивації персоналу в умовах вищезгаданих ризиків, а також дослідження нових стратегій, які враховують інтелектуалізаційні та економічні аспекти.

Економічна нестабільність може викликати збитки для організації. Ці ризики можуть призвести до скорочення бюджету на управління персоналом. Інтелектуалізація робочих процесів може вимагати від персоналу навчання новим технологіям та розвитку нових навичок. Це створює напругу серед працівників організації.

Стратегії мотивації в умовах економічної нестабільності потребують ретельної адаптації до змін, що відбуваються в економічному середовищі. Нові умови вимагають перегляду програм мотивації, зокрема, системи винагород, бонусних програм, та соціальних пільг. Інтелектуалізація робочого середовища та процесів призводить до підвищення ризиків зниження мотивації персоналу, оскільки працівники можуть відчувати сумніви щодо власних навичок та конкурентоспроможності на ринку праці. Водночас інтелектуалізація

відкриває нові можливості для самовдосконалення та розвитку кар'єри в нових напрямках, що може стимулювати працівників до навчання та розвитку нових навичок [1, с. 43–44].

Адаптація наявних стратегій мотивації до умов економічної нестабільності передбачає ретельний аналіз ефективності й придатності звичних методів стимулювання персоналу. Основні стратегії мотивації, такі як системи фінансових винагород, можливості професійного розвитку та кар'єрного зростання, можуть втратити свою ефективність у періоди економічних труднощів. Тому необхідно провести детальний аналіз, спрямований на визначення, як саме зміни в економіці впливають на внутрішні механізми мотивації в організації.

Під час аналізу важливо враховувати можливість зменшення бюджету організації. Тому важливо розглянути можливості застосування альтернативних методів мотивації, таких як створення стимулювального та ресурсощадного робочого середовища, розвиток внутрішніх мотиваційних факторів та сприяння самовдосконаленню. Особливу увагу слід звернути на оптимізацію використання наявних ресурсів та взаємодію з персоналом для спільного пошуку оптимальних рішень. Постійний моніторинг економічних змін та оновлення стратегій мотивації з урахуванням цих змін є одним з ключових засобів забезпечення успішності процесу впровадження нових стратегій мотивації [3, с. 45–48].

Інноваційні підходи до мотивації персоналу в частині запобігання впливу інтелектуалізаційних ризиків на персонал організації є ще одним ключовим чинником успішності управління організацією. Стимулювання самовдосконалення, постійного навчання та розвитку нових навичок є дієвим інноваційним підходом до мотивації персоналу. Даний підхід включає програми онлайн-навчання, тренінги та менторство з метою підвищення компетенцій у необхідних напрямках. Розвиток інноваційної культури сприяє виявленню та реалізації новаторських ідей серед персоналу та сприяє зменшенню впливу інтелектуалізаційних ризиків. Впровадження гнучких форм робочого часу та можливості дистанційної роботи позитивно впливає на збереження мотивації персоналу. Формування комунікаційних платформ для обміну знаннями та ідеями між

працівниками є ще одним позитивним фактором, що сприяє створенню середовища для розвитку та заохочення новаторських рішень [4].

Удосконалення систем винагород, які пов'язані з результатами навчання та здобування нових навичок значно прискорити процес підвищення кваліфікації наявних працівників. Такі системи винагород можуть включати не тільки фінансові аспекти, а також зосередження на процесі навчання, наприклад за допомогою використання гейміфікації, що впливає на сприйняття нової інформації та покращує її засвоєння нетиповим для класичних систем навчання шляхом [2, с. 10–16].

Розвиток гнучких та ресурсощадних систем мотивації стає важливим та обов'язковим в контексті управління персоналом в умовах нестабільностей. Гнучкість у використанні стимулів та винагород дозволяє враховувати потреби та очікування різних груп працівників. А саме застосування індивідуальних форм винагород, що відповідають досягненням та особистим цілям кожного працівника. Важливо звернути увагу працівників на системи мотивації, які сприяють самовдосконаленню та розвитку. Це передбачає доступ до навчальних ресурсів, тренінгів та курсів для підвищення компетентності та адаптації до змін. Застосування онлайн-платформ є ефективним інструментом для мотивації, де працівники можуть заробляти бали або отримувати винагороди за досягнуті цілі. Підтримка внутрішньої мотивації та особистих цілей працівників не менш важливий аспект мотивації. Ресурсощадні системи мотивації можуть спрямовуватися на створення індивідуальних планів розвитку, які враховують інтереси та потреби кожного працівника. Також важливо розглянути та проаналізувати можливість впровадження систем мотивації, що сприяють колективному успіху, підтримують командну роботу та співпрацю, сприяючи досягненню загальних цілей організації. Наприклад, використання систем бонусів або винагород за успіхи команди стимулює спільний розвиток. Розвиток гнучких та ресурсощадних систем мотивації дозволяє організаціям ефективно керувати персоналом в умовах нестабільності та забезпечити високу продуктивність та ефективність використання ресурсів [5].

Можна зробити висновок, що в умовах економічної нестабільності та інтелектуалізаційних ризиків стратегії мотивації персоналу потребують постійного аналізу та адаптації. Економічні труднощі вимагають перегляду наявних програм та впровадження альтернативних підходів, які акцентують на внутрішній мотивації та розвитку навичок. Інтелектуалізація робочих процесів викликає потребу в збереженні мотивації персоналу та створює можливості для самовдосконалення та кар'єрного росту. Успішне управління персоналом полягає у постійному аналізі, адаптації та впровадженні стратегій мотивації, які враховують зміни в економічному та технологічному середовищі. Розвиток гнучких та ресурсощадних систем мотивації, акцент на внутрішній мотивації та колективний успіх, а також заохочення комунікації та обміну знаннями серед працівників сприяють збереженню конкурентоспроможності організації та зростанню її продуктивності. Ці підходи потребують систематичного моніторингу та адаптації до змін, щоб ефективно управляти персоналом у складних умовах сучасного бізнесу.

Список використаної літератури:

1. Євтушевська О.В. Мотивація персоналу в умовах економічної нестабільності. «Світ наукових досліджень. Випуск 16» : матеріали Міжнародної конференції, 43. 2023.
2. Прохоровська С.А. Мотивація персоналу підприємств в умовах сучасних викликів. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 2 (02). С. 45–48.
3. Ситник Й.С. Інтелектуалізація систем менеджменту промислових підприємств. 2018.
4. Насирова С.В. Гейміфікація, як ефективний інструмент мотивації персоналу сучасної організації. *Scientific review*. 2019. № 3(56). С. 6–16.
5. Білошицька Н.Г. Управління персоналом в умовах економічної нестабільності. 2020.

Зубова Віталіна Вікторівна
старший викладач закладу вищої освіти
кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки;

Бухарін Нікіта Максимович
здобувач вищої освіти,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-5>

ВПЛИВ РІВНЯ ДОХОДІВ НА ВИБІР ПАРТНЕРА В КОНТЕКСТІ ОНЛАЙН-ЗНАЙОМСТВ

Дослідження впливу індивідуальних уподобань на вибір партнера має важливе значення в сучасному суспільстві, де взаємини між людьми стають все складнішими та різноманітними. Розуміння того, як особисті фактори, такі як привабливість, освіта та доходи, впливають на вибір партнера, є ключовими для подальшого розвитку психологічних та соціальних наук. Поглиблене вивчення цих аспектів може допомогти в розробці ефективних стратегій взаємодії та сприяти створенню більш здорових та згуртованих суспільств.

Метою дослідження авторів є встановлення впливу індивідуальних уподобань на вибір партнера, зокрема, врахування таких факторів як привабливість, рівень освіти та доходів. Доповідь виконується на основі наявного дослідження [2] з використанням доповнених даних про доходи вибірки. Експерименти спрямовані на розширення розуміння процесів, що відбуваються в контексті онлайн знайомств.

Основним фокусом оригінального дослідження [2] є вплив індивідуальних уподобань на вибір партнера. Дослідники утримуються від використання вже наявних даних, оскільки це могло б призвести до упередженої вибірки. По-перше, знайомства зазвичай відбуваються всередині вже звичного для людини соціального кола, що, своєю чергою, унеможлиблює ту саму дію за його межами. По-друге, варто взяти до уваги й низку особистих факторів, таких як страх відторгнення, сором'язливість чи відповідність суспільним стандартам. Таким чином, дослідження

проводилось на популярній онлайн платформі з використанням фіктивних профілів, зосереджених переважно на двох факторах: освіченості та привабливості. Онлайн середовище дозволяє оминати проблеми пов'язані з самооцінкою та психологічні бар'єри, а аналіз лише двох показників не залишає місця для упереджень. Згадані показники є цілком задовільними через їх стабільність.

В ході аналізу матеріалів автори дійшли висновку, що як серед чоловіків, так і серед жінок існує тенденція надавати перевагу більш привабливим профілям, незалежно від вигляду самих респондентів. Коли взяти до уваги освіту, то чоловіки є менш схильними до позитивної реакції, якщо зазначений рівень освіти жінки вищий, що є особливо помітним серед високоосвічених чоловіків. Освіта та привабливість не є ані взаємозамінними, ані взаємодоповнюючими. Жінки в цілому не схильні до певних уподобань. Однак, більш ерудовані жінки все ж таки віддають перевагу чоловікам з відповідним рівнем інтелекту.

Дане дослідження вводить нову змінну: погодинну заробітну плату. Відповідні дані були отримані від Амстердамського університету, з метою відтворення результатів оригінальної роботи. Оскільки освіта вважається показником рівня заробітної плати, очікується, що підсумки нового дослідження не відрізняться від основного.

Оригінальна робота [2] використовує вибірку на базі популярного голландського додатка для знайомств. Кожному з користувачів, враховуючи приналежність до демографічної групи, випадковим чином був призначений фіктивний профіль. Оцінка привабливості користувачів проводилася за допомогою незалежної платформи Amazon MTurk [1], тоді як дані про доходи були отримані через WageIndicator Survey та зіставленні з профілями використовуючи коди ISCO. Респондентів було поділено на низький та високий рівні достатку. Типом експерименту є рандомізоване контрольоване дослідження з регресіями методу найменших квадратів. Також, була проведена низка статистичних тестів задля забезпечення об'єктивності дослідження.

Коефіцієнти регресій наведені в таблицях 1 та 2, де t_{uni} , t_{med} , та t_{high} – це бінарні змінні, які вказують на рівень освіти та рівні

привабливості (середній, високий) відповідно. Низький рівень було виключено, щоб запобігти мультиколінеарності. Позначки Н та L відокремлюють високу та низьку заробітну платню відповідно.

Таблиця 1

**Аналіз загальних результатів коефіцієнтів регресій
за статевим розподілом**

| | Men (1) | Women (2) |
|--------|---------------------------------|--------------------------------|
| t_uni | -0.0501* [-0.0939, -0.00628] | -0.000697 [-0.0375, 0.0361] |
| t_med | 0.103*** [0.0495, 0.156] | 0.0799*** [0.0344, 0.125] |
| t_high | 0.192*** [0.139, 0.246] | 0.181*** [0.136, 0.226] |
| N | 1550 | 1117 |

* p<0.05, ** p<0.01, ***p<0.001

Розглянувши реакції чоловіків та жінок в цілому (таблиця 1), результати не відрізняються від оригіналу. Проте, поділивши респондентів обох статей за категорією доходів (таблиця 2), підсумки різняться від початкових гіпотез. Припускалося, що оскільки освіта вважається потенційним показником рівня заробітної плати, нова змінна не матиме ніякого впливу. Однак результати регресії виявили, що на високий рівень освіти негативно реагують тільки чоловіки з меншим достатком, на відміну від чоловіків з більшими доходами та жінок обох категорій. Зовнішність, при цьому, залишається важливим фактором незалежно від статі та рівня доходів.

У той час як привабливість є універсальним вподобанням, висновки щодо освіти можна пояснити традиційною моделлю стосунків [2]. Через вплив гендерних норм, чоловіки в цілому схильні віддавати перевагу менш освіченим партнеркам. Проте з точки зору рівня доходів, малозабезпечені чоловіки можуть не бажати стосунків з освіченими жінками, оскільки це може поставити під сумнів їхню традиційну роль. Більш забезпечені чоловіки, своєю чергою, можуть бути більш самоствердженими й таким чином не мати підстав для подібної реакції.

Аналіз категоризованих результатів дослідження

| | H_Men (1) | L_Men (2) | H_Women (3) | L_Women (4) |
|--------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| t_uni | -0.0374 (0.0365) | -0.0918* (0.0372) | 0.00599 (0.0313) | -0.00815 (0.0290) |
| t_med | 0.104* (0.0448) | 0.107* (0.0455) | 0.0975* (0.0390) | 0.0907** (0.0349) |
| t_high | 0.192*** (0.0448) | 0.159*** (0.0446) | 0.241*** (0.0382) | 0.166*** (0.0355) |
| N | 606 | 579 | 409 | 466 |

* p<0.05, ** p<0.01, ***p<0.001

Важливо зазначити, що ці результати основані на вибірці з Амстердаму та його околиць. Таким чином, розглядаючи інші країни або міжнародні спільноти висновки можуть відрізнятись.

Список використаної літератури:

1. Amazon MTurk (n.d.). *Amazon Mechanical Turk*. Retrieved from Amaton MTurk. URL: <https://www.mturk.com/>
2. Egebark J., Ekström M., Plug E., van Praag M. Brains or Beauty? Causal Evidence on Returns to Education and Attractiveness in the Online Dating Market. *Journal of Public Economics*. 2021. No. 196.
3. Eika L., Mogstad M., Zafar B. Educational assortative mating and household income inequality. *Journal of Political Economy*. 2019. No. 127(6). P. 2795–2835. DOI: <https://doi.org/10.1086/702018>
4. Scharlott B.W., Christ W.G. Overcoming relationship-initiation barriers: The impact of a computer-dating system on sex role, shyness, and appearance inhibitions. *Computers in Human Behavior*. 1995. No. 11(2). P. 191–204. DOI: [https://doi.org/10.1016/0747-5632\(94\)00028-G](https://doi.org/10.1016/0747-5632(94)00028-G)
5. WageIndicator. (n.d.). *WageIndicator Survey and Data*. WageIndicator. URL: <https://wageindicator.org/about/researchlab/wageindicator-survey-and-data>

Камишникова Евеліна Вікторівна
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки підприємств;

Деордиця Олексій Олександрович
аспірант кафедри економіки підприємств,
Державний вищий навчальний заклад
«Приазовський державний технічний університет»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-6>

РОЛЬ ІТ-СЕКТОРУ У ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДРОДЖЕННІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Рецепт реконструкції кожної країни різний і залежить від її економічних, геополітичних і навіть культурних особливостей у довоєнний період, а також від вибору пріоритетів у формуванні нового порядку денного економічного зростання та відновлення. Формування програми відновлення України в постконфліктний період має включати напрямок зростання ІТ галузі.

ІТ-індустрія є лідером експорту послуг в Україні, у довоєнний період вона генерувала понад 4% ВВП. В абсолютному вираженні доходи від експорту ІТ-послуг у 2021 році досягли 6,8 млрд доларів, що перетворило Україну на одного з найбільших експортерів ІТ-послуг у Європі. При збереженні тенденцій, що склалися до війни, прогнозувалося, що Україна подвоїть ці доходи за чотири роки. До початку повномасштабної війни Україна була одним із європейських лідерів за рівнем розвитку сфери відкритих даних (6 місце в рейтингу European Open Data Maturity 2021). За оцінками експертів, на ринку праці працювало близько 5000 ІТ-компаній. ІТ-галузь активно залучала інвестиції для розвитку на загальну суму в середньому 300-700 млн доларів на рік [1]. До 2021 року український ІТ сектор зростав стрімкими темпами за кількістю компаній-розробників програмного забезпечення, висококваліфікованих спеціалістів, стартапів, відомих у всьому світі.

З моменту початку повномасштабної війни ІТ-сектор продемонстрував високий рівень життєздатності, коли 85% компа-

ній повністю відновили діяльність. Відповідно до даних Національного банку України, за підсумками 2022 р. ІТ ринок приніс економіці України рекордні 7.34 млрд дол. США експортної виручки, що на 400 млн дол. США, або 5.8 % більше, ніж у 2021 р. [2].

Водночас процеси внутрішнього та зовнішнього переміщення стали складними та вплинули на стабільність галузі. Близько 20% ІТ-фахівців уже переїхали за кордон, а 43% все ще мають наміри мігрувати [3]. Найбільше постраждали компанії, які працювали виключно з українським ринком.

Незворотний потік ІТ-еміграції несе найбільші ризики для майбутнього української галузі, загрожуючи як втратою податкового резидентства в Україні для ІТ-фахівців, які виїхали за кордон, так і інтелектуальним відтоком. Такий процес може негативно вплинути на темпи розвитку ІТ-індустрії в Україні протягом наступних 2-3 років.

Водночас спостерігається зростання попиту на державні послуги, зокрема електронні, з огляду на обставини переміщення, втрати документів тощо. Чимало державних інформаційних ресурсів піддавалися DDoS-атакам. Високий рівень загроз у кіберпросторі вимагає швидкого реагування, готовності технічних засобів і спеціалістів [4].

Цифровізація стане неодмінною складовою процесу реконструкції та модернізації економіки. Розвиток інформаційних систем і технологій має важливе значення для забезпечення зростання будівельної галузі, яка є центральною у післявоєнній відбудові України. Впровадження інформаційних технологій передбачає автоматизоване проектування, автоматизацію операційних процесів безпосередньо при будівництві та введенні об'єкта в експлуатацію, цифровізацію процесів управління, подальше обслуговування майна, що вже знаходиться в експлуатації. Розрахунок будівельних конструкцій за допомогою сучасного програмного забезпечення для автоматизації проектування має величезний потенціал для сприяння відновленню країни після припинення військових дій [5].

Для того, щоб ІТ-сектор став одним із локомотивів відновлення української економіки, доцільно впровадити конкретні заходи. Головним чином, розвивати інфраструктуру, яка допоможе ІТ-компаніям знайти доступ до швидкого венчурного капіталу,

сприяти ІТ-спеціалістам у питаннях співпраці з іноземними партнерами, підтримувати пільговий режим оподаткування з метою звернення потоків ІТ-міграції в Україну та сприяння конкурентоспроможності ІТ-компаній. Акцент на розвиток людського капіталу через створення різноманітної інфраструктури та залучення грантів й фінансування має стати одним з найважливіших факторів технологічного розвитку ІТ-сектору у повоєнний період.

Список використаної літератури:

1. Ukraine IT Association. 2022. Ukraine IT Report 2021. URL: <https://drive.google.com/file/d/1LujaT9pHEGhgprRojfmlZgQikkyillbE/view>
2. Український ІТ-експорт досяг у 2022 році рекордних \$7,3 млрд. Чому це насправді не дуже добра новина. 2022. URL: <https://forbes.ua/innovations/ukrainskiy-it-eksport-dosyag-u-2022-rotsi-rekordnikh-73-mlrd-chomu-tse-naspravdi-ne-duzhe-dobra-novina-31012023-11420>
3. Lviv IT Cluster. 2022. IT Research Resilience. URL: <https://itcluster.lviv.ua/en/projects/it-research/>
4. Matviienko-Biliaieva G., Krasnorutsky O., Salionovych L., Volyk S., Larina T. The importance of digitalization in the post-war recovery of the economy. 2023. *New Economy*. Vol. 1. No. 1. P. 42–63.
5. Zhyhlo A., Tkachenko R., Cirella G.T., Morkovska N., Yakymenko O., Viatkin K. Innovation in Ukraine's Construction and Postwar Recovery: The Transformative Power of Information Technology. In: Cirella, G.T. (eds) *Handbook on Post-War Reconstruction and Development Economics of Ukraine. Contributions to Economics*. Springer, Cham, 2024. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-48735-4_24

Кліщ Максим Юрійович
аспірант,
Хмельницький національний університет

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-7>

КОМПОНЕНТИ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛЕРІВ

Підприємства ритейлу в умовах системних трансформацій є одними із каналів розподілу, які відіграють важливу роль у постачаннях товарів споживачам. Відповідно до праць закордонних науковців, які працювали в межах цієї проблематики (Risch, 1991) слово ритейл від англ. «retail» походить від французького слова «retailer» з префіксом re і дієсловом tailer, що означає «розрізати знову». Між тим, ритейл (Gilbert, 2003) визначають як будь-який бізнес, який спрямовує свої маркетингові зусилля на задоволення споживача на основі організації продажу товарів і послуг як засобу розподілу. З цієї дефініції слідує, що ритейл – це вид бізнесу, який стає останнім ланцюгом каналу розподілу [3].

Баррі Бермана (Barry Berman) і Джоела Р. Еванса (Joe R. Evans) вважають, що роздрібна торгівля (retailing) включає види економічної діяльності, пов'язані з продажем товарів і послуг споживачам для використання ними особисто або їх сім'ями. При цьому йдеться про будь-який факт продажу товарів і послуг кінцевому споживачу, від автомобілів і готового одягу до їжі в ресторанах і квитків у кінотеатр. Роздрібна торгівля – це останній етап процесу розподілу [8].

Професор Окландер М.А. визначає роздрібну торгівлю, як будь-яку діяльність з продажу товарів чи послуг безпосередньо кінцевим споживачам для особистого некомерційного використання [9].

Досліджуючи бізнес-процеси підприємств-ритейлерів, заслуговує на увагу досвід компанії Flokzu Cloud BPM, фахівці якої визначили ключові компоненти бізнес-процесу. Ці компоненти допомагають визначити, структурувати та виконати дії, необхідні для досягнення конкретної мети підприємства-ритейлу. Ці компоненти включають:

1. Вхідні дані конкретного бізнес-процесу: це ресурси, інформація або матеріали, необхідні для виконання процесу. Вхідні ресурси можуть бути матеріальними (наприклад, сировина, обладнання) або нематеріальними (наприклад, дані, знання).

2. Результати процесу: результати створені процесом. Результатами можуть бути продукти, послуги, документи або інформація, яка служить основою для інших процесів.

3. Діяльність або завдання: окремі кроки або дії, які виконуються в рамках процесу для перетворення вхідних даних у результати. Діяльність може бути автоматизованою та часто передбачає прийняття рішень, вирішення проблем або співпрацю.

4. Хід бізнес процесу: послідовність і взаємозалежність дій, визначення порядку, в якому вони повинні виконуватись та їх взаємозв'язок.

5. Ролі та обов'язки: працівники, групи або відділи, відповідальні за виконання різних дій у процесі. Чітко визначені ролі та обов'язки допомагають забезпечити підзвітність та ефективний розподіл завдань.

6. Правила та політики: вказівки, процедури або стандарти, які регулюють те, як слід виконувати дії. Вони можуть виникати з організаційних вказівок, рекомендованих підходів для окремих галузей або обов'язкових нормативних актів.

7. Показники продуктивності: кількісні або якісні показники, що використовуються для оцінки результативності та ефективності процесу. Метрики допомагають сучасним підприємствам-ритейлерам відстежувати прогрес, визначати сфери для вдосконалення процесів.

8. Контроль бізнес-процесів: наявні механізми для забезпечення правильного та послідовного виконання процесу, такі як перевірки якості, затвердження або аудит.

Список використаної літератури:

1. Volosatova M. The concept of the category «business process» and the characteristic features of its content. *Suchasni napryamky rozvytku ekonomiky i menedzhmentu na pidpryyemstvakh Ukrainy* : Zbirnyk materialiv IV Vse-ukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi studentiv, aspirantiv ta molodykh vchenykh [Modern trends in the development of economics and management at

enterprises of Ukraine: Collection of materials of the 4th All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists]. Kharkiv : KHNADU, 2018.

2. Komandrov's'ka V. and Morozenko O. Business processes of the enterprise: the essence and methods of improvement. 2011. URL: <https://jrnl.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/325> (дата звернення: 15.03.2024).

3. GCC. Description of the company's business processes. To whom, why and how? 2021. URL: <https://gc.ua/uk/opis-biznes-procesiv-kompani%D1%97-komunavishho-i-yak/> (дата звернення: 15.03.2024).

4. Jones P., Comfort D. Sustainability bonds and green bonds within the retail sector. *International Journal of Sales, Retailing and Marketing*, 2020. P. 37–43.

5. Lovreta S., Končar J., Petković G. Kanali marketinga. Beograd : Ekonomski fakultet. Marketing i prodaja, 2009.

6. Impact of sharing information with supplier and buyer on the organizational performance of food companies in Bosnia and Herzegovina. *Economy and Market Communication Review – Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije (EMC Review)*. P. 33–52.

7. Beograd Vidović A., Jugović D. Merčendajzing u funkciji komunikacije sa tržištem. Powercom. Beograd, 2014. P. 23–34.

8. Retail management. Barry and Joel R. Evans Berman, Berman. Pearson Education Canada, 1995. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Retail_Management.html?id=OBz--zAhMzEC&redir_esc=y (дата звернення: 15.03.2024).

9. Окландер М.А. Методологічні аспекти формування каналів розподілу. Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія / наук. ред. Павленко А.Ф. Київ : КНЕУ, 2005.

Кобзар Олена Михайлівна

*старший науковий співробітник, кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник відділу
екосистемного оцінювання природно-ресурсного потенціалу,
Інститут демографії та проблем якості життя
Національної академії наук України*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-8>

ПРОСТОРОВИЙ АСПЕКТ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПЛАТЕЖІВ ЗА ЕКОСИСТЕМНІ ПОСЛУГИ

Платежі за екосистемні послуги – це «заснований на стимулах підхід до захисту екосистемних послуг, що полягає у виплаті компенсацій землевласникам або керівникам, які впроваджують технології, сприятливі для екосистем. Простіше кажучи, користувачі екосистемних послуг платять тим, хто ці послуги надає, і така компенсація робить збереження привабливішим» [1, с. 175]. Наразі у різних країнах світу при застосуванні таких платежів чимало уваги приділяється справедливому розподілу вигід від компенсації територіальним громадам, в межах яких знаходяться екосистеми, що продукують ці послуги. Вочевидь, що громади, зберігаючи екосистеми, по-перше, змушені в деякій мірі обмежувати розвиток економічних проектів на своїй території; по-друге, витрачатися на природоохоронні заходи.

В якості прикладу актуальності цієї проблеми можна навести ситуацію із платежами за біопроспектинг. Біопроспектинг є пошуком в природних джерелах (зазвичай в межах природо-заповідних територій) біохімічної та генетичної інформації задля створення комерційно цінних фармацевтичних, косметичних, сільськогосподарських та інших продуктів. Принцип компенсації країні за використання зазначених ресурсів визначено у Конвенції про біологічне розмаїття [2]. Вважається, що без справедливого розподілу із місцевими спільнотами вигід від біопроспектингу останній перетворюється у «біопіратство» [3, с. 28]. В багатьох країнах є певні напрацювання задля вирішення цієї проблеми.

Зокрема в Австралії серед основних вимог щодо доступу до біологічних ресурсів природоохоронних територій в комерційних або потенційно комерційних цілях поширеною практикою є заключення угоди про справедливий розподіл із місцевим населенням вигод [4, с. 183].

Проте слід зазначити, що при формуванні інституціонального забезпечення платежів за екосистемні послуги необхідно враховувати всі рівні управління. *По-перше*, управління раціональним природокористуванням та охороною навколишнього природного середовища потребує здійснення в цій галузі функцій спостереження, дослідження, прогнозування та іншої виконавчо-розпорядчої діяльності. Реалізації принаймні частини цих функцій потребує втручання держави або є її прерогативою.

По-друге, частина екосистемних послуг (здебільшого це стосується регулюючих та підтримуючих) потребує для свого формування площ, значно більших ніж територія однієї або кількох громад. Поширюватися екосистемні послуги також можуть на великі площі (більше ніж площа продукування) та на значну відстань від територіальної громади, в межах якої вони були сформовані (за межі площі продукування). Класичним прикладом таких регулюючих послуг є послуга з регулювання клімату. Зазначене зокрема стосується екосистемних послуг, пов'язаних з водою. Ріки транспортують певну частину послуг (наприклад, забезпечуючих) на значну відстань, перетинаючи при цьому межі багатьох територіальних громад.

По-третьє, у власності держави перебуває значний обсяг екосистемних активів та послуг, що ними продукуються. Відповідно держава як і будь який інший власник екосистемних активів та продукованих ними послуг, в тій чи іншій формі має отримувати за їх збереження компенсацію.

По-четверте, держава може виступати як покупець екосистемних послуг – сплачувати постачальникам послуг від імені виборців. Держава таким чином забезпечує надання екосистемних послуг: «коли такі послуги служать «загальним благом» для великої кількості вигодонабувачів (як, наприклад, у разі водопостачання); коли вигодонабувачів важко встановити; коли актив (наприклад,

вид, що перебуває під загрозою вимирання) буде втрачено, якщо не втрутитися уряд» [1, с. 177].

Отже, наразі у різних країнах світу при формуванні інституціонального забезпечення платежів за екосистемні послуги чимало уваги приділяється справедливому розподілу вигід від компенсації саме територіальним громадам. Проте при спрямуванні основних акцентів на місцеві громади, важливо враховувати й інші рівні – центральний, регіональний, що обумовлено низкою причин різного характеру.

Список використаної літератури:

1. TEEB – The Economics of Ecosystems and Biodiversity for Local and Regional Policy Makers. 2010. 263 p. URL: <https://teebweb.org/publications/teeb/>
2. Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 1992 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_030#Text
3. Biodiversity Prospecting. 2001. URL: https://www.cbd.int/doc/nbsap/finance/Guide_BioProsp_Nov2001.pdf
4. Kakadu National Park Management Plan 2016–2026. URL: <https://www.awe.gov.au/sites/default/files/documents/kakadu-management-plan-2016-2026.pdf>

Kuznietsov Vladyslav
Postgraduate Student,
V.I. Vernadsky Taurida National University

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-9>

METHODOLOGY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ANALYSIS OF THE ENTERPRISES

Corporate social responsibility of business is an important element of the modern business strategy of enterprises. It is a program whereby organizations involved in social and environmental activities strive to meet the needs of their employees, local communities, suppliers, customers and other stakeholders in the marketplace. Corporate social responsibility can be useful for changing a company's image. However, in each separate industry, priorities of social responsibility can be distributed differently taking into account industry specifics.

Setting goals in advance will allow managers to be more effective manage labor relations, implementing the principles of corporate social responsibility (CSR) systematically, to identify reserves of improvement in individual spheres of activity. Enterprises recognize the need to complement social goals with business goals, which turn out to be a good incentive for building long-term and mutually beneficial relationships.

The problem of evaluating the effectiveness of CSR comes down to the development of a unified procedure or methodology that determines the effectiveness of social investments [1, p. 52]. The most common methods of evaluating the effectiveness of CSR are those that determine the effectiveness for the company and society as a whole. Companies that adhere to the principles of CSR should consider the following in their activities trends: making profit is not the main business goal, it is achieved through production of high-quality, safe and affordable goods and services under maximum conditions concern for society and the environment.

Some international methods of assessing the corporate social responsibility of companies are presented in Table 1.

Table 1

Methods of analysis of the corporate social responsibility

| CSR evaluation methodology | Characteristics of CSR evaluation methodologies |
|---|--|
| Assessment of Social Return on Investment (SRI) | It is used as a concept for determining and accounting for value, which is created or destroyed as a result of the activity. |
| The London Benchmark Group method (LBG) | It is used as a matrix that is based on three components: resource contribution, results and created products, long-term impact on society and business. |
| Bloomberg ESG Index | It encompasses three major issues in risk analysis, aggregated to a global scoring through a weighted geometric mean. |
| Sustainalytics (ESG Risk Ratings) | It is the sum of unmanaged risk for each of the company's Maintenance Excellence Indexes. |
| Best Available Charitable Option Index (BACO) | It is defined as the ratio between net costs and social influence. |
| Robin Hood metrics Foundation | It is carried out in the following directions: profit, health, legal aspects of the company's activities. |
| Dow Jones Sustainability Index | It is based on an integral assessment of most aspects the company's activities. |
| FTSE4 Good Index | It measures the effectiveness of companies in environmental, social and governance. |
| Global RepTrak®100 Index | It is based on an independent diagnosis by consumers, stakeholders, independent experts through an online survey. |

Source: [1; 2]

All these methods can be conditionally divided into three groups according to diagnostic indicators, namely: level of capitalization, corporate reputation, component indicators of corporate social responsibility of organizations [2, p. 50]. For example, in calculation Dow Jones Sustainability Indexes and FTSE4 Good – evaluation is carried out index method, and the results are used by stock exchanges for evaluation socially responsible investing. The second group of methods (Global RepTrak®100, etc.) is more subjective, because it is based on questionnaires of the general public of respondents and gives an idea of a certain image of companies in in the eyes of the community. Social analysis liability with the help of indices (Bloomberg ESG Index, Robin Hood metrics, etc.) are carried out by certain components or by their

totality, and include as qualitative evaluation criteria, as well as quantitative ones.

Most scientists say that today that CSR is transformed into ESG (environmental, social, governance stability). There are about 200 ratings and indices of corporate sustainability in the world development, which differ both in terms of thematic coverage and the composition of indicators and criteria. It is in relation to ESG indicators that companies submit their non-financial reporting, the definition of indices and ratings is also increasingly focused on ESG indicators of companies [3, p. 117].

There is an in-depth study on the relationship between CSR and corporate sustainable development ability, revealing the mechanism of CSR affecting corporate sustainable development ability and demonstrating the moderating role of internal control, management capabilities, and accounting information quality in the impact of CSR on corporate sustainable development ability from the perspective of internal corporate governance [4]. Loss of trust investors, customers and other interested parties may be destructive for the long-term sustainability of companies; therefore the importance of proper control and management of this intangible asset is undeniable [5, p. 109]. The priority condition of the social responsibility of the enterprise is implementation of honest business practices in relations with counterparties. This condition provides transparency of business operations, publicity of information from financial and social issues.

Concept of CSR contributes to capitalization growth and strengthening sustainability of business, acts as a means of social positioning and image formation of modern socially oriented company [6, p. 122]. It is the purposeful use of social resources for sustainable development that must influence human consciousness. The guideline should be such that the use of economic and environmental resources is not only related to economic benefits, personal economic interests of individual oligarchic associations, cross-border corporations. The new management paradigm is characterized by the following basic features: an enterprise is viewed as an open system in interaction with its external environment; the main purpose of the activity is to meet the needs of consumers in quality goods and services; there is an increase in the value of intellectual work in the team [7, p. 119].

In addition, it is important to emphasize that the use of resources should be aimed not only at obtaining economic benefits, but also at preserving and restoring the ecological balance. This means taking into account environmental aspects in development and production decisions, as well as the development and implementation of environmentally friendly technologies and production methods.

When implementing socio-economic projects, the innovativeness of the measures becomes important. Obviously, enterprise ambidexterity innovation can provide a suitable enterprise environment and sufficient innovation resources for enterprises to realize digital transformation [8]. Using digitalization opportunities for companies it is important to strive not only for economic results, but also to promote formation society.

Список використаної літератури:

1. Будько О.В., Галатов Б.М. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент бізнес-стратегії розвитку підприємств. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. 2023. № 1(6). С. 49–57. DOI: [https://doi.org/10.31319/2709-2879.2023iss1\(6\).282985pp49-57](https://doi.org/10.31319/2709-2879.2023iss1(6).282985pp49-57)

2. Євтушенко В.А. Методика діагностики соціальної відповідальності українських підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. № 4(238). С. 49–69. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2021-1-238-49-69>

3. Станасюк Н.С., Пасінович І.І., Томашевська А.Р. Сучасні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2021. № 2(8). С. 109–120. DOI: <http://doi.org/10.23939/semi2021.02.109>

4. Wu L., Jin S. Corporate Social Responsibility and Sustainability: From a Corporate Governance Perspective. *Sustainability*. 2022. No. 14(22). DOI: <https://doi.org/10.3390/su142215457>

5. Xochit Citlali Hernández Villa, Jerónimo Domingo Ricárdez Jiménez. Evolución de la competitividad y su vínculo con la responsabilidad social empresarial. Perspectivas teóricas y metodológicas de la competitividad en las organizaciones. Una evolución en el pensar administrative. 2023. Dec. P. 99–120. DOI: <https://doi.org/10.61728/AE23020047>

6. Бержанір А.Л., Чирва Г.М. Методологія теоретичних досліджень корпоративної соціальної відповідальності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 122–125.

7. Сова О.Ю. Контролінг як ефективний інструмент управління підприємством. *Облік і фінанси*. 2019. № 4(86). С. 119–123. DOI: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-4\(86\)-119-123](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-4(86)-119-123)

8. Ying Y., Jin S. Digital Transformation and Corporate Sustainability: The Moderating Effect of Ambidextrous Innovation. *Systems*. 2023. No. 11(7). DOI: <https://doi.org/10.3390/systems11070344>

Лазаренко Владислав Ігорович
*доктор філософії в галузі економіки,
завідувач відділу економіки природокористування в агросфері,
Інститут агроекології і природокористування
Національної академії аграрних наук України*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-10>

УПРАВЛІННЯ БІХЕВІОРИЗМОМ ЕКОНОМІКИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Економіка природокористування України в умовах невизначеності, як-от війни, стикається з рядом викликів і проблем, які потребують уваги та розв'язання. Невизначеність може виникати з різних причин, таких як зміни клімату, екологічні кризи, нестабільність законодавства, політичні та економічні турбулентності тощо. Також, з іншого боку, досліджує, як суспільство використовує та впливає на природні ресурси. Це охоплює експлуатацію лісів, водойм, видобуток корисних копалин, агропромислове виробництво та інші галузі, пов'язані з використанням природних ресурсів, і їх деструктивний антропогенний та техногенний вплив. Взаємозв'язок між цими двома сферами проявляється в тому, що поведінкові рішення людей в економіці можуть впливати на стан навколишнього природного середовища, зокрема й агросфери.

Одним з ключових аспектів економіки природокористування є необхідність розвивати стійке та ефективне управління природними ресурсами. Це означає забезпечення балансу між використанням ресурсів та їх збереженням для майбутніх поколінь. Крім того, важливо враховувати соціальні та екологічні аспекти при розвитку екологічно безпечних видів сільськогосподарської діяльності зокрема.

Глобальні проблеми економіки природокористування потрібно вирішувати шляхом створення ефективних політик та заходів для збереження природних ресурсів, зменшення забруднення та збалансованого розвитку, який би враховував потреби майбутніх

покоління. Це може включати стимулювання використання відновлюваних джерел енергії, впровадження зелених технологій та заохочення сталих способів сільськогосподарського виробництва.

Україна також повинна активно працювати над зменшенням впливу на навколишнє середовище шляхом впровадження новітніх технологій, підтримки відновлювальних джерел енергії, стимулювання екологічно безпечних видів виробництва та споживання.

Таким чином, ефективне управління природними ресурсами в умовах невизначеності вимагає комплексного підходу, спрямованого на збереження природи, стале використання ресурсів та забезпечення сталого розвитку економіки.

Одним з таких підходів є біхевіористична концепція в економічній теорії. Поведінковий аспект індивіда в екології відіграє важливу роль у взаємодії людини з навколишнім середовищем. Індивідуальні дії та рішення (раціональні та ірраціональні) можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на навколишнє середовище. Поведінкова теорія є відносно новим підходом в економічній науці, який вивчає, як люди приймають рішення на основі своїх психологічних, соціальних та емоційних характеристик. Рішення та дії індивідів в галузі економіки мають значний вплив на природу і навколишнє середовище. Дана концепція вивчає, як і чому індивіди приймають рішення про витрати та споживання. Вона розглядає чинники, які впливають на індивідуальні рішення, наприклад, психологічні, соціальні та економічні. Такі рішення можуть включати купівлю товарів, використання послуг, виробництво продукції тощо.

Біхевіористична концепція в умовах невизначеності природокористування в Україні відіграє важливу роль у формуванні раціональних рішень щодо використання природних ресурсів. Поведінкова економіка вивчає, як індивіди реагують на ризик, та інші чинники, що можуть впливати на їх прийняття рішень.

Загальноприйнята на сьогодні в неокласичній теорії модель економічної людини спирається на припущення про її раціональність і схильність до максимізації користі та мінімізації збитків. Поведінкова економіка не абсолютизує ці припущення, вважаючи, що далеко не завжди в реальному житті поведінка

людини, пов'язана з тією чи іншою формою економічної діяльності, вписується в цю модель.

Україна, як і багато інших країн, стикається з різними проблемами управління природними ресурсами через відсутність точних даних, невизначеність щодо майбутнього стану довкілля та інші чинники. У таких умовах поведінкова економіка може допомогти краще зрозуміти, які чинники впливають на рішення щодо використання природних ресурсів агросфери.

Також важливо враховувати психологічні аспекти прийняття рішень щодо природокористування, такі як вплив соціальних норм, моральних цінностей та інших чинників на поведінку людей у сфері охорони природи.

Отже, в умовах невизначеності природокористування в Україні важливо враховувати принципи поведінкової економіки для розробки ефективних стратегій управління природними ресурсами, забезпечення збалансованого розвитку та збереження навколишнього середовища.

Список використаної літератури:

1. Колядич О.І. Поведінкова економічна теорія в поясненні соціально-трудових відносин. *Вчені записки університету «КРОК»*. 2017. № 48. С. 47–57.
2. Кривий В.І. Передумови виникнення поведінкової економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. Вип. 18 (1). С. 12–16.
3. Сміт А. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй / пер. Олександра Васильєва. Київ : Наш Формат, 2018. 722 с.

Левіт Олександр Олександрович
*аспірант кафедри інтелектуальної цифрової економіки,
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-11>

ПЕРСПЕКТИВИ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ІНЖИНІРИНГОВИХ КОМПАНІЯХ

Проблематика оцінки інтелектуального капіталу задля пошуку механізмів управління його розвитком та чинників впливу на вартість підприємства залишається актуальною і є складною через властивості: невизначеність, можливість копіювання окремих елементів за низькими витратами та його неподільність. Його діагностика ускладнюється багатоаспектністю та багатомірністю, а також можливими синергетичними ефектами у взаємодії доміант інтелектуального капіталу. На теперішній час існують декілька відомих. У своєму дослідженні Ольга Собко наводить більш ніж тридцять найвідоміших підходів щодо оцінки [1, с. 360–362], але їх можна розподілити за наступними групами:

– методи прямої оцінки ІК (так звані Direct Intellectual Capital Methods, DIC): «Брокер технологій» Е. Брукінга (1996), «Оцінка інтелектуальних активів» П. Саллівана (2000) та інші що дають змогу оцінити окремі складові та визначити інтегральний показник інтелектуального капіталу у грошовому вимірюванні. Однак у цієї групи методів існує, на нашу думку, обмеження, такі як недостатня діагностика та суб'єктивні переходи від якісних до кількісних показників;

– методи ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods, МСМ) які запропонував використовувати К. Свейбі через інструмент «Невидимий баланс» (1989), далі – М. Стюарт у «Розрахунку вартості» (1997), метод Дж. Тобіна (так званий «Tobin's Q», 1969). Однією з основних переваг МСМ є їхній простий і зрозумілий підхід до оцінки вартості компанії. Вони використовують показник ринкової капіталізації, який легко розрахувати, використовуючи

поточну ціну та кількість акцій. Але з іншого боку, оцінка за допомогою МСМ значно залежить від поточних ринкових умов, таких як ціна акцій та загальна капіталізація ринку. Ринкові умови можуть значно коливатися внаслідок економічних, політичних або інших факторів, що може призвести до непостійності в оцінці. Оцінка ринковою капіталізацією може не враховувати потенціальне зростання компанії, інновації та інші чинники, що можуть вплинути на її майбутню вартість. Попри можливість цього методу порівнювати різні компанії, він не застосовується для оцінки компаній, що не торгуються на відкритому ринку або для оцінки недооцінених активів, які не відображаються у ринковій капіталізації;

– методи віддачі на активи (Return on Assets Methods, ROA) в основі яких порівняння з середнім показником по галузі відношення прибутку компанії (до оподаткування) до середньорічної вартості основних та оборотних фондів. До таких методів відносяться «Інтелектуальна додана вартість» А. Пуліча (1997), «Економічна додана вартість» (EVA) Стюарта (1994) та інші. Однією з основних переваг групи цих методів є їхній фокус на ефективному використанні активів компанії для генерації прибутку. Вони мають спрощений розрахунок та допомагають компаніям в оцінці свого довгострокового успіху. На жаль, ці методи можуть бути обмеженими для порівняння фінансової ефективності різних компаній, оскільки вони можуть не враховувати контекстуальні або індустріальні відмінності. На наше переконання, ці методи можуть призвести до того, що менеджмент спрямовує всі зусилля на покращення фінансових результатів в шкоду іншим аспектам діяльності компанії, таким як інновації, які можуть мати довгостроковий вплив на конкурентоспроможність. Також вони вимагають складних розрахунків та спеціалізованих даних, що може бути важким для багатьох компаній, особливо для малих та середніх підприємств;

– індексні / кваліметричні методи (Scorecard Methods, BSC), що почали свою історію із запропонованої Р. Капланом та Д. Нортонем «Збалансованої системи показників» (1992). Сюди ж відносяться класичні методології: «Навігатор Скандії» (1997) та «Індекс

інтелектуального капіталу» (1997) Л. Едвінссона, «Монітор нематеріальних активів» К. Свейбі (1997). Ця група методів, за нашими оцінками, має суттєві переваги щодо використання у контексті дослідження сучасних інжинірингових компаній, що використовують наукомістку працю та одним з найбільших активів інтелектуального капіталу є саме персонал (людський капітал є домінуючий у складі інтелектуального капіталу компанії) серед яких:

а) широкий погляд на ефективність: оцінка ефективності не лише з погляду фінансової перспективи, а й з інших аспектів, таких як клієнтське задоволення, внутрішні процеси, навчання та розвиток персоналу;

б) відображення стратегічних цілей (їх визначення та візуалізацію), перетворюючи їх на конкретні показники та метрики, які можна виміряти та відстежувати;

в) можливість адаптації до конкретних потреб та характеристик кожної компанії, що дозволяє враховувати їхні особливості та стратегічні цілі.

Хоч кваліметричні методи явним образом не дають фінансову оцінку інтелектуального капіталу у вимірі отриманої додаткової вартості, але їх застосування дозволяє управляти саме тими чинниками, що є ключовими в його русі та нарощуванні в компаніях з інтенсивним використанням розумової праці, до яких слід віднести інжинірингові сервіси.

Слід зазначити, що на цей час немає жодного визначеного закону та залежностей за якими взаємодіють домінуючі інтелектуального капіталу та універсальні правила, за якими можна обрахувати інтегральний показник інтелектуального капіталу компанії, та це й не має сенсу. Таку думку підтримують науковці-сучасники, наприклад, професор Н. Бонтіс у своїх наукових працях зазначає, що «...кількісна оцінка інтелектуального капіталу неможлива, та й не зовсім потрібна. Але підприємства поступово розуміють той важливий зв'язок між інтелектуальним капіталом та фінансовими показниками, які не здатні врахувати традиційні бухгалтерські методи» [2].

Вважаємо важливим в оцінках інтелектуального капіталу використовувати поєднання різних методів для визначення обсягу

інтелектуального капіталу підприємства (Intellectual Capital Volume, ICVo) та вартості інтелектуального капіталу (Intellectual Capital Value, ICVa).

Обсяг інтелектуального капіталу (ICVo) вказує на загальний обсяг нематеріальних активів та ресурсів, які має підприємство, включаючи такі складові як знання, експертизу, бренд, інновації тощо. Його оцінка дозволяє визначити загальний потенціал підприємства та його конкурентну перевагу на ринку. Вартість інтелектуального капіталу (ICVa) вказує на фінансову оцінку інтелектуального капіталу та визначає вартість цих нематеріальних активів та їх внесок у загальну вартість підприємства. З одного боку, ICVo стосується самого масиву інтелектуальних активів та ресурсів, які належать підприємству або організації. З іншого боку, ICVa відображає фінансову цінність цих активів та їхню потенційну прибутковість.

Обидва поняття є важливими для розуміння та оцінки інтелектуального капіталу підприємства, проте вони використовуються для різних аспектів аналізу та управління. З нашої точки зору, первиною є оцінка ICVo, оскільки вона визначає загальний обсяг нематеріальних активів та ресурсів, які має підприємство. Це допомагає зрозуміти загальний потенціал підприємства і його конкурентну перевагу на ринку та служить основою для подальших аналізів і управлінських рішень щодо використання цих ресурсів. Після цього виконується оцінка ICVa, щоб зрозуміти фінансову значущість нематеріальних активів та їх внесок у загальну вартість підприємства. ICVa може допомогти в ідентифікації фінансових ризиків та можливостей, пов'язаних з цими ресурсами.

Для компаній, що надають інжинірингові сервіси з дизайну та конструювання складних виробів – продукції наукомістких галузей економіки, наприклад кораблебудування, ми пропонуємо використовувати поєднання оцінок ICVo та ICVa з наступних міркувань:

– інжиніринг це наукомістка компонента, саме тут сконцентрований людський науковий потенціал, що має велику питому вагу у складі інтелектуального капіталу, його оцінка напряму залежить від якісних характеристик фахових груп персоналу, що

свідчать про спроможність виконувати наукомісткі проекти різної складності та витрат на розвиток персоналу;

– інжиніринг є складовою у ланцюзі створення цінності, цей бізнес не створює кінцевий продукт для клієнта та залежний від особливостей галузі. З іншого боку, дизайн та проектування виробів як основні операційні активності тісно пов'язані з клієнтським капіталом підприємства, його оцінка у вартісному вимірі – дуже складна задача, але обсяг капіталу легко оцінюється через метрики, що дає можливість прогнозувати та впливати на його розвиток;

– наявність спеціалізованого програмного забезпечення та інших нематеріальних активів у складі інформаційно-технологічного капіталу передбачає оцінку його вартості та обсягів в поєднанні з людським капіталом (а саме, з його змінною частиною), бо саме спроможність персоналу освоїти та використовувати різні програмні засоби, є критичною у цьому бізнесі.

У підсумку слід зауважити, що процес оцінки інтелектуального капіталу сучасного підприємства є складним та багатофакторним, що вимагає використання різноманітних підходів та методик для розрахунку інтелектуального капіталу, виражених у величинах ICVo та ICVa. Широкий спектр наукових досліджень акцентує на складності даного процесу та вказує на потребу у подальшому розвитку універсального інструментарію для оцінки стану та динаміки інтелектуального капіталу на підприємствах сучасної економіки.

Список використаної літератури:

1. Собко О.М. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. 444 с.
2. Bontis N. Assessing Knowledge Assets: a review of the models used to measure Intellectual Capital. *International Journal of Management Review*, 2001. Vol. 3. No. 1. P. 41–60.

Остіан Зденек Зденекович
*аспірант кафедри міжнародної торгівлі та маркетингу,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6305-2368>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-12>

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ГЕОПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ НА МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ

Війна, пандемія, теракти, масові заворушення і протести, санкції, міждержавні бар'єри – цей, далеко не повний перелік негативних факторів, все частіше стає темою для сучасних новин в усьому світі. Актуалізація та розуміння геополітичних процесів, які в переважній більшості стають причинами цих явищ, дозволяє знаходити дієві механізми протидії, розробляти застережні заходи випереджувальної дії або завчасно реагувати на загострення ситуації, яка може призвести до розвитку руйнівних сценаріїв. По багатьом прогнозам повне відновлення світової туристичній галузі від наслідки пандемії COVID-19 очікується на початку 2024 року, по деяким даним світовий туризм вже вийшов на показники кінця 2019 року [1; 2]. Таким чином, тільки для відновлення після однієї пандемії знадобилося більше чотирьох років. Якщо припустити, що за умов відсутності значних факторів негативної дії за вказаний період туристична галузь мала зростати в результаті гармонійного щорічного збільшення обсягів торгівлі, то з урахуванням інфляційних процесів реальне відновлення галузі все ще не досягнуте.

Нажаль, окрім пандемії COVID-19, динамічні геополітичні зміни в світі демонструють зростання військової напруженості через очікування розширення протистояння між Росією та Україною в Європі, ескалації військової напруженості на близькому сході, де існує загроза війни коаліції ісламських країн проти Ізраїлю, а також очікування реалізації загрози нападу на Тайвань з боку Китаю. На цьому тлі проблематика розвитку туристичної галузі відходить на

другий план, оскільки низка крупних геополітичних гравців світу зосереджує увагу на збільшенні оборонних видатків, накопиченні воєнних потужностей, як фактор стримування агресії. Одночасно з зростанням військової напруженості, зростає загроза чергової фази атак з боку ісламських терористичних організацій. 7 жовтня 2023 року атака угруповання Хамас призвела до загибелі близько 1200 цивільних осіб та спровокувала тривалий воєнний конфлікт в регіоні між збройними силами Ізраїлю та різними ісламськими угрупованнями, які діють як безпосередньо в секторі Газа, так і сусідніх з Ізраїлем Лівані і Сирії [3]. 22 березня 2024 року в підмосковному м. Красногорськ в концертному залі Крокус Сіті Холл було здійснено терористичний напад, в результаті якого офіційно загинули 145 осіб, а ще 95 осіб вважаються зниклими без вісти. Відповідальність за теракт взяла на себе угруповання «Вілайт Хорасан» – афганське відділення міжнародної терористичної організації «ІДІЛ»[4]. Враховуючи атаки угруповання хуситів на торгові судна, що рухаються азійським торговельним коридором близько Ємена, можна зробити висновок про початок чергової серії терактів з боку ісламських радикальних терористів, атаки яких стають дедалі смертоносними, що підтверджує звіт, підготовлений Інститутом економіки та миру (IEP) за джерелами даних Dragonfly Terrorism Tracker та інших [5]. Необхідно зазначити, що ці терористичні атаки вже негативно впливають на міжнародний туризм через зменшення відвідувань Ізраїлю, збільшення вартості морського сполучення між Азією та Європою [6; 7]. Очевидні негативні наслідки для міжнародного туризму від зростання терористичної небезпеки слід очікувати через загострення міжнаціональної та релігійної ворожнечі, активізації лівих політичних сил, що використовують антисемітську риторичку для досягнення своїх цілей, в тому числі, через організацію масових заворушень.

Дослідження впливу геополітичних факторів на міжнародну торгівлю туристичними послугами необхідне для всебічного та глибокого розуміння взаємозв'язків між подіями різного походження, наслідків, які зазначені події можуть спричинити для туристичної галузі в ендегенному та екзогенному вимірах, соціальну

та національну складову відносин у міжнародному туризмі в світлі зростання геополітичної напруженості. Класифікація та порівняння ступеню загрози для міжнародного туризму від дії того чи іншого чинника геополітичної нестабільності визначає коло пріоритетних задач, які мають бути вирішені для збереження життя та здоров'я туристів, зменшення економічних втрат, забезпечення цілей сталого розвитку міжнародного туризму. Окреслене коло питань є важливим дослідницьким внеском для туристичної галузі в глобальному вимірі і особливо актуальне для повоєнного відновлення і розвитку туристичної діяльності в Україні.

Список використаної літератури:

1. International Tourism to End 2023 Close to 90% of Pre-Pandemic Levels. UN Tourism. Bringing the world closer. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels>
2. International Tourism to Surpass Pre-Pandemic Levels in 2024. Statista Daily Data. URL: <https://www.statista.com/chart/21793/international-tourist-arrivals-worldwide/>
3. 2023 Hamas-led attack on Israel. *Wikipedia – The Free Encyclopaedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/2023_Hamas-led_attack_on_Israel
4. Теракт у «Крокус-Сіті Голлі» – Вікіпедія. 2024. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Теракт_у_«Крокус-Сіті_Голлі»
5. Global Terrorism Index 2024 – World. ReliefWeb. URL: <https://reliefweb.int/report/world/global-terrorism-index-2024>
6. Israel-Hamas war ices hopes for post-pandemic tourism rebound. *The Times of Israel*. 2024. URL: <https://www.timesofisrael.com/israel-hamas-war-ices-hopes-for-post-pandemic-tourism-rebound/>
7. Tourism to Israel dives again in November as war with Hamas hits two months *Reuters*. 2023. URL: <https://www.reuters.com/world/middle-east/tourism-israel-dives-again-november-war-with-hamas-hits-two-months-2023-12-07/>

Петрухнов Олексій Валерійович
*аспірант кафедри підприємництва, торгівлі і логістики,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-13>

ДИНАМІКА ДЕЯКИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНДЕКСІВ НА ЕНЕРГЕТИЧНОМУ РИНКУ

Різноманітні ресурси відіграють важливу роль у розвитку суспільства та його окремих економічних структур. Серед таких ресурсів особливе місце займають енергетичні ресурси, такі як нафта, газ, вугілля, мазут [1; 2]. Ці ресурси є як основою для переробки та перетворення в інші види енергії, так і основою для виробництва різноманітних хімічних сполук. Такі ресурси є сировинною базою для певних видів виробництва, що зумовлює їх постійний і зростаючий попит з боку людства, технологічних процесів і розвитку економіки.

Реалізація енергоресурсів здійснюється на окремому сегменті фондового ринку через купівлю-продаж відповідних цінних паперів [3–5]. Такий ринок є добре структурованим і визначається особливостями кожного регіону, де здійснюється торгівля відповідними цінними паперами. Одним із цікавих регіонів є європейський, який останнім часом зазнав значних трансформацій.

Для аналізу тенденцій, що відображають динаміку відповідного сегменту енергетичного ринку, доцільно розглянути значення світових індексів. Ці значення відображають ціни на цінні папери для цілого ряду енергоресурсів.

Для цілей подальшого дослідження розглянемо деякі європейські глобальні індекси, що характеризують відповідний сегмент енергетичного ринку.

На рис. 1 наведено динаміку значень таких індексів, як BNY Mellon European Oil & Gas ADR (BKEOG) та Dow Jones Europe ex-UK Oil & Gas (E2ENE).

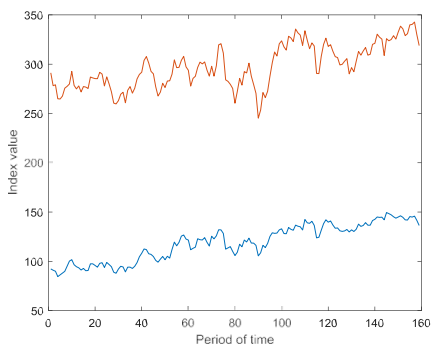


Рис. 1. Динаміка значень індексів ВКЕОГ та E2ENE

Джерело: [6]

Перш за все, слід зазначити, що розглядаються різні фондові індекси, які характеризують розвиток європейського енергетичного ринку. Такі індекси відрізняються за методологією їх розрахунків та охоплення різних цінних паперів, що входять до їх складу. Це дозволяє краще зрозуміти динаміку, яку ми досліджуємо.

На рис. 1 динаміка індексу ВКЕОГ відображена синім кольором, а E2ENE – червоним. При цьому ми продовжуємо розглядати середні значення індексів в їх щотижневих розрахунках за період 01.03.2021-01.14.24. Цей період дозволяє повною мірою оцінити існуючі тенденції.

Динаміка індексу ВКЕОГ має незначну волатильність, враховуючи, що за аналізований період значення індексу зросло приблизно на 60%. Різких змін у значеннях цього індексу також не спостерігається. Виходячи з даних по індексу ВКЕОГ, слід відзначити поступове зростання динаміки європейського енергетичного ринку.

Динаміка індексу E2ENE є більш волатильною. Значення індексу за досліджуваний період часу зросло на 24%. Водночас, ми також відзначаємо різкі коливання значень цього індексу на певних часових інтервалах. Виходячи з динаміки значень індексу E2ENE, можна сказати, що на європейський енергетичний ринок суттєво впливають зовнішні фактори.

Таким чином, ми бачимо, що необхідним етапом дослідження є проведення порівняльного аналізу динаміки різних енергетичних індексів європейського ринку. Це дозволить краще зрозуміти динаміку ринку та можливі умови оптимального виходу на такий ринок.

Список використаної літератури:

1. Pao H.T., Chen C.C. Decoupling strategies: CO₂ emissions, energy resources, and economic growth in the Group of Twenty. *Journal of cleaner production*. 2019. № 206. P. 907–919.
2. Pao H.T., Fu H.C. The causal relationship between energy resources and economic growth in Brazil. *Energy Policy*, 2013. № 61. P. 793–801.
3. Baranova V., Zeleniy O., Deineko Z., Lyashenko V. Stochastic Frontier Analysis and Wavelet Ideology in the Study of Emergence of Threats in the Financial Markets. In 2019 IEEE International Scientific-Practical Conference Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T), October, 2019. P. 341–344. IEEE.
4. Zeleniy O., Lyashenko V., Shapran O. Analysis of Trade Trends in Global Non-Precious Metal Markets. *International Journal of Academic Multidisciplinary Research (IJAMR)*. 2022. № 6(10). С. 223–230.
5. Lyashenko V., Bril M., Pyvavar I. Empirical Estimates of Data on the Dynamics of Changes in the World Foreign Exchange Market. *International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR)*. 2021. № 5(11). С. 52–58.
6. Investing.com. URL: <https://www.investing.com/>

Стройко Тетяна Володимирівна
доктор економічних наук, професор;

Констатинов Вадим Артурович
*аспірант першого року навчання,
Миколаївський національний університет
імені В.О. Сухомлинського*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-14>

ЕКОЛОГІЧНІ СТАРТАПИ В УКРАЇНІ – ЧИ ПОТРІБНІ ВОНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ?

Війна в Україні збільшила прагнення впроваджувати новітні технології, які зроблять життя на війні легшим і безпечнішим та чудові продукти й застосунки, які продовжуватимуть змінювати світ.

Релокація команд, скорочення внутрішніх коштів та спад фінансових ринків, робота з бомбосховищ та коридорів, невизначеність закордонних замовників у майбутній співпраці, а також перехід деяких членів команди в ЗСУ – це проблеми, з якими зіткнулись українські стартапери.

У рейтингу Global Startup Ecosystem 2022 [1] зазначено, що через наслідки війни Україна вже опустилася на 16 позицій у порівнянні з 2021 роком. Війна загальмувала всі процеси, однак інноваційні сектори, такі як ІТ продовжують працювати. За даними звіту UVCA [2], ринок почав оживати: у 2022 році укладено 11 венчурних угод на суму \$11,5 млн, три операції на ринку приватного капіталу на суму \$4 млн і здійснено вісім екзитів на суму \$135 млн. У 2021 році фінансування стартапів із фондів венчурного капіталу (VC) у Європі досягло рекордних 116 мільярдів доларів [3].

Проте зростання інфляції та війна в Україні змінили цю позитивну тенденцію. З початком війни в Україні Томаш Кабелач, менеджер із сталого розвитку Soulmates Ventures, зазначав: «Стартапи, які зосереджені на кліматичних технологіях, відносно зберегли обсяг залучених інвестицій, як і в останньому кварталі 2021 року. Це пов'язано з тим, що кліматичні технології включають такі сектори, як енергетики чи сільського господарства, які є надзвичайно

важливими на даний момент для вирішення проблем, викликаних військовим конфліктом», і додає, що стартапи в портфелі інвестиційного акселератора процвітають [3].

Створення еко-стартапів передбачає унікальний набір викликів і можливостей. Ці стартапи зосереджуються на розробці інноваційних рішень для вирішення екологічних проблем, таких як зміна клімату, забруднення та виснаження ресурсів. Однією з ключових особливостей є акцент на стійкості та соціальній відповідальності в усіх аспектах бізнесу, від розробки продукту до управління ланцюгом поставок. Еко-стартапи часто стикаються з регуляторними перешкодами та обмеженим доступом до традиційних джерел фінансування, але вони також виграють від зростаючого споживчого попиту на екологічно чисті продукти та послуги. Загалом, успіх еко-стартапу залежить від його здатності збалансувати вплив на навколишнє середовище з фінансовою життєздатністю та масштабованістю.

Екологічні стартапи є особливим видом інновацій, впровадження яких має на меті досягти результатів для зростання економіки, а також екологічних цілей. Ці проекти стикаються з унікальними проблемами у залученні інвесторів та конкурують із традиційними підприємцями, орієнтованими лише на отримання прибутку. Такі стартапи залучають венчурний капітал і отримують нову підтримку від соціально відповідальних інвесторів, еко-інвесторів та популярних платформ краудфандингу. Деякі з них є дуже успішними як в Україні, так і в цілому світі [4].

Співзасновник cleantech-проекту Rekaва Юрій Тустановський, вважає, що українці – лише на початку шляху до свідомого виробництва та споживання. Серед основних кроків на цьому шляху – створення інфраструктури, у межах якої можна було б регулювати й сертифікувати екологічні продукти, долати проблеми «гринвошингу», сортувати сміття на органічне та неорганічне. Rekaва – український екологічний бренд, що виробляє продукти з переробленої кавової гущі, зокрема ароматичні свічки. Зараз компанія готується до випуску одноразових біорозкладних стаканів та горщиків для розсади [4].

Війна лише додає екологічних проблем та наслідків, які потрібно буде вирішувати і під час війни, і після закінчення війни. Тому в цьому питанні важливою буде підтримка з боку держави. Згідно із даними проекту «Польсько-український міст стартапів» [5], 31% українських команд отримували гранти на розвиток від Українського фонду стартапів (USF). Цей започаткований у 2020 році державний фонд за два роки своєї роботи профінансував понад 200 проектів майже на \$6,3 млн. В умовах війни USF разом із урядом зосередилися на підтримці проектів подвійного призначення для підвищення обороноздатності країни та післявоєнної відбудови. В рамках спеціальної програми підтримки надаються гранти у розмірі \$35 000 для стартапів в галузі оборонної сфери, будівництва, кібербезпеки, медицини та підтримки психічного здоров'я, освіти [6]. Це, безперечно, найбільш важливі сфери сьогодні для нашої держави.

Чому ж таки варто підтримувати екологічні стартапи під час війни. Насамперед тому, що війна руйнує природні екосистеми, завдає шкоди всім видам природних ресурсів. Екологічні стартапи можуть розробляти технології та інновації, спрямовані на збереження природи та відновлення пошкоджених екосистем.

Війна може призвести до забруднення повітря, води та ґрунту шкідливими речовинами та отруйними викидами. І саме екологічні стартапи можуть розвивати технології для очищення води та повітря, що допоможе зберегти здоров'я населення.

Відповідно інвестування в екологічні стартапи може сприяти створенню стійких та відновлюваних систем, що допоможе країні відновити українську економіку та природне середовище після завершення конфлікту. Підтримка екологічних стартапів відображає спрямування країни до інновацій та сталого розвитку, що може стати основою для майбутнього благополуччя країни після кризового періоду війни.

Отже, підтримка екологічних стартапів під час війни є важливою не лише для збереження навколишнього середовища, але і для здоров'я людей, стійкості країни та її майбутнього розвитку.

Список використаної літератури:

1. Global Startup Ecosystem 2022. URL: <https://www.startupblink.com/>
2. Ukraine deal review 2021. UVCA: May 2022. URL: <https://www.slideshare.net/UVCA/ukraine-deal-review-2021-tech-venture-capital-and-private-equity-deals-of-ukraine>
3. Томаш Кабелач. Війна в Україні остаточно змінила середовище стартапів, інтерес до інвестицій тимчасово впав на 37%. Soulmatesventures. URL: <https://www.soulmatesventures.com/the-war-in-ukraine-has-permanently-changed-the-startup-environment/>
4. Ягорі Я. Перші у світі. Як український стартап Rekaва створює свічки та стаканчики з кавової гущі. *Економічна правда*. 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/25/696279/>
5. Wawak Ł., Matsuta K., Tchaikowska I., Dolinskyi N., Wróblewski J. Ukrainian startup ecosystem: Facing the challenges, seizing the opportunities, 2021. Polish-Ukrainian Startup Bridge, 2021. URL: https://www.startupbridge.eu/wp-content/uploads/2022/01/PUSB_REPORT_UKRAINIAN_STARTUP_ECOSYSTEM_2021.pdf
6. Шкіль Л. Фінансування українських стартапів під час війни: де шукати інвестиції. *AIN*. 2022. URL: <https://ain.ua/2022/11/16/finansuvannya-ukrayinskyh-startapiv-pid-chas-vijny/>

Чалюк Юлія Олексіївна
доктор економічних наук,
професор кафедри економічної теорії,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-15>

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ RUPT, SHIVA І TACI СВІТІВ

Повномасштабне вторгнення росії в Україну, загроза продовольчій безпеці світу (зрив «зернової угоди»), недієздатність ООН та інших міжнародних організацій при вирішенні соціальних, економічних, політичних та екологічних проблем (гуманітарна катастрофа та «екоцид» в Херсоні через підрив Каховської ГЕС), постійне порушення росією та білоруссю норм міжнародного права, спонсорування війни в Україні та допомога росії в обході санкцій (купівля товарів подвійного призначення) такими країнами як ОАЕ, Китай, Туреччина, Гонконг, Казахстан, Киргизстан, Вірменія, Узбекистан довели, що модель VUCA та BANI світу більше не працює.

Акронім **RUPT** в перекладі з латини означає «ламати, тріскати». *RUPT* світ є альтернативною *VUCA*, проте окреслює майбутній перехід до **SHIVA** і **TACI** світів. Абревіатуру RUPT виникла від англійських слів: *rapid* – швидкий (зміни приходять до нас швидко, накладаються одна на одну як хвилі «ефект брижі»); *unpredictable* – непередбачуваний (є можливість виробити стратегію та передбачати майбутнє, але потім з'являється щось абсолютно несподіване, що ставить під сумнів усі стратегічні плани та змушує нас змінити своє мислення); *paradoxical* – парадоксальний (потрібно навчитись керувати процесами як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі); *tangled* – заплутаний (все взаємопов'язано, ми живемо у «глобальному селі», де сучасне людство за умов надвисоких швидкостей та інформаційних технологій живе на планеті без кордонів. Увесь світ стає для індивідуума настільки близьким і доступним, наче село, в якому народився та виріс [6].

Світ змінюється занадто швидко, нова реальність вносить свої корективи. Нові моделі **SHIVA** і **TACI** світів описують перехідний етап, коли старе руйнується, а нове лише зароджується.

У 1985 році Уоррен Бенніс і Берт Нанус у своїй книзі «Лідери» проголосили перехід від SPOD до VUCA світу, нової реальності, яка піднімала питання глобальної безпеки, геополітичної ситуації та стратегічного планування у бізнес-середовищі [10].

У 2019 році економічні аналітики спрогнозували перехід від VUCA до BANI світу. У 2020 році пандемія COVID-19 прискорила цей процес трансформації [11]. У 2022 році російсько-українська війна залишила від BANI-світу лише уламки. *2024 рік ставить перед людством амбітне завдання – адаптуватись до нового SHIVA та TACI світів* [4; 5].

Абревіатура **SHIVA** виникла від англійських слів *split* (розщеплений), *horrible* (жахливий), *inconceivable* (немислимий), *vicious* (жорстокий) і *arising* (той, що відроджується). У цій абревіатурі лише остання буква «А» несе ознаку надії, оптимізму та відродження. У моделі SHIVA-світу чітко простежується посилення на індуїзм, де *Шіва* (SHIVA) *вважається* головним божеством, богом-руйнівником.

TACI-світ є провісником глобальної трансформації. Абревіатура TACI виникла від англійських слів *turbulent* (турбулентний), *accidental* (випадковий), *chaotic* (хаотичний), *inimical* (ворожий).

У світі BANI особливості актуальності набули м'які навички (soft skills), необхідні для швидкої адаптації до змін (емпатія та співчуття, стійкість, адаптивність, креативність та опора на інтуїцію). У світі, який мінливий і складний, діяти за чітким планом, керуватися шаблонами неефективно. Прихильники моделі **SHIVA** пропонують робити ставку на емоційний інтелект, розвивати гнучкі навички «soft skills» [3; 7; 8].

Постає слушне питання як підготуватись до майбутніх змін. Відповідаючи на нього, економічні аналітики та прогнозисти пропонують дві базові моделі адаптації до мінливого середовища. Перша модель Карла Гаусса (німецького фізика, який зробив внесок у розвиток теорії ймовірностей), базується на принципі стабільного розвитку: завтра буде приблизно те саме, що й учора. Доцільно

використати цикл Шухарта-Демінга (PDCA), що описує цикл дій для вирішення складних задач у *стабільному середовищі*: планує (**Plan**), роби (**Do**), перевіряй (**Check**), впливай (**Act**).

Друга модель Бенуа Мандельброта (французького математика, який досліджував теорію хаосу), свідчить, що якщо теоретично подія може статися, вона рано чи пізно відбудеться. Для досягнення результатів у *мінливому середовищі* застосовують цикл **HADI**: формує гіпотези (**Hypothesis**), перевіряй (**Action**), отримуй результат (**Data**), роби висновки (**Insights**).

Модель Гаусса була актуальною в стабільну епоху SPOD (1980–1990 роки), коли технології та обчислювальна техніка ще не чинили значного впливу на соціум. Це був стійкий (*steady*), передбачуваний (*predictable*), простий (*ordinary*) та визначений (*definite*) світ.

Модель Гаусса поступилася місцем *моделі Мандельброта* з концепцією «хаосу та порядку» (епоха SHIVA і TACI світів), настав час «чорних лебедів» (*TBS, The Black Swan*). Цю концепцію описав прихильник Мандельброта Нассім Ніколас Талеб у своїх бестселерах «*Чорний лебідь: вплив надто неймовірного*» та «*Антихрупкість*» [1].

Новий світ **SHIVA** – це тотальне перезавантаження. Він вимагає від людей високий емоційний інтелект, вміння вибудовувати з людьми горизонтальні зв'язки. Відома фраза «*помилляйся недорого, помилляйся часто, визнавай свої помилки і, головне, вчись на них*» стає новим керівництвом до дій. Для ефективного функціонування у **BANI** світі люди мають взаємодіяти як єдиний організм. У світі SHIVA команда перестає бути єдиним організмом. Фокус переходить на самодостатніх співробітників з універсальним набором якостей, які легко замінюються (адаптивність, гнучкість, креативність).

Щоб адаптуватися та вижити у SHIVA світі, необхідно диверсифікувати ризики, оцінювати події та передбачати можливі наслідки; готувати свідомість до можливих потрясінь та розвивати стресостійкість; підлаштовувати навчальну та професійну діяльність під різноманітні непередбачувані події зі світового контексту; створювати зрозумілі процеси взаємодії без додаткових ускладнень.

Список використаної літератури:

1. Jamais Cascio. Facing the Age of Chaos. URL: <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d> (дата звернення: 26.03.2024).
2. Bennett T. The World VUCA and BANI That Will Replace Them. URL: <https://priceva.com/blog/transforming-world-vuca-bani-shiva-taci> (дата звернення: 26.03.2024).
3. Цифра Т.Ю., Моголівець А.А., Вершигора Д.М. Digital-skills економістів-будівельників в епоху VUCA та BANI-світу. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2022. № 49(1). С. 192–205.
4. Чалюк Ю. Глобальний соціально-економічний розвиток в умовах VUCA, SPOD, DEST ТА BANI СВІТУ. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-21>
5. Чалюк Ю. Соціально-економічний розвиток в умовах TUNA світу. *Управління розвитком соціально-економічних систем* : матеріали VI Між. науково-практич. конф. (присвяченої 100-річчю від Дня народження професора Турченка Михайла Михайловича), 5-16 червня 2022 року, м. Харків. Харків : ДБТУ, 2022. С. 136–138.
6. Where do the terms «VUCA» and «BANI» come from? And who knows «RUPT» and «TUNA»? URL: <https://www.vuca-world.org/vuca-bani-rupt-tuna/> (дата звернення: 26.03.2024).
7. Артеменко С., Фляшнікова А., Оніщук І. Особливості впровадження технології «перевернутого навчання» для студентів вищих навчальних закладів спеціальності «Соціологія» (дата звернення: 26.03.2024).
8. Onishchuk I., Artemenko S. Features of the organization of the education system in the Netherlands. *UNIVERSUM*. 2023. P. 102–106.
9. What is the Plan-Do-Check-Act (PDCA) Cycle? URL: <https://asq.org/quality-resources/pdca-cycle> (дата звернення: 26.03.2024).
10. Perehuda Y., Primush R., Chmyr Y., Kravtsov M., Koniushkov A. Information Wars: Historical and Comparative Analysis, Specifics and Factors of Actualization in the Modern World. *National Security Drivers of Ukraine*. 2023. P. 259–273. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-33724-6_15 (дата звернення: 18.04.2024).
11. Перегуда Ю., Каленська В. Розвиток системи міжнародних відносин в системі глобалізаційних змін на тлі пандемії COVID-19. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія Економічна. Серія Юридична*. 2021. Вип. 29. С. 325–330. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5809044> (дата звернення: 18.04.2024).

Черняк Михайло Львович
*здобувач кафедри економічної кібернетики,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-16>

АНАЛІЗ УЯВЛЕНЬ ПРО ПРИРОДУ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Інновацій, мають ключове значення для стимулювання економічного зростання, створення робочих місць, залучення інвестицій та зміцнення позицій країни на глобальному ринку. Виконання прийнятою ООН програми сталого розвитку викликає необхідність розробки інноваційних технологій, що водночас відповідають екологічним стандартам і забезпечують соціальну безпеку. В цьому зв'язку метою даної роботи стало дослідження історії розвитку економічної думки щодо інновацій, аналізі еволюції концепцій і підходів до інноваційного процесу через різні історичні епохи та визначенні їх впливу на господарський розвиток, виробництво та ринкові відносини.

Протягом останнього чверть століття проблематика інновацій безперечно визначала світову економічну думку. Існують об'єктивні причини цього: інновації стали ключовим фактором сучасної економіки, сприяючи покращенню якості життя та стабільному, екологічно безпечному майбутньому. Тривалу популярність серед науковців отримала трьохетапна ретроспектива теорії інновацій, яка базується на онтологічних критеріях та зосереджується на взаємозв'язку між видами економічної діяльності, темпами генерації і впровадження нових ідей, та технологічними змінами. В еволюції економічної теорії інновацій виділяються наступні етапи:

- економічні вчення про інновації доринкової економіки;
- економічні вчення й економічна теорія інновацій нерегульованих ринкових відносин;
- економічні вчення інновацій періоду комунікативної, соціально орієнтованої економіки [1].

У кінці XIX століття для опису інновацій використовували терміни як «нововведення» та «технічний прогрес», а самі зміни сприймалися через призму божественного втручання чи людського вдосконалення. Античність вбачала у світі вічність і незмінність, але водночас і мінливість, де людина могла ініціювати зміни. Традиційно, втім, розуміння і досвід минулого мали перевагу над новаторством [2].

Меркантилісти ввели проблематику нововведень у економічну науку, де інновації розглядалися як засіб задоволення потреб через присвоєння ресурсів природи. Інноваційні тенденції меркантилізму відображали першу теоретичну концепцію інновацій, вибираючи нові відносини, що пізніше стали відомі як ринкові.

Поява індустріалізму сприяла розвитку теорій інновацій в межах класичної політичної економії. Початково інновації асоціювалися з гуманітарною сферою, але потім сприймалися як технологічне явище, що підпорядковується загальним економічним законам. Нововведення визначалися через їх спосіб існування, а їх конкретні аспекти описувалися через різноманітні форми прояву та наслідки. Відповідно до цього формується предметний простір подальших досліджень (рис. 1).



Рис. 1. Змістовне наповнення нововведень

Економічні дослідження інновацій зосереджені на аналізі макросистем, де теорія перетинається з емпірією. Неокласики вважають детальний аналіз на мікрорівні неефективним,

розглядаючи інновації як двигун економічного зростання через нові продукти та технології.

На початку ХХ століття розпочався новий етап у розвитку теорії інновацій, коли поняття «інновація» почало асоціюватися не лише з копіюванням культурних елементів, а й з нововведеннями у виробництві.

Важливий внесок у цей період зробили П.Л. де Бугальбер та інші мислителі, чії ідеї про взаємозв'язок між ринковою рівновагою та суспільним виробництвом вплинули на подальше формування економічної думки про інновації. Йозеф Шумпетер відіграв вирішальну роль у розвитку еволюційної теорії інновацій. Його термін «інновація» став ключовим у економічній теорії та практиці. Книги Шумпетера, зокрема «Теорії економічного розвитку», «Капіталізм, соціалізм і демократія» та «Історія економічного аналізу», отримали світову популярність. Він використовував поняття «нововведення» та «інновація» синонімічно, розглядаючи їх як нові функції виробництва. Шумпетер також надавав практичні рекомендації щодо інноваційної поведінки підприємствам і розкривав системну природу інновацій та їх динамічний характер. Інновації, за вченням Шумпетера, є результатом діяльності підприємства і останнім етапом науково-виробничого циклу. Вони спричиняють зміну продуктово-технологічних параметрів і стають каталізатором похідних нововведень. Також інновації є циклічним процесом, який періодично спричиняє «творче руйнування» економічної дійсності. Послідовне продовження суджень на цю тему логічно виводить на необхідність системного погляду на інновації і прокладає «місток» між інноваційною діяльністю мікро- і макрорівнів [3]. Шумпетер визначив п'ять видів інновацій: нові товари, нові методи виробництва, нові ринки, нові джерела сировини, та зміни в галузевій структурі. Він підкреслив роль підприємця як ключового агента інновацій та зазначив, що інновації стимулюють економічний розвиток.

Поняття «інновація» розвивалося до опису якісних змін у виробництві, продуктах, послугах та технологіях, що підвищують зростання та конкурентоспроможність економіки. Найважливішим у побудові інноваційної економіки й забезпеченні конкуренто-

спроможності країни є використання власних наукових знань та інновацій, що сприяє розвитку національної інноваційної системи. Для компенсації негативного впливу імпорتنих технологій на економічну динаміку, питома ефективність використання вітчизняних технологій повинна перевищувати відповідні імпорتنі на 2-4 рази [4]. Вхідні індикатори інноваційної діяльності включають:

1) Фактори здійснення інновацій, які оцінюють структурні передумови для розвитку інноваційного потенціалу.

2) Створення знань, що вимірює рівень інвестицій у НДДКР, ключові для успішної економіки на основі знань.

3) Інновації в підприємництво, які оцінюють рівень інноваційного розвитку на рівні фірми, тобто інноваційну діяльність на мікроекономічному рівні.

В свою чергу вихідні індикатори інноваційної діяльності оцінюють структуру зайнятості, виробництва й реалізації з інноваційної точки зору і роль інновацій у створення доданої вартості, а інтелектуальна власність оцінює досягнуті результати з погляду активності патентування [5].

Важливо зазначити, що цивілізаційний прогрес вимагає розширення господарської діяльності, але часто він супроводжується шкодою природі, що ставить людство перед дилемою між технологічним розвитком та екологічною стабільністю. Сьогодні пропонуються різні шляхи вирішення так званої «екологічної кризи», що виникла від науково-технічного прогресу. Це розвиток ідей про зміну вектора розвитку людства, що полягає у відмові від техногенної цивілізації і переході або на біологічні (біоцивілізація), або на інформаційні рейки і різні варіанти переорієнтації технології та виробництва, що пов'язані з настроями екологічного песимізму й алармизму (від англ. alarm – тривога), з відродженням реакційно-романтичних концепцій русоїстського змісту, з погляду яких першопричиною екологічної кризи є сам по собі науково-технічний прогрес. Однак явною вадою цього підходу є те, що він пропонує неприйнятне, особливо в наш час, вирішення екологічних проблем – шляхом обмеження, а можливо і призупинення технічного прогресу. Більш перспективними є

проекти радикальної перебудови технології, рятування її від прорахунків, що призводять до забруднення навколишнього середовища створення нових технічних засобів і технологічних процесів (транспорт, енергетики й ін.), прийнятних, з екологічної точки зору.

Нова інноваційна політика спонукає до ресурсозбереження, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності продукції, переорієнтації економіки на переробні галузі, і впровадження екологічно чистих технологій, які включають соціальні гарантії та перепідготовку працівників у рамках технічного прогресу.

Інноваційний процес, що включає науково-технічний прогрес, складається з кількох етапів, таких як наукові дослідження, розробка технологій, їх промислове впровадження, створення нових продуктів і їх комерціалізація. Ці етапи взаємопов'язані і мають вирішальне значення для успіху інноваційного процесу. Цивілізаційний прогрес потребує розвитку та інновацій, але викликає екологічні виклики. Рішення полягає у збалансованому підході, що поєднує науково-технічний розвиток з екологічною стійкістю через ефективне використання ресурсів та еко-інновації.

Список використаної літератури:

1. Tidd J., Bessant J., Pavitt K. *Managing innovation*. Johnwiley&Sons, LTD, Chichester. 2001. 117 p.
2. Михайловська О.В. Вплив глобалізації інформаційного простору на розвиток міжнародних інноваційно-інвестиційних процесів : монографія. Київ : Дакор, 2009. 424 с.
3. Joseph A. Schumpeter. *History of Economic Analysis*. March 26, 1987. P. 413–428
4. Новицький В.Є. *Економічні ресурси цивілізаційного розвитку*. Київ : НАУ, 2004. 268 с.
5. Cantwell J., Jane O. *Technological globalization and innovative centers: the role of corporate technological leadership and locational hierarchy*. Vienna : TEIS, 1996. 186 p.

Чиж Людмила Петрівна
*кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки і фінансів,
Одеський національний морський університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-17>

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасній економіці перебіг глобальних процесів розвитку залежить насамперед від якості стратегічних компетенцій підприємств. Функціонування систем управління підприємствами засноване переважно на інформації, яку має у своєму розпорядженні менеджмент і яка формується всередині підприємства.

Для задоволення інформаційних потреб підприємств необхідно йти шляхом інтеграції бізнес-процесів та інформаційно-комунікаційних технологій. Це спричинило виникнення та поширення поняття «діджиталізації», як процесу перенесення інформації у цифрову форму, який поступово формується в межах постіндустріального періоду економічного розвитку шляхом впровадження досягнень науково-технічного прогресу та інноваційних методів господарювання, інтелектуалізації людського капіталу, використання передових новітніх технологій, прискореного розвитку наукомістких галузей економіки, надання пріоритету виробництву знань та послуг, становленню менталітету творчого, ефективного, раціонального бізнесу [1].

Ключовими особливостями управління підприємством в умовах діджиталізації є:

- управління процесами на основі застосування автоматизованих технологій обробки, аналізу та прогнозування великих масивів даних;
- отримання та обробка даних в режимі реального часу;
- висока швидкість прийняття рішень;
- інтерактивність середовища та висока швидкість реакції на зміни;

- орієнтація на конкретного користувача;
- формування цифрової екосистеми [2].

За даними науковців, 99,5% зібраних даних будь-коли аналізується. Це великий невикористаний потенціал, який можна використати, щоб вивести бізнес на великі висоти. У цьому і може допомогти аналіз великих даних.

Як правило, в інформаційній системі більшості підприємств можна виділити такі основні недоліки:

- недостовірність і спотворення усній і візуальної інформації, переданої спеціалістами з об'єкта управління вищому керівництву;
- надмірне перебільшення комерційної таємниці і закритість економічної інформації від зовнішніх користувачів і значного числі керівників середньої та нижньої ланок;
- прийняття поспішних управлінських рішень на основі неповної та спотвореної інформації;
- накопичення та зберігання зайвої або застарілої інформації на робочому столі і в комп'ютері, що призводить до втрат робочого часу на пошук потрібної інформації.
- невдале прагнення до загальної комп'ютеризації управління на підприємстві.

Звідси, логічно витікає єдиний простий і разом з тим, складний, вихід – визначення раціонального мінімуму інформації, яким повинен володіти персонал певних рівнів управління. Для вирішення цієї проблеми потрібні глибокі знання предмету дослідження.

Незважаючи на тривале використання термінологічного апарату, до сих пір не існує єдиного узгодженого поняття економічної стійкості щодо мікроекономічного рівня, але їх об'єднує одне – це комплексний підхід до концепції економічної стійкості підприємства.

Приймаючи до уваги багатогранність визначення «економічна стійкість», можемо стверджувати, що стійкий економічний розвиток підприємства передбачає здатність підприємства рухатися від максимізації ймовірності успіху до мінімізації ймовірності невдач, залежно від стадії життєвого циклу і агресивних, деструктивних зовнішніх і внутрішніх чинників, за рахунок накопичення і ефективного використання ресурсного потенціалу, перед усім, зберігаючи динамічну фінансову рівновагу.

До розробки інформаційного супроводу розвитку підприємства, зберігаючи його стійкість, необхідно підходити системно.

Традиційною думкою є те, що ядром економічної інформації є облікова інформація, на яку припадає майже 90% її обсягу [3].

Користування тільки традиційною обліково-аналітичною інформацією не дає позитивних результатів. Результативність прийнятих рішень в сучасних умовах багато в чому визначається регулярністю, надійністю і достовірністю зовнішньої інформації. Система обліково-аналітичного інформаційного забезпечення стійкого розвитку повинна бути складовою частиною інтегрованої системи управління підприємством і адаптованою до МСФЗ.

Це передбачає поєднання процедур бухгалтерського обліку, економічного аналізу, моніторингу та формування інформації такого характеру, що передусє сприяє прийняттю обґрунтованого управлінського рішення.

Список використаної літератури:

1. Лігоненко Л.О., Хріпко А.В., Доманський А.О. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 22. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2018-22-4555>
2. George G., Haas M., Pentland A. From the editors – Big data and management. *Academy of Management Journal*. 2016. Vol. 57. P. 321–326. DOI: <https://doi.org/10.5465/amj.2014.4002>
3. Фаріон В., Фаріон Т. Роль облікової інформації в системі управління банком. *Журнал європейської економіки*. 2013. Том 12. № 1. С. 96–108.

Янковський Валерій Андрійович
аспірант,
Державний вищий навчальний заклад
«Донецький національний технічний університет»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-18>

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ: СУТЬ ТА РІВНІ РЕАЛІЗАЦІЇ

Останніми роками через воєнні дії політична та економічна ситуація в нашій країні зазнає динамічних змін, що першочергово впливає на загальний рівень національної безпеки держави. Національна безпека держави виступає стрижнем забезпечення розвитку та життєдіяльності суспільства та країни в цілому. Однією із головних складових національної безпеки держави, що відіграє вирішальну роль при забезпеченні економічної незалежності, реалізації національних інтересів та розвитку суспільства виступає економічна безпека. Саме тому питання дослідження сутності категорії «економічна безпека держави» є актуальним в наш час.

Категорія «економічна безпека» вперше був використаний у ХХ ст. у програмах президента США Ф. Рузвельта. У 1934 р. в США прийнято перший нормативно-правовий акт з питань безпеки – закон «Про національну безпеку», де вперше введено поняття: «національна безпека – сукупність умов, що надійно забезпечують національний суверенітет, захист стратегічних інтересів і повноцінний розвиток суспільства, життя та здоров'я усіх його громадян», а також створено Федеральний комітет з економічної безпеки для підвищення рівня якості життя населення через забезпечення економічної безпеки держави [1–3]. Офіційного статусу термін «економічна безпека» набув у 1985 р., коли на 40-й сесії Генеральної Асамблеї ООН було прийнято резолюцію «Міжнародна економічна безпека», у якій зазначено, що світовій спільноті необхідно сприяти забезпеченню міжнародної економічної безпеки з метою соціально-економічного розвитку та прогресу кожної країни [4].

Реалізація економічної безпеки відбувається на різних рівнях соціально-економічних відносин, зокрема можна виділити економічну безпеку на мега-, макро-, мезо- та мікрорівнях.

1. Мегарівень економічної безпеки стосується глобальних та міжнародних економічних відносин. Глобальний рівень передбачає досягнення сталого світового економічного розвитку, що забезпечує високий рівень економічної безпеки та гідний рівень життя для населення кожної країни незалежно від національності. У свою чергу міжнародний рівень проявляється у співпраці держав для вирішення своїх національних і глобальних проблем світу шляхом підписання угод (наприклад, угода про вільну торгівлю, для якої створене об'єднання країн USMCA) та реалізація ними своїх затверджених соціально-економічних стратегій.

2. Макрорівень економічної безпеки стосується певної країни, зокрема забезпечення сталого розвитку національної економіки країни, яка має можливість адекватно реагувати на вплив ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища.

3. Мезорівень економічної безпеки стосується регіональних та галузевих проблем розвитку національної економічної системи. На регіональному рівні – це здатність регіонів забезпечувати економічну конкурентоспроможність, соціальні права суспільства та підвищувати загальний економічний потенціал і фінансову стійкість для синергії з національною економікою країни. На галузевому рівні – збалансованість системи національного, регіонального та місцевого виробництва для забезпечення потреб суб'єктів господарювання та окремих індивідів.

4. Мікрорівень економічної безпеки – рівень окремого суб'єкта господарювання – підприємства, домогосподарства, окремого індивіда. Охарактеризувати мікрорівень економічної безпеки можна через стан ефективності суб'єкта, зокрема, коли підприємства ефективно використовують свої ресурси та забезпечують фінансову стійкість і стабільне функціонування у довгостроковій перспективі, сприяючи розвитку гідного рівня життя суспільства.

У таблиці 1 представлені дефініції науковців щодо сутності поняття «економічна безпека», зокрема акцент зроблений на розкритті терміну на макрорівні.

**Дефініції науковців щодо сутності поняття
«економічна безпека»**

| № | Автор | Визначення поняття «Економічна безпека» (макрорівень) | Сутнісна складова |
|---|--|---|---|
| 1 | «Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України» | «стан національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз, забезпечувати високу конкурентоспроможність у світовому економічному середовищі і характеризує здатність національної економіки до сталого та збалансованого зростання» [5]. | Національна економіка, конкурентоспроможність, внутрішні та зовнішні загрози, зростання |
| 2 | В. Мунтіян | «загальнонаціональний комплекс заходів, який спрямований на постійний та стабільний розвиток економіки держави та включає механізм протидії внутрішнім та зовнішнім загрозам» [6]. | Загальнонаціональний комплекс, стабільний розвиток, внутрішні та зовнішні загрози |
| 3 | Г. Пастернак-Таранушенко | «стан держави, згідно з яким забезпечена можливість створення, розвитку умов для плідного життя та зростання статку його населення, перспективного розвитку в майбутньому» [7]. | Держава, плідне життя, зростання, населення, розвиток |
| 4 | Л. Акімова | «певна система управління з погляду організаційних, економічних, фінансових, правових та інших факторів, із застосуванням яких з'являється можливість: спрямувати потенційні або реальні загрози в таку економічну площину координат, у якій негативна дія шкоди буде послаблена до бажаного рівня в найкоротший час; стабілізувати | Система управління, потенційні або реальні загрози, стабілізація, розвиток |

| | | | |
|---|-------------|---|--|
| | | зовнішньоекономічну діяльність і посилити позиції суб'єктів на світовому ринку; домогтися узгодженості в розвитку зовнішнього і внутрішнього ринків у тому разі, коли остання буде спиратись на підґрунтя наукових принципів» [8, с. 8]. | |
| 5 | А. Мазаракі | «сукупність умов і факторів, які забезпечують незалежність національної економіки, її стабільність і стійкість, здатність до постійного оновлення та самовдосконалення» [9]. | Незалежність, національна економіка, стабільність, самовдосконалення |
| 6 | Д. Повзун | «стан економіки та інститутів влади, за якого забезпечуються гарантований захист національних інтересів, незалежність обраного економічного курсу, соціальна спрямованість економічних реформ, достатній оборонний потенціал навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів» [10]. | Інститути влади, захист, національні інтереси, соціальна спрямованість |

Джерело: складено автором на основі [5–10]

Таким чином економічна безпека – складне поняття, що містить у своїй основі різні аспекти соціально-економічних відносин на мега-, макро-, мезо-, мікрорівнях, що передбачають низку спеціальних заходів задля досягнення реалізації національних інтересів, демонструють економічну незалежність, стійкість та здатність протидіяти впливу загроз ендогенного та екзогенного характеру, забезпечують соціально-економічні потреби та розвиток суспільства. Подальші дослідження становитимуть питання діалектичного зв'язку між категоріями «національні інтереси», «економічна безпека» та «розвиток суспільства», що надасть можливість сформулювати концепцію розвитку суспільства в аспекті забезпечення економічної безпеки національних інтересів.

Список використаної літератури:

1. Користін О.Є., Барановський О.І., Герасименко Л.В. та ін. Економічна безпека : навчальний посібник / за ред. О.М. Джужі. Київ : Алерта, КНТ; Центр учбової літератури, 2010. 368 с.
2. Варналій З.С., Буркальцева Д.Д., Насенко О.С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія / за заг. ред. проф. З.С. Варналія. Київ, 2011. 299 с.
3. Крамаренко К.М., Бойчук М.П. Теоретичні аспекти національної економічної безпеки. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 165–168. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/28.pdf (дата звернення: 14.04.2024).
4. Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. Київ : Лібра, 2003. 280 с.
5. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджені наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 року № 1277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13> (дата звернення: 14.04.2024).
6. Мунтіян В.І. Економічна безпека України. Київ : Лібра, 1999. 462 с.
7. Пастернак-Таранушенко Г. Економічна і національна безпека держави. *Економіка України*. 1994. № 2. С. 51–56.
8. Акімова Л.М. Становлення системи економічної безпеки держави в Україні: сутність, рівні, складники. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. 2018. № 1 (19). С. 1–11.
9. Мазаракі А.А., Корольчук О.П., Мельник Т.М. Економічна безпека України в умовах глобалізаційних викликів : монографія / за ред. А.А. Мазаракі. Київ : Нац. торг.-екон. ун-т. Київ., 2010. 717 с.
10. Повзун Д.І. Економічна безпека регіону як складова національної безпеки України. *Економіка та держава*. 2020. № 8. С. 89–94. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.8.89> (дата звернення: 14.04.2024).

НАПРЯМ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ

Теребух Андрій Андрійович

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри туризму;*

Дацко Адріана Михайлівна

студентка,

Національний університет «Львівська політехніка»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-19>

ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ГАСТРОТУРИЗМУ ЛЬВІВЩИНИ

У сучасних умовах класифікацію «гастрономічного туризму» можна віднести до одного з секторів, які розвиваються найбільш швидко, охоплюючи як туризм, так і харчування. Ця нова форма туризму не тільки полегшує організацію «гастрономічних турів», але й відіграє значну роль у відродженні та збереженні культурних кулінарних звичаїв. Зростаючий тренд гостротуризму набирає відбитків у всьому світі, і Львівська область не є винятком. З багатою гастрономічною культурою, яка поєднує давні звичаї з сучасними кулінарними впливами, цей регіон є ідеальним місцем для розвитку гостротуризму. У цьому матеріалі ми заглибимося в потенціал гостротуризму у Львівській області, розглянемо виклики, з якими він стикається, і дослідимо можливості для його майбутнього розширення. Регіон Львівщина славиться своєю багатошаровою культурою, у якій особливе місце займає гастрономічна складова. Різноманітні ресторани, кав'ярні та магазини, що пропонують як традиційні українські страви, так і сучасні гастрономічні шедеври, є основними привабливими точками для туристів з різних країн. Проте, на сьогодні існують деякі проблеми, які ускладнюють повний розвиток гостротуризму в регіоні.

Однією з найбільш актуальних проблем є недостатність розвиненої інфраструктури. Незважаючи на велику кількість гастрономічних закладів, брак зручних транспортних зв'язків можуть обмежувати комфорт та зручність для відвідувачів. Щоб вирішити цю проблему, необхідно активно розвивати транспортні мережі. На даний момент, у місті успішно запроваджено електронний квиток Леокарт – автоматизована система обліку оплати проїзду у громадському транспорті Львова. Проте, якщо говорити про зручність самого транспорту, то досить багато автобусів ще старих моделей і потребують заміни. Також, однією з проблем інфраструктури є те, що відвідувачам гастрономічної культури Львова може бути досить важко пересуватись з однієї частини міста у іншу через відсутність чіткого розкладу відправлень автобусів з тої чи іншої зупинки. Для покращення цього стану варто впровадити у місті електронні таблиці на кожній зупинці, де буде вказано час наступного відправлення того чи іншого автобусу. Крім того, іншою важливою проблемою є недостатнє міжнародне просування місцевої гастрономічної культури. Маркетингові стратегії в цьому напрямку можуть бути неефективними, що може призвести до неправильної оцінки потенціалу Львівщини як гастрономічної дестинації. Одним із можливих варіантів розв'язання цієї проблеми є залучення професіоналів з маркетингу та туризму для розробки більш ефективних стратегій просування [1].

Однак, це більш стосується саме малих локальних закладів ресторанного господарства. У 2007 році у Львові почав свою роботу холдинг емоцій «!FEST», що дало новий подих та потенціал місту, як гастрономічному центру України. Через створення великої мережі концептуальних закладів, гастротуризм приваблює все більше і більше як українських, так і закордонних туристів. Сьогодні холдинг вийшов на новий рівень популяризації Львівської гастрокультури. Працюючи на розширення закладів у країнах Європи, вони все більше привертають увагу та популяризують українське гастросередовище. З найновіших подій, у столиці Великобританії 15 березня відкрився перший заклад української мережі «П'яна вишня». Бар знаходиться у центральній частині Лондона на Moor Street, 10. Український холдинг!FEST планує в травні 2024 року

відкрити перший заклад «Реберні» за кордоном – у Лодзі в Польщі. Цей проєкт компанія реалізує разом із польськими партнерами-франчайзі. Обсяг інвестицій у відкриття – €1 млн [2].

Вплив екологічних факторів на розвиток гастротуризму у Львівській області є надзвичайно важливим, оскільки гастрономічний туризм тісно пов'язаний із локальним соціоприродним середовищем та місцевими традиціями. Він ідеально вписується у концепцію сталого розвитку туризму та має тісні взаємозв'язки з сільським та екологічним туризмом. Культурні фактори також грають важливу роль у розвитку гастрономічного туризму, зокрема збереження культурної спадщини, поширення культурних цінностей та національної кухні. Соціальні аспекти, такі як потреби у спілкуванні та навчанні, також впливають на популярність гастротуризму. Інфраструктурні фактори, зокрема розвиток закладів харчування, є ключовими для становлення та успішного функціонування гастрономічного туризму. У Львівській області розвиток гастрономічного туризму зазнає позитивного впливу цих факторів, за винятком політико-правових обмежень, таких як карантинні заходи в умовах пандемії з 2020 року і воєнний стан з лютого 2022 року. Сприятливі умови, такі як багата кулінарна спадщина регіону, розвинена інфраструктура, фермерські господарства та різноманітні гастрономічні заходи, сприяють популярності гастротуризму та залучають туристів до області [3].

Розвиток гастротуризму на Львівщині відкриває перед регіоном значні можливості для підвищення його привабливості та конкурентоспроможності у туристичній індустрії. З урахуванням потенціалу гастрономічного туризму у Львівщині, існують різноманітні шляхи подальшого розвитку цієї галузі, які варто розглянути. По-перше, звернення до місцевих продуктів та підтримка місцевих виробників може сприяти створенню більш аутентичного та привабливого гастрономічного образу регіону. По-друге, розвиток гастрономічних турів та програм, які пропонують не лише можливість смакування місцевих страв, але й навчання приготуванню та історії за ними, може збільшити інтерес до гастротуризму. Відвідування місцевих фермерських ринків,

ресторанів та кулінарних майстерень може стати цікавим та пізнавальним досвідом для туристів [4].

Крім того, співпраця між громадським сектором, бізнесом та місцевими владами у створенні та просуванні гастрономічних продуктів та послуг може стимулювати розвиток гастротуризму. Спільні маркетингові кампанії та заходи з підвищення свідомості про місцеву кухню та культурні традиції можуть привернути більше уваги до гастрономічних атракцій Львівщини. Загалом, розвиток гастротуризму у Львівській області має потенціал для створення нових можливостей та позитивного впливу на регіональний туризм. Розумне використання місцевих ресурсів та співпраця між різними зацікавленими сторонами можуть сприяти сталому розвитку цієї важливої галузі.

Список використаної літератури:

1. Кіндзер Б., Сабат С. Проблеми та перспективи розвитку спортивного гастротуризму на Львівщині. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності* : зб. тез. II Міжнар. наук.-практ. конф. (7-8 жовт. 2021 р.). Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2021. С. 197–201.
2. Холдинг емоцій «!FEST». Офіційна сторінка. URL: <https://www.fest.lviv.ua>
3. Никига О., Голод А. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму у Львівській області. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2021. С. 190–192.
4. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Болото К.І. Перспективи розвитку гастротуризму України в повоєнний період. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2023. № 17. С. 128–140. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11>

Фостолович Валентина Анатоліївна
*доктор економічних наук, доцент кафедри економіки,
менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної справи*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5359-7996>

Рубан Михайло Дмитрович
магістр,
Житомирський державний університет імені Івана Франка

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-20>

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Одним із елементів сучасного успішного бізнесу є цифрова трансформація підприємств та їх орієнтування на інноваційний напрямок розвитку. Виклики появи кризових ситуацій стали не виключенням, а нажаль, реаліями бізнесової діяльності підприємств різних сфер діяльності, в тому числі і компаній сфери гостинності. Процеси стрімкої глобалізації проникли в усі напрямки діяльності та присутні на кожному етапі провадження бізнесової діяльності.

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу перебувають у безпосередній взаємодії із кінцевим споживачем готового продукту та відчують потребу цифрової трансформації, як технології провадження бізнесу, так і безпосередньо системи управління бізнесом. Високий рівень конкурентної боротьби на ринку сфери послуг щоденно ставить бізнес перед новими викликами, які споживач може опанувати швидше, ніж підприємство буде готовим його впровадити через високу вартість інноваційних розробок, потребу у швидкій трансформації бізнес-процесів, необхідності навчання працівників працювати за новими алгоритмами надання послуг.

Проте, потреба швидкої адаптації інновацій та сучасних трендів і випередження конкурентів на ринку з метою створення й розширення сегменту на ринку кінцевих споживачів є основою побудови ефективного бізнесу.

Незважаючи на усі складності для підприємства реалізувати інноваційну політику та стати на шлях інноваційного розвитку це є найбільш ефективним методом організації успішного бізнесу.

Найбільш важливими у діяльності підприємства є трансформація свідомості керівного персоналу та впровадження інновацій у систему управління підприємствами, зокрема, компаніями сфери гостинності. З метою реалізувати потенціал економічного зростання та збільшити рівень конкурентоспроможності підприємствам готельно-ресторанного бізнесу слід обирати найбільш доцільні інноваційні інструменти та інтегрувати їх у господарську діяльність та у систему управління.

На сьогодні підприємствам готельно-ресторанного бізнесу слід впровадити у господарську діяльність такі інноваційні інструменти як [2]:

- цифрові інструменти у формі програмного забезпечення, що дають можливість «розумного» резервування місць паркінгу;
- застосування цифрових ключів для номерів;
- широке використання інфрачервоних сканерів;
- поширення безконтактних платіжних систем, які підвищують комфорт обслуговування гостя та забезпечують достатній рівень безпеки фінансових ресурсів гостя;
- інтегрування чат-ботів у різні процеси обслуговування – від процесу замовлення послуги до привітань клієнтів – як маркетингового ресурсу;
- супроводження процесів циклу надання послуги голосовим керуванням;
- впровадження програмних продуктів та автоматизованих систем управління майном;
- широке застосування технологій віртуальної та доповненої реальності;
- системи «розумний дім» для управління процесами теплозабезпечення, автоматичної вентиляції, регулювання температури в приміщеннях та інше;
- програмні продукти, які забезпечують управління не лише підприємством в режимі онлайн, але і процес комунікування із

замовниками, постачальниками та гостями завдяки інтегрованій CRM системі;
 – інші інструменти цифрової трансформації.

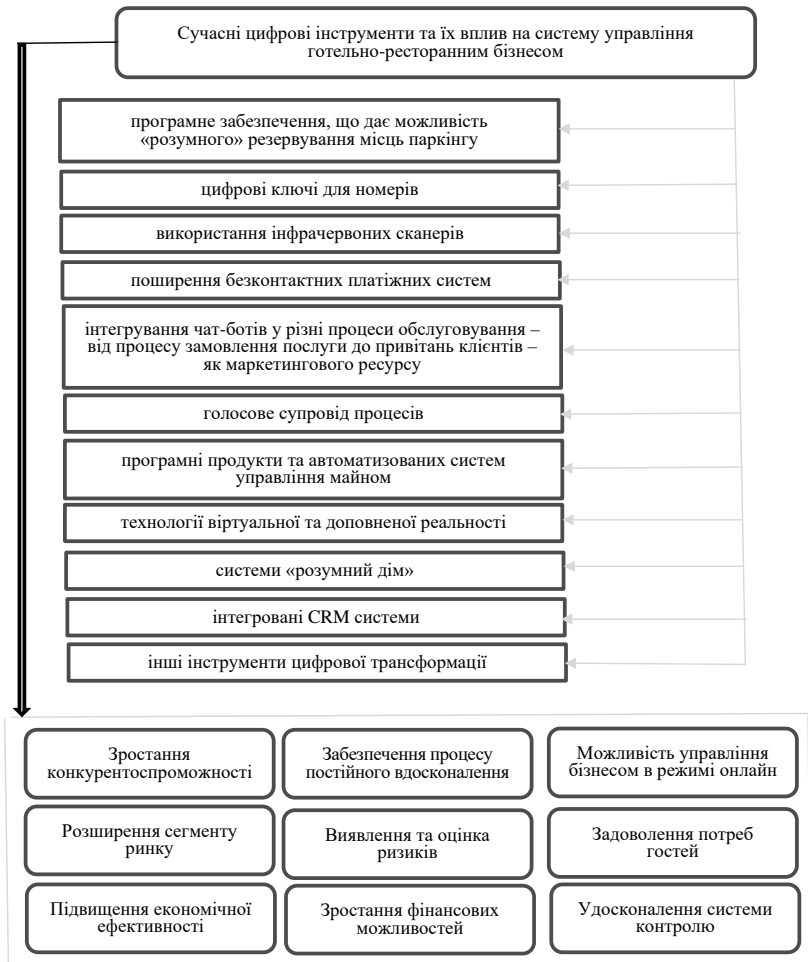


Рис. 1. Сучасні цифрові інструменти та їх вплив на систему управління готельно-ресторанним бізнесом

Джерело: сформовано автором

На початковому етапі впровадження інновацій підприємство дійсно потребує додаткового вкладення фінансових, трудових, інтелектуальних та майнових ресурсів, що обтяжує прийняття рішення про їх впровадження. Проте, кожна із інновацій орієнтована на зменшення витрат та на зростання ефективності провадження бізнесу і процесу управління ним у майбутньому. Аналогічну думку висловлено у дослідженнях Кіш Г.В. [1].

З цією метою для управлінського персоналу підприємств сфери гостинності важливо розробити фінансову стратегію, яка буде орієнтована на інноваційний розвиток. Фінансова стратегія є важливим фактором формування фінансового потенціалу підприємства, оскільки вона спрямована на досягнення фінансових цілей через розробку плану з конкретними результатами.

Розробка фінансової стратегії включає в себе:

- планування бюджету із врахуванням інтегрування інноваційних технологій;
- управління доходами та витратами, що отримані/понесені від впровадження інновацій;
- управління ризиками, пов'язаними із неефективністю чи недоцільністю впровадження інновацій;
- стратегію залучення додаткових фінансових ресурсів на безперервний інноваційний процес;
- план розвитку підприємства орієнтований на постійне вдосконалення та економічне зростання.

Ефективне використання фінансового потенціалу сприяє розвитку фінансового ринку та спрямовує діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу на зростання ліквідності та їх фінансової стійкості.

Оскільки, готельно-ресторанний бізнес є ключовою складовою господарської діяльності, яка надає послуги широкому колу клієнтів та потребує задоволення їх потреб, то впровадження інноваційного напрямку розвитку виступає необхідною умовою. Бізнесова діяльність готелів та ресторанів потребує не лише високої якості обслуговування, а й ефективного фінансового управління, оскільки створюється безпосередньо для отримання доходу. Важливість правильної стратегії управління фінансами в цьому секторі

надзвичайно велика, оскільки вона впливає на конкурентоспроможність підприємства та його здатність адаптуватися до змін у суспільстві та ринкових умов. Тому впровадження програмного забезпечення, яке сприяє ефективному управлінню ресурсами підприємства та якісній системі контролю за витратами є необхідністю, а не лише трендом сучасного бізнесу.

Одним із ключових аспектів ефективного фінансового управління є розробка та впровадження ефективної фінансової стратегії. Фінансова стратегія в готельно-ресторанному бізнесі визначається через розробку плану з конкретними результатами. Вона охоплює багато аспектів, таких як бюджетний план, план управління доходами та витратами, стратегію управління ризиками, план залучення додаткових фінансових ресурсів та стратегію розвитку підприємства. Ретельно розроблена фінансова стратегія допомагає підприємству забезпечити стабільність фінансових показників та досягти своїх цілей в умовах ринкового середовища, яке постійно змінюється.

Забезпечення ефективного використання фінансових ресурсів також включає в себе управління фінансовими операціями та контроль за фінансовими ризиками. Одним із способів досягнення цієї мети є розробка стратегії залучення додаткових фінансових ресурсів. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу можуть використовувати різноманітні фінансові інструменти, такі як кредитування, інвестиції та лізинг, для збільшення свого фінансового потенціалу та забезпечення стійкості фінансових показників.

Крім того, важливим аспектом ефективного фінансового управління є управління фінансовими ризиками. Підприємства повинні розробляти стратегії мінімізації ризиків та забезпечення фінансової стабільності в умовах нестабільного ринкового середовища. Це може включати в себе розробку програм з управління ліквідністю, зменшення валютних ризиків та захист від змін процентних ставок.

Таким чином, оптимізація фінансового управління є ключовим аспектом успішної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Розробка та впровадження ефективної фінансової стратегії,

управління фінансовими операціями та контроль за фінансовими ризиками є важливими елементами цього процесу. Забезпечення стабільності та стійкості фінансових показників допомагає підприємствам готельно-ресторанного бізнесу досягти успіху та зберегти конкурентну перевагу на ринку.

Зростання потреб і очікувань гостей та підвищення конкурентної боротьби на ринку сфери гостинності потребує постійної інноваційної активності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Впровадження штучного інтелекту у виробничі процеси сприятиме формуванню моделі інноваційного конкурентоспроможного бізнесу та технологіям, які задовольнятимуть вимоги й потреби сучасного гостя.

Список використаної літератури:

1. Кіш Г.В. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання в сучасній науці*. 2023. № 6 (12). URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/52251>

2. Фостолович В.А., Боцян Т.В., Фостолович Р.С., Гуртовий Ю.А. Цифровізація підприємств сфери гостинності як основа побудови конкурентоспроможного бізнесу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2023. № 33. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-114>

НАПРЯМ 4. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Бразілій Наталія Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу і оподаткування;*

Пастернак Ярослава Павлівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу і оподаткування,
Черкаський державний технологічний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-21>

ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ОБЛІКУ У ВИКОНАННІ ЗАВДАНЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний етап функціонування держави, суспільства в умовах воєнного стану характеризується суттєвими змінами в економічній та соціальній сферах. Сформовані умови висувають все більше вимог до суб'єктів господарювання, перегляду пріоритетних цілей, їх орієнтацію не лише на отримання максимального прибутку, а також на надання допомоги матеріального і соціального характеру працівникам, суспільству та державі. Саме тому кожне підприємство приймає рішення щодо впровадження заходів здійснення соціально відповідальної діяльності та ведення соціального обліку, як необхідної складової стратегічного розвитку і забезпечення конкурентоспроможності.

Соціально відповідальна діяльність підприємства орієнтована на поєднання економічних інтересів підприємства і соціальних потреб працівників, суспільства, навколишнього середовища і держави в цілому. Своєчасне, достовірне та повне інформування зацікавлених осіб про соціально відповідальну діяльність суб'єкта господарювання забезпечує соціальний облік, який призначений для вирішення питань, пов'язаних з соціальними і екологічними

наслідками діяльності суб'єктів господарювання в усіх їх проявах та наданням інформації про виконання соціальних програм, формуванням нефінансової звітності, а найважливішим його орієнтиром слугують соціальні пріоритети підприємства згідно з наявною соціальною політикою [1].

Передумовами ведення соціального обліку є необхідність встановлення комунікації із зацікавленими особами щодо соціальних заходів підприємства шляхом відображення та оприлюднення відповідної інформації у звітах про соціальну діяльність з метою забезпечення сталого розвитку соціально відповідальних підприємств.

Соціальні політика і соціальний облік мають бути інструментом для виконання завдань соціально відповідальної діяльності, спрямованих на:

– внутрішнє середовище підприємства: створення безпечних і сприятливих умов праці; стабільність і соціальна значимість заробітної плати, забезпечення належного рівня її оплати; додаткове медичне і соціальне страхування працівників; реалізація соціальних проектів; формування здорового психологічного клімату в колективі; дотримання прав працівників у сфері соціально-трудова відносин; підвищення освітнього рівня та професійного розвитку персоналу через проведення тренінгів, стажування, програми підготовки і підвищення кваліфікації; надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях;

– зовнішнє середовище підприємства: спонсорство та благодійність; охорона навколишнього середовища; взаємодія з органами місцевої громади та влади; участь у розвитку місцевих громад; охорона здоров'я; освітні, культурні та мистецькі проекти; відповідальність перед споживачами (виробництво якісної продукції, послуг); готовність брати участь в кризових ситуаціях, зокрема, пов'язаних з війною: допомога армії, надання гуманітарної допомоги населенню, евакуація та розміщення людей з районів бойових дій, підтримка медичних закладів, організація сховищ для працівників та громад [2; 3].

Реалізація соціального обліку здійснюється через:

– формування та відображення інформації про соціальні заходи в первинних документах, облікових регістрах, формах соціальної звітності;

– проведення регулювання, планування, контролю та аналізу соціальних заходів;

– оцінку внутрішніх (визначення рівня прибутковості, економічних вигод) та зовнішніх (ефективність використання фінансового, соціального, природного капіталів) результатів соціально відповідальної діяльності.

Досягнення цілей соціально відповідальної діяльності посилює вплив підприємства на суспільство, а економічний ефект укрупнюється із соціальними вигодами, що збільшує зацікавленість суб'єкта господарювання робити свій внесок у вирішення соціальних проблем, актуальних для місцевої громади, регіону, держави.

Отже, виконання завдань соціально відповідальної діяльності реалізується шляхом впровадження, організації та ведення соціального обліку, що дозволяє підвищити ефективність господарювання сучасних підприємств та забезпечує підтримку їх конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Список використаної літератури:

1. Руденко О.В., Кондратюк О.М., Горєва А.С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8385> (дата звернення: 17.04.2024).

2. Пацула О.І. Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання: обліково-аналітичний аспект. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2022. № 1. С. 52–58.

3. Воронько-Невіднича Т.В., Помаз О.М., Васильєва Ю.А., Коваленко Г.О. Аспекти корпоративної соціальної відповідальності підприємства, що сприяють формуванню його іміджу. *Modern Economics*. 2020. № 24. С. 45–49.

Жаган Іван Сергійович

аспірант кафедри обліку та оподаткування,

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-22>

ОБЛІК ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У сучасному світі цифровізація змінює багато аспектів нашого життя, включаючи способи ведення бізнесу та управління державними фінансами. Особливо це стосується обліку та адміністрування податку на додану вартість (ПДВ), де цифрові технології вносять зміни у традиційні методи обліку та адміністрування ПДВ, пропонуючи нові можливості для підвищення ефективності, точності, прозорості процесів, а також зменшення людських помилок та боротьби з податковими зловживаннями. Важливо розглянути як позитивні, так і потенційно негативні аспекти цифровізації у цій області.

Розгортання цифровізації в обліку податку на додану вартість (ПДВ) є одним із ключових аспектів модернізації фінансових систем в багатьох країнах. Цифровізація обліку ПДВ включає застосування інформаційних технологій для удосконалення процесів збору, обробки та аналізу даних, що значно покращує ефективність адміністрування податків. Основні напрями цифровізації обліку ПДВ включають:

1. Електронне фактурування

Електронне фактурування – це процес, який дозволяє компаніям виписувати, надсилати та зберігати фактури в цифровому форматі. Це забезпечує кращий контроль над документообігом, спрощує зберігання документації та зменшує можливості для податкових зловживань. Електронне фактурування також полегшує автоматизацію введення даних та забезпечує миттєвий обмін інформацією між продавцями та покупцями, а також між бізнесом та податковими органами.

2. Автоматизація звітності

Автоматизація податкової звітності дозволяє компаніям та індивідуальним підприємцям автоматично генерувати податкові

декларації на основі облікових даних. Це не тільки знижує ризик людських помилок, але й підвищує ефективність процесу подання звітності. Системи можуть інтегруватися з податковими базами даних, автоматично відправляючи необхідні звіти в установлені строки.

3. Системи обліку в режимі реального часу

Цифровізація дозволяє використовувати системи, які забезпечують обробку та аналіз транзакцій ПДВ в режимі реального часу. Такі системи можуть надавати податковим органам миттєвий доступ до даних про продажі та покупки, що істотно ускладнює ухилення від сплати податків та сприяє своєчасному виявленню помилок та невідповідностей.

4. Блокчейн-технології для забезпечення прозорості

Використання блокчейн-технологій для обліку ПДВ може забезпечити високий рівень прозорості та безпеки. Блокчейн може застосовуватися для створення незмінної бази даних всіх транзакцій, що робить практично неможливим будь-які маніпуляції з податковими записами. Такий підхід може в корені змінити систему адміністрування ПДВ, забезпечуючи новий рівень довіри між державою і платниками податків.

Міжнародний досвід у сфері обліку та адміністрування податку на додану вартість (ПДВ) в умовах цифровізації демонструє різноманітність підходів та рішень, які використовуються різними країнами. Ці рішення покликані підвищити ефективність збору податків, зменшити адміністративні витрати та боротися з ухиленням від сплати податків. Ось декілька прикладів та перспектив цифровізації ПДВ на міжнародному рівні:

ЄС активно реалізує стратегії щодо цифровізації ПДВ, особливо відповідно до нормативних вимог. Наприклад, з 1 липня 2021 року в ЄС було запроваджено нову схему One-Stop Shop (OSS), яка спрощує ПДВ для електронної комерції. Ця система дозволяє компаніям реєструвати ПДВ в одній країні-члені для обліку продажів по всьому ЄС, значно спрощуючи адміністрування ПДВ для транскордонних онлайн-продажів.

Країни Латинської Америки, такі як Бразилія та Аргентина, стали піонерами в автоматизації ПДВ. Бразилія використовує електронну систему Nota Fiscal Eletrônica (NF-e), яка зобов'язує компанії вести

електронний облік всіх комерційних транзакцій. Це допомагає податковим органам в реальному часі відстежувати операції та забезпечувати більшу прозорість у зборі податків.

Країни, такі як Південна Корея та Індія, розробили цифрові системи для поліпшення обліку та адміністрування ПДВ. Індія впровадила систему GST (Goods and Services Tax) з комплексною цифровою платформою, яка замінила кілька внутрішніх податків одним податком на товари та послуги, що спростило податковий ландшафт і покращило збір податків.

Цифровізація в обліку та оподаткуванні пропонує багато переваг, таких як підвищення ефективності, зниження витрат і підвищення прозорості. Однак, разом із можливостями, вона також створює низку викликів, які потрібно враховувати та долати. Ось деякі з основних викликів цифровізації в обліку та оподаткуванні:

1. Кібербезпека

Один з найсерйозніших викликів, пов'язаних з цифровізацією обліку та оподаткування, – це ризик кібератак. Чим більше даних обробляється та зберігається в електронному вигляді, тим більше можливостей для хакерів викрасти або зманіпулювати цими даними. Захист інформації від несанкціонованого доступу, забезпечення конфіденційності даних та інтеграція надійних заходів кібербезпеки є критично важливими.

2. Зміна законодавства

Цифрові технології розвиваються швидше, ніж відповідне регулювання в багатьох країнах. Часто чинні законодавчі рамки застарілі та не відображають реалій цифрової економіки, що створює правову невизначеність для бізнесів. Оновлення законодавства, що регулює облік і оподаткування, є необхідним для адекватної відповіді на нові технологічні реалії. Наприклад, зростання електронної комерції та цифрових послуг викликає потребу в ревізії податкових законів для адекватного оподаткування таких операцій.

3. Відсутність стандартизації

Іншим важливим викликом є відсутність стандартизації у технологічних рішеннях та форматах даних. Це може ускладнити інтеграцію систем між різними підприємствами, а також з податковими та регуляторними органами.

4. Вплив на працевлаштування

Автоматизація облікових та податкових процесів може зменшити потребу в певних робочих місцях, що викликає занепокоєння щодо втрати працевлаштування серед професіоналів, які виконували ці завдання ручним способом. Водночас це стимулює потребу в нових навичках, таких як управління даними та аналіз.

5. Навчання та адаптація персоналу

Впровадження нових технологій вимагає перенавчання та адаптацію співробітників. Опір змінам, відсутність кваліфікації або розуміння нових систем може сповільнити процес цифровізації та знизити його ефективність.

6. Обробка великих обсягів даних

Сучасні технології збору та аналізу даних можуть генерувати величезні обсяги інформації, обробка яких може бути викликом. Забезпечення точності, доступності та оперативності цих даних для прийняття рішень вимагає використання складних аналітичних інструментів.

7. Прозорість та конфіденційність

Цифровізація повинна забезпечувати баланс між прозорістю дій підприємств та захистом конфіденційної інформації. Важливо знайти способи, які дозволяють захистити персональні та комерційні дані від несанкціонованого доступу, не порушуючи при цьому вимоги прозорості.

8. Цифровий розрив

Не всі регіони та компанії мають однаковий доступ до цифрових технологій. Цифровий розрив може поглибити нерівності між розвинутими та країнами, що розвиваються, а також між великими корпораціями та малим бізнесом.

Отже, цифровізація обліку ПДВ не тільки спрощує наявні процеси, але й відкриває нові можливості для підвищення ефективності, прозорості та справедливості податкової системи. Однак, це також ставить перед урядами і бізнесом виклики, пов'язані з інвестиціями в нові технології, навчанням персоналу та захистом даних. Розв'язання цих питань вимагає комплексного підходу та тісної співпраці між всіма зацікавленими сторонами.

Список використаної літератури:

1. Кравченко М.С. Адміністрування податку на додану вартість в умовах євроінтеграційних процесів в Україні. *Науковий вісник Полісся*. 2018.
2. Петренко О.М. Сучасний стан та проблеми адміністрування податку на додану вартість в Україні. *Фінансова економіка*. 2018.
3. Приварський Ю.Ю. Актуальні питання оподаткування податком на додану вартість в Україні та європейський досвід. *Часопис Національного університету «Острозька академія». Серія «Право»*. 2020. № 1(21). URL: <http://lj.oa.edu.ua/articles/2020/n1/20pyuted.pdf>
4. Іванов В.П. Податок на додану вартість: механізм адміністрування та інноваційні підходи в Україні. Видавництво «Податки та фінанси», 2019.
5. Blockchain in Tax Administrations. CIAT. 2021. URL: <https://www.ciat.org/blockchain-in-tax-administrations/?lang=en>
6. IEEE Talks Blockchain: Overview of the Blockchain Ecosystem – IEEE Blockchain Initiative. 2021. URL: <https://blockchain.ieee.org/publications/ieee-talks-blockchain/137-ieee-talks-blockchain-overview-of-the-blockchain-ecosystem>

Любасенко Кристина

студентка;

Варламова Ірина Сергіївна

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри обліку та оподаткування,
Запорізький національний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-23>

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

З метою забезпечення безперервної фінансово-господарської діяльності підприємства, установи чи організації державного сектору економіки повинні мати ті чи інші матеріальні цінності, які використовуються впродовж року, тобто короткострокового споживання [4]. Організаціях їх обліку регулюється ЗУ «Про бухгалтерський облік» [1] та НП(С)БОДС 123 «Запаси» [2].

З набуттям чинності нового Плану рахунків бухгалтерського обліку державного сектору запаси формують суттєву частину нефінансових активів бюджетних установ. Ці зміни торкнулися і складу рахунків та субрахунків, якими користуються бухгалтери в практичній діяльності. Наведемо приклад робочого плану рахунків з обліку матеріальних цінностей (запасів) (табл. 1).

Перелік субрахунків у вигляді робочого плану субрахунків затверджується наказом (чи розпорядженням) директора установи про організацію бухгалтерського обліку.

Проблемою обліку запасів в бюджетних установах є потреба в розробці облікових реєстрів для реєстрації та систематизації даних щодо ТЗВ з метою формування первісної вартості запасів, придбаних за плату.

Розглянемо облік операцій з формування первісної вартості запасів бюджетних установ у (табл. 2).

План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі

| номер субрахунку | Назва субрахунку | назва рахунку | номер рахунок |
|-----------------------------------|---|--|---------------|
| Клас 1. Нефінансові активи | | | |
| 1513 | Будівельні матеріали | Виробничі запаси розпорядників бюджетних коштів | 151 |
| 1517 | Сировина і матеріали | | |
| 1515/1 | Запасні частини (до комп'ютерної техніки) | | |
| 1515/2 | Запасні частини (до оргтехніки) | | |
| 1518/2 | Інші виробничі запаси (матеріали отримані від списання) | | |
| 1812/1 | Малоцінні та швидкозношувані предмети, придбані за рахунок загального фонду | Інші нефінансові активи розпорядників бюджетних коштів | 181 |
| 1812\2 | Малоцінні та швидкозношувані предмети, придбані за рахунок спеціального фонду | | |
| 1812/3 | Малоцінні та швидкозношувані предмети, отримані як благодійна допомога | | |
| 1814 | Державні матеріальні резерви та запаси | | |
| 1815 | Активи для розподілу, передачі, продажу | | |

Під час формування організаційної частини наказу про облікову політику підприємства щодо обліку виробничих запасів рекомендуємо відображати форми первинних документів, що використовуються для оформлення руху виробничих запасів, які не передбачені типовими формами первинного обліку; правила документообігу і технологія обробки інформації щодо виробничих запасів, порядок контролю за рухом виробничих запасів та відповідальність посадових осіб; порядок аналітичного обліку виробничих запасів; одиниця натурального виміру запасів для кожної одиниці бухгалтерського обліку. Внесені пропозиції суттєво підвищать рівень обліково-аналітичного забезпечення управління запасами на підприємстві державного сектору [5].

При придбанні запасів до їх первісної вартості також відносять транспортно-заготівельні витрати, які доцільно включати до конкретних найменувань, груп, видів запасів при їх оприбуткуванні, у разі якщо можна достовірно визначити суми таких витрат, які безпосередньо відносяться до придбаних запасів. Вибір варіанту розподілу транспортнозаготівельних витрат залежить від того, як

оформлені первинні документи. Також виникає багато питань стосовно методики списання запасів. За НП(С)БОДС 123 «Запаси» [2] установи та організації державного сектору одержали можливість використання альтернативних формул оцінки запасів при їх вибутті: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО)

Таблиця 2

**Кореспонденція субрахунків для відображення операцій
із оприбуткування запасів бюджетних установ**

| № з/п | Зміст операції | Кореспонденція субрахунків до 01.01.2017 | | Кореспонденція субрахунків з 01.01.2017 | |
|-------|--|--|------------------|---|---------------------|
| | | за дебетом | за кредитом | за дебетом | за кредитом |
| 1 | Оприбуткування придбаних запасів, матеріалів тощо (вартість без податку на додану вартість): | | | | |
| | у разі попередньої оплати | 201 – 218, 231 – 239 | 362, 364 | 15, 1812, 1814, 1815, 1816 | 2113, 2116 |
| | у разі сплати після їх отримання | 201 – 218, 231 – 239 | 675 | 15, 1812, 1814, 1815, 1816 | 6211 |
| | Сума податку на додану вартість з виробничих запасів і матеріалів | | | | |
| | придбаних за рахунок коштів загального фонду | 201 – 218, 231 – 239 | 362, 364, 675 | 15, 1812, 1814, 1815, 1816 | 2113, 2116, 6211 |
| | придбаних за рахунок коштів спеціального фонду: | | | | |
| | якщо податок на додану вартість не включено до податкового кредиту | 201 – 218, 231 – 239 | 362, 364, 675 | 15, 1812, 1814, 1815, 1816 | 2113, 2116, 6211 |
| | якщо податок на додану вартість включено до податкового кредиту | 641 | 362, 364, 675 | 6311 | 2113, 2116, 6211 |

Джерело: [3]

Отже, матеріальні цінності (нефінансові активи) суб'єктів сектора загального державного управління є економічні ресурси нефінансового характеру, контрольовані суб'єктом бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління в результаті минулих подій, використання яких приведе до отримання економічних вигід у майбутньому. Облік матеріальних цінностей регламентується нормативно-правовими документами, основні з них: НП(С)БОДС 123 «Запаси» [2] та Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів у державному секторі [3]. Підхід до вибуття (списання) запасів залежить від обраної облікової політики бюджетної установи і не може змінюватися протягом звітного періоду. Найбільш поширеним методом оцінки запасів у бюджетних установах при їх вибутті є метод ФІФО, який дозволяє списувати запаси по мірі їх надходження до бюджетної установи.

Список використаної літератури:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996–XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 123 «Запаси» : наказ Міністерства фінансів України 12.10.2010 № 1202. URL: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?&cat_id=83023&stind=11
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів суб'єктів державного сектору : затверджено Наказом Міністерства фінансів України 23 січня 2015 року № 11.
4. Подмешальська Ю.В., Зайберт Є.К. Облік виробничих запасів. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2018. № 3.
5. Шара Є., Андрієнко О. Особливості оцінки запасів у державному секторі. *Логос. Мистецтво наукової думки*. 2019. (3). С. 39–43. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/view/148>

Скиба Ганна Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри обліку і оподаткування;*

Кучеренко Тетяна Володимирівна

*здобувач вищої освіти,
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу,
Міжрегіональна Академія управління персоналом*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-24>

ПРИНЦИПИ ТА СТАНДАРТИ СКЛАДАННЯ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН: ВИМОГИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Фінансова звітність виступає важливою складовою системи інформаційного забезпечення, оскільки вона не лише надає показники, що відображають фінансовий стан та результати діяльності підприємства, але й є ключовим джерелом інформації для внутрішніх та зовнішніх користувачів. Ця інформація дозволяє проводити фінансовий аналіз, розробляти плани та стратегії розвитку бізнесу, а також приймати управлінські рішення.

Серед різних форм фінансової звітності найбільш універсальним і широко використовуваним є Баланс (Звіт про фінансовий стан). Цей звіт відіграє ключову роль у системі обліку, оскільки він узагальнює фінансові дані підприємства та відображає їх у структурованому вигляді. З практичної точки зору, баланс є простою таблицею, що складається з активів, пасивів та власного капіталу. Однак з наукової перспективи, баланс представляє собою складну модель, яка враховує різноманітні фінансові та економічні аспекти діяльності підприємства. Він є основою для аналізу та управління фінансовими ресурсами та діяльністю підприємства.

Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (п. 3) [1], принцип бухгалтерського обліку визначається як правило, за яким слід керуватися під час вимірювання, оцінки та реєстрації господарських операцій та відображення їх результатів у фінансовій звітності.

Склад і характеристики основних принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності визначаються Законом «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (стаття 4) [2] та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (п. 6 Розділ III). У останній редакції Закону встановлено сім принципів, які повинні дотримуватися при веденні бухгалтерського обліку та складанні фінансової звітності:

1. Повнота висвітлення.
2. Автономність.
3. Послідовність.
4. Безперервність.
5. Нарахування та відповідність доходів і витрат.
6. Превалювання сутності над формою.
7. Єдиний грошовий вимірник.

Враховуючи НП(С)БО 1, важливо підкреслити, що головна вимога до інформації у фінансових звітах полягає в тому, щоб вона не лише відображала, але й правдиво відтворювала всі аспекти діяльності підприємства. Це означає, що інформація повинна бути об'єктивною та достовірною, а також відображати всі фінансові та економічні операції у відповідності з встановленими стандартами бухгалтерського обліку.

Для того, щоб інформація мала правдиве відображення, вона повинна відповідати ряду якісних характеристик. По-перше, вона повинна бути достовірною, тобто ґрунтуватися на об'єктивних даних та відповідати реальному стану справ. Крім того, інформація повинна бути зрозумілою для користувачів, щоб вони могли легко розібратися у представлених даних. Значимість передбачає включення до звітів лише тих показників, які є важливими для прийняття управлінських рішень. Нарешті, порівнюваність означає можливість порівняння фінансової інформації з попередніми періодами та іншими підприємствами, що дає змогу здійснювати об'єктивний аналіз та оцінку фінансового стану підприємства (рис. 1).

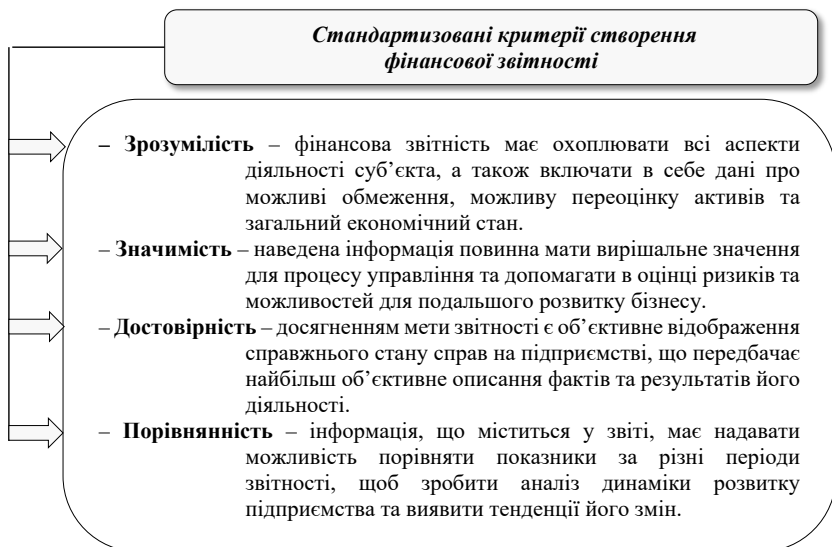


Рис. 1. Стандартизовані критерії створення фінансової звітності

Джерело: авторська розробка

Достовірність фінансової звітності не лише визначає якість інформації, що надається, але й підкреслює її важливість для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Крім повноти та загальної точності, вона передбачає, щоб інформація була підтверджена даними з поточного обліку та належними документами, щоб користувачі могли мати повну впевненість у її достовірності.

Зрозумілість інформації важлива, оскільки вона повинна бути доступною і зрозумілою для широкого кола користувачів, включаючи тих, хто може не мати глибоких знань у фінансовій сфері. Забезпечення зрозумілості звітності сприяє більш ефективному використанню інформації та сприяє вирішенню важливих питань.

Порівнюваність інформації надає можливість не лише аналізувати звіти підприємства в різні періоди часу, а й порівнювати їх зі звітами конкурентів. Це допомагає керівництву підприємства оцінити їхні досягнення, ідентифікувати тенденції та ризики, а також розробляти стратегії для підвищення конкурентоспроможності.

Основним аспектом фінансової звітності є задоволення інформаційних потреб користувачів, які не завжди можуть отримати звіти, враховані відповідно до їхніх конкретних інформаційних запитів.

Надійність фінансової звітності залежить від її своєчасного складання та подання. Навіть найкраща інформація може втратити своє значення, якщо вона не надходить вчасно. Тому важливо, щоб фінансова звітність була представлена суб'єктом звітності без затримок, щоб забезпечити її ефективне використання.

Щоб фінансова звітність стала ефективним інструментом управління та контролю за діяльністю підприємства, вона повинна базуватися на відповідних принципах.

Формування фінансової звітності суб'єкта господарювання базується на використанні ряду принципів, які гарантують його достовірність та об'єктивність:

1) Принцип автономності підкреслює незалежність підприємства у господарських відносинах.

2) Принцип безперервності діяльності передбачає оцінку активів і зобов'язань з урахуванням припущення про подальше функціонування підприємства.

3) Принцип періодичності передбачає поділ діяльності підприємства на періоди звітування.

4) Принцип історичної (фактичної) собівартості надає перевагу оцінці активів на основі реальних витрат.

5) Принцип нарахування передбачає реєстрацію доходів і витрат у момент їх виникнення.

6) Принцип повного висвітлення передбачає включення всіх операцій та подій, які можуть вплинути на оцінку у фінансовій звітності.

7) Принцип послідовності передбачає постійне дотримання обраної облікової політики.

8) Принцип обачності передбачає уникнення заниження оцінки зобов'язань та завищення оцінки активів і доходів.

9) Принцип превалювання сутності над формою передбачає урахування суті операцій, а не лише їх формальної сторони.

10) Принцип єдиного грошового вимірника передбачає відображення всіх операцій у фінансовій звітності в одній грошовій одиниці.

Таким чином, фінансова звітність, що відповідає встановленим критеріям та принципам, є надійним джерелом інформації для всіх зацікавлених сторін. Вона забезпечує користувачам повний огляд фінансового стану суб'єкта господарювання, дозволяючи їм приймати обдумані та обґрунтовані економічні рішення. Якісна фінансова звітність має виокремлені якості: вона відображає лише відповідну та правдиву інформацію, що є важливим аспектом для будь-якого аналізу. Дотримання встановлених принципів та вимог є ключовим фактором у забезпеченні якості фінансової звітності, оскільки це забезпечує послідовність, чіткість та об'єктивність у її складанні. Такий підхід сприяє розумінню та довірі з боку всіх сторін, які використовують цю інформацію.

Список використаної літератури:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. Міністерство фінансів України. URL: <http://www.nau.kiev.ua>
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996 зі змінами і доповненнями. URL: <http://www.rada.gov.ua>

Скорнякова Юлія Борисівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування;*

Пітіляко Світлана Миколаївна
*студентка,
Запорізький національний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-25>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОТРИМАННЯ ПРИНЦИПУ ОБАЧНОСТІ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПОЛОЖЕНЬ (СТАНДАРТІВ) БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Принципи ведення бухгалтерського обліку є певним ідейним елементом, на якому ґрунтується організація та ведення бухгалтерського обліку сучасними підприємствами, та одночасно механізмом забезпечення формування якісної інформації про діяльність підприємств, зокрема інформації про їх фінансовий стан та результати діяльності. Так, А. Велш Глен і Г. Шорт Деніел з цього приводу зазначають, що «основоположні концепції бухгалтерського обліку поділяють на п'ять категорій – умовності, принципи, обмеження, елементи фінансової звітності, детальні процедури і практика бухгалтерського обліку, серед яких принципи: собівартість; доходів; погодженості; повного розкриття інформації – займають чільне місце й регулюють таку діяльність загалом» [1, с. 148–149].

Вітчизняні підприємства, здійснюючи організацію та ведення бухгалтерського обліку, мають керуватися принципами, що передбачені Законом України від 16.07.1999 № 996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Останні є групою нормативних документів, спрямованих саме на визначення принципів та методів ведення бухгалтерського обліку, адже «національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку – нормативно-правовий акт, яким визначаються принципи та методи бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності підприємствами..., розроблений на основі міжнародних стандартів

фінансової звітності і законодавства Європейського Союзу у сфері бухгалтерського обліку та затверджений центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку та аудиту» [2].

Принцип обачності є одним із принципів формування фінансової звітності відповідно до норм НП(с)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Дотримання зазначеного принципу під час ведення бухгалтерського обліку є надзвичайно важливим чинником забезпечення якісного рівня показників фінансової звітності підприємств, а його сенс полягає в тому, що «методи оцінки, що застосовуються в бухгалтерському обліку, повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства» [3].

Дотримання задекларованого принципу обачності потребує чіткого розуміння механізму його реалізації під час виконання конкретних облікових процедур. Відповідно на рівні інших НП(с)БО механізм відповідної реалізації має бути чітко прописаний, конкретизований та уточнений.

Так, НП(с)БО 16 «Витрати» передбачає порядок розподілу загальновиробничих витрат, заснований на класифікації таких витрат на змінні та постійні із відповідними принципах їх розмежування. Далі, «змінні загальновиробничі витрат розподіляються на кожен об'єкт витрат з використанням бази розподілу ..., виходячи з фактичної поточності» [4], а «постійні загальновиробничі витрати розподіляються на кожен об'єкт витрат з використанням бази розподілу ... при нормальній потужності. Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати включаються до складу собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг) у періоді їх виникнення» [4]. Обмеження розподілу постійних загальновиробничих витрат ставкою за нормальної потужності є методикою реалізації принципу обачності у конкретній обліковій процедурі, адже повний розподіл постійних загальновиробничих витрат на об'єкти витрат в періодах із фактичною потужністю суттєво нижче нормальної (за наявності простоїв) призведе до неадекватного завищення вартості предметів незавершеного виробництва і готової продукції, тобто активів, що свою чергу

суперечить принципу обачності. Звісно НП(с)БО 16 «Витрати» регламентовано лише загальний підхід до зазначеної облікової процедури, практична реалізація принципу обачності на конкретному підприємстві потребує чіткого визначення таких елементів облікової політики, як перелік змінних та постійних загальновиробничих витрат, визначення обсягів нормальної потужності та нормування постійних загальновиробничих витрат за нормальної потужності.

Іншим прикладом практичного механізму забезпечення дотримання принципу обачності є норми НП(с)БО 11 «Зобов'язання», якими передбачено формування забезпечень, якими визнаються «зобов'язання з невизначеними сумою або часом погашення на дату балансу». Надзвичайно поширеним на практиці прикладом таких забезпечень є забезпечення на виплату відпусток працівникам. Відповідно до трудового законодавства, наймані працівники, працюючи, поступово набувають права на відпустки, що мають бути оплачені коштом роботодавця. Саме таким чином і формуються зобов'язання, але час їх погашення та сума в процесі їх поступового формування остаточно наперед невизначені. Відповідно поступово має формуватися забезпечення, що «визначається як добуток фактично нарахованої заробітної плати працівникам і відсотка, обчисленого як відношення річної планової суми на оплату відпусток до загального планового фонду оплати праці з урахуванням відповідної суми відрахувань на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [5]. Якщо ж нехтувати формуванням забезпечення на виплату відпусток, то це призведе до заниження зобов'язань перед працівниками (які об'єктивно перед ними формуються відповідно до трудового законодавства) і до заниження витрат, адже нарахування забезпечення призводить до визнання відповідних витрат, пов'язаних із оплатою праці, як і поточна заробітна плата. Саме тому практична реалізації принципу обачності вимагає формування забезпечення на виплату відпусток. Відсоток, за яким формується забезпечення, є елементом облікової політики. Важливим елементом дотримання логіки формування резерву на оплату відпусток варто

визнати також обов'язкове коригування суми такого резерву на дату річної фінансової звітності.

Підсумовуючи варто зазначити, що дотримання принципу обачності є важливою умовою забезпечення якісного рівня даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності в сучасних умовах, адже заниження оцінки зобов'язань та витрат і завищення оцінки активів і доходів здатне призвести до суттєвих викривлень фінансової звітності, прийняття некоректних управлінських рішень і нанесення таким чином фінансових збитків користувачам облікової та звітної інформації. Дотримання принципу обачності потребує чіткого розуміння механізму його реалізації під час виконання конкретних облікових процедур. Елементи такої конкретизації передбачені окремими національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, а також потребують від кожного підприємства відповідального ставлення до формування та дотримання облікової політики.

Список використаної літератури:

1. Велш Глен А., Шорт Деніел Г. Основи фінансового обліку / переклад з англійської. Київ : Основи, 1999. 943 с.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення: 01.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 17.04.2024).
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. Дата оновлення: 03.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 17.04.2024).
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 17.04.2024).
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» : Наказ Міністерства фінансів України від 30.01.2000 р. № 20. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text> (дата звернення: 17.04.2024).

Сусіденко Олексій Валентинович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри соціальних та економічних дисциплін;

Собко Оксана Олександрівна

курсантка,

Харківський національний університет внутрішніх справ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-26>

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА: ВИЗНАЧЕННЯ ТА МОДЕЛЬ

Обліково-аналітична система є необхідним інструментом для збору, обробки та аналізу фінансової та нефінансової інформації, що дозволяє приймати обґрунтовані та ефективні управлінські рішення. Обліково-аналітична система (ОАС) – це комплексний підхід до збору, обробки, аналізу та інтерпретації фінансової та нефінансової інформації в межах підприємства. Вона включає в себе різноманітні методи, процедури та інструменти, які допомагають управлінцям приймати рішення на основі об'єктивних даних [3, с. 156].

Основними завданнями обліково-аналітичної системи є [1, с. 14]:

- а) забезпечення достовірної та повної інформації про фінансовий стан підприємства, його результативність та ефективність;
- б) аналіз фінансових та нефінансових показників для виявлення тенденцій, проблемних місць та можливостей для вдосконалення;
- в) підтримка процесу прийняття управлінських рішень на основі обґрунтованих даних та аналізу;
- г) визначення ефективності окремих підрозділів та проектів, що дозволяє розподіляти ресурси оптимальним чином.

Модель обліково-аналітичної системи базується на ієрархічній структурі, яка включає різні рівні обліку та аналізу. Розглянемо основні компоненти цієї моделі [2, с. 46]:

- а) Бухгалтерський облік. Це базовий рівень обліку, який включає збір та обробку фінансової інформації, також як записи у головній книзі, проведення бухгалтерських операцій, складання фінансової

звітності тощо. Бухгалтерський облік забезпечує інформацію про фінансовий стан підприємства, його зобов'язання та активи.

б) Управлінський облік. Цей рівень обліку спрямований на забезпечення інформації для внутрішнього використання управлінцями підприємства. Він включає аналіз фінансових показників, управлінський облік витрат, планування та контроль виконання бюджету, аналіз ризиків тощо. Управлінський облік допомагає управлінцям приймати стратегічні та тактичні рішення.

в) Аналітичний облік. Цей рівень обліку становить основу для аналізу даних та прийняття рішень. Він включає детальний розподіл витрат, аналіз доходів та витрат по різних категоріях, аналіз обсягів продажу, аналіз ринкових тенденцій тощо. Аналітичний облік дозволяє виявляти проблемні місця, здійснювати прогнозування та розробляти стратегії для досягнення поставлених цілей.

г) Менеджерський облік. Цей рівень обліку спрямований на вимірювання ефективності окремих підрозділів, проектів або продуктів. Він включає показники продуктивності, вартісний аналіз, оцінку рентабельності тощо. Менеджерський облік допомагає виявити невикористані можливості та забезпечує підстави для прийняття рішень щодо розподілу ресурсів.

Обліково-аналітична система є необхідним інструментом для ефективного управління підприємством. Вона забезпечує достовірну та повну інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Модель обліково-аналітичної системи, включає бухгалтерський облік, управлінський облік, аналітичний облік та менеджерський облік. Ця модель дозволяє забезпечити інтегрований підхід до обробки інформації та сприяє ефективному управлінню підприємством.

Список використаної літератури:

1. Бруханський Р.Ф. Параметри розвитку корпоративної стратегічної обліково-аналітичної системи підприємства. *Облік і фінанси*. 2020. № 1 (87). С. 13–19.
2. Сусіденко О.В. Формування системи забезпечення фінансової безпеки підприємства : дис. к.е.н. 2015. № 08.00. С. 04.
3. Шкроміда Н.Я. Обліково-аналітичне забезпечення управління структурними компонентами потенціалу підприємства: теоретичний аспект. *Економіка та менеджмент*. 2019. № 4 (86). С. 155–161.

НАПРЯМ 5. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Діденко Людмила Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансових ринків та технологій;*

Середа Єлизавета Георгіївна

*здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,
Державний податковий університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-27>

ФІНАНСОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Для будь-якої країни ефективна фінансова система є важливою умовою функціонування економіки. Фінансова система є дуже складною структурою. За допомогою фінансової системи держава акумулює та використовує ресурси для утримання своїх структур і спрямовує їх на виконання своїх функцій навіть під час війни. Виходячи з аналізу особливостей функціонування фінансової системи в країні в умовах воєнного стану, пошук найбільш ефективного підходу до формування дієвої фінансової системи є важливим завданням в умовах постійних змін зовнішнього та внутрішнього середовища, які наразі відбуваються в економіці [1].

В умовах воєнного стану вкрай важливо забезпечити своєчасне, належне та безперервне виконання місцевих бюджетів. Під час воєнного стану Урядом та центральними органами виконавчої влади було прийнято низку швидких, дієвих та ефективних рішень для забезпечення ефективного функціонування бюджетної сфери та життєво важливих потреб населення громади. За період дії воєнного стану було внесено низку змін до Закону про бюджет.

До основних характеристик фінансової системи України аналізованого періоду варто віднести стан обігу фінансових ресурсів

з метою забезпечення фінансування армії, оборонної галузі, здатність підприємств, регіонів, суб'єктів підприємницької діяльності отримати та направити фінансові ресурси на захист країни [3].

Перш за все, одним з найбільш актуальних напрямків досліджень в умовах воєнного стану є пошук найбільш дієвих підходів до ефективного формування фінансової системи в умовах воєнного стану.

Станом на сьогодні всі тимчасові зміни в бюджетному законодавстві спрямовані на фінансування територіальної оборони України, Збройних Сил України, захисту населення, підтримки державного сектору та посилення функціонування української економіки. Фінансова система України адаптована до фіскальної системи України.

Фінансова система України витримала найбільший удар з часів незалежності та швидко адаптувалася до військової ситуації. Цього вдалося досягти завдяки злагодженій роботі Уряду, зокрема Міністерства фінансів України, Національного банку України та Податкової і Митної служб України, які працювали як єдиний механізм та успішно налагодили основні фінансові процеси під час війни. Фінансова система України виявилася стійкою до воєнного стану та змогла швидко адаптуватися завдяки високому рівню професіоналізму НБУ та Міністерства фінансів. Їхні рішення сприяли формуванню потужного економічного фронту [3]. Не зовсім вірно, що економіка України зростала під час війни. Водночас, однак, не відбулося значного падіння національної економіки, що є надзвичайно важливим у воєнний час.

Тому українська фінансова система зіткнулася з найбільшими труднощами і зазнала значних втрат під час війни. Водночас фінансова система виявилася ефективною та надійною і змогла витримати перші дні війни, швидко адаптуватися до воєнного стану та продовжити розвивати економіку. Українська фінансова система також змогла досягти низки інших цілей: ефективне управління фінансовими ризиками, розвиток внутрішнього державного фінансового менеджменту, підвищення прозорості бюджету, реформування системи бухгалтерського обліку та аудиту, більш ефективний розподіл та використання бюджетних коштів завдяки запровадженню середньострокового бюджетного планування,

розвиток програмно-цільового методу в бюджетному процесі, покращення міжбюджетних відносин та підвищення інституційної спроможності Міністерства фінансів України.

З метою забезпечення стабільного та надійного функціонування фінансової системи країни органи виконавчої та законодавчої влади запровадили низку правил під час військового конфлікту.

Під час військового конфлікту органи виконавчої та законодавчої влади запровадили низку змін та правил щодо надання окремих фінансових послуг, застосування певних обмежень та спрощень. Було запроваджено такі зміни. Серед них – спрощення процедур та зменшення податкового навантаження. Ці зміни внесені для забезпечення стабільного функціонування фінансової системи в умовах воєнного стану [2]:

- зміни до місцевих бюджетів;
- перерозподіл видатків бюджету в межах бюджетних програм та надання кредитів з бюджету;
- порушення термінів подання звітів та річних звітів про виконання місцевих бюджетів;
- порушення термінів подання звітів та річних звітів про виконання місцевого бюджету;
- виділення коштів з Державного дорожнього фонду на розвиток і утримання автомобільних доріг;
- випуск облігацій внутрішньої державної позики;
- передача коштів між бюджетами без укладення договорів.

Ці зміни спрямовані на забезпечення ефективного функціонування фінансової системи під час військових конфліктів шляхом спрощення процедур. Вони мають на меті забезпечити ефективне функціонування фінансової системи під час військових конфліктів шляхом спрощення процедур та надання необхідних фінансових ресурсів.

Отже, стабільність фінансової системи України сьогодні значною мірою залежить від фіскальної політики держави. Стабільність фінансової системи України значною мірою залежить від військової ситуації. Суспільні настрої спрямовані на всебічну підтримку Збройних Сил України та їх готовності в цілому.

Суспільні настрої на сьогодні спрямовані на всебічну підтримку Збройних Сил України та готовність до жорсткої економії заради перемоги. Водночас, держава вживає необхідних заходів для збереження фіскального балансу.

Список використаних джерел:

1. Коробцова Д.В. Правове забезпечення фінансової безпеки держави в умовах воєнного стану. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2022. № 2. С. 141–146. URL: <http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/261779>
2. Особливості бюджетного процесу в умовах воєнного стану. 2024. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14654> (дата звернення: 09.04.2024).
3. Доронцева Є. Державне регулювання під час війни: як НБУ адаптував фінансову систему України до нових умов впродовж ста днів воєнного стану. *Праці України*. 2023. URL: <https://voxukraine.org/derzhavne-regulyuvannya-pidchas-vijny-yak-nbu-adaptuvav-finansovusystemu-ukrayiny-do-novyh-umov-vprodovzh-sta-dniv-voyennogostanu/>

Іроденко Роман Мирославович
здобувач вищої освіти 3 рівня (PhD)
кафедри фінансових ринків та технологій,
Державний податковий університет

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-28>

ФОРМУВАННЯ НОРМАТИВНО-ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОАКТИВІВ

Останнім часом вкрай привабливим активом для інвестування є криптоактиви. Стрімке зростання обсягу операцій з криптоактивами актуалізувало завдання вивчення, оцінки і мінімізації їх ризиків, розміри яких можуть бути достатніми, щоб підірвати фінансову стабільність країни. Загалом ринки криптоактивів демонструють велику волатильність, що веде до значних втрат. Проте, через не дуже щільний зв'язок ринків криптоактивів і традиційної фінансової системи останні кризові процеси наприкінці 2022 р. не набули широкого поширення.

До заходів, що дозволять мінімізувати ризики, пов'язані з операціями з криптовалютою, відносять заборону певної діяльності, ізоляцію ринків криптовалют від традиційної фінансової системи, регулювання діяльності з криптовалютами у спосіб, подібний до традиційних фінансів, і розробку альтернатив, які покращують ефективність традиційного фінансового сектора [1]. Жорсткість цих заходів залежатиме від величини ризиків, пов'язаних із різними видами діяльності, пов'язаними з криптоактивами та їх базовою технологією, які називаються терміном «технології розподіленої книги» (DLT).

Діяльність з криптоактивами класифікується Радою фінансової стабільності FSB [2]: (1) випуск криптоактивів; (2) функціонування інфраструктури DLT; (3) надання послуг (наприклад, електронний гаманець, зберігання, оплата, обмін, позика криптовалют). Для її ефективного регулювання мають бути чітко визначені ризики операцій з криптоактивами, перелік операцій, що підлягають регулюванню; ступінь їх врегулювання чинними нормативно-

законодавчими актами; наявність прогалин нормативно-законодавчої бази і шляхи їх усунення.

Ризики поділяються на пов'язані з централізовано керованою діяльністю з криптоактивами; децентралізованою діяльністю із криптоактивами; впливом користувачів на обіг криптоактивів та пов'язану з ними діяльність.

Різні типи заходів щодо їх регулювання включають заборони, обмеження, роз'яснення, індивідуальні вимоги та заходи сприяння інноваціям. Міра співвідношення цих заходів, як правило, має відповідати ступеню еволюції розвитку ринку, проте більшість поточних ініціатив регуляторів більшості країн спрямовані на централізовано керовану діяльність криптоактивів, приділяючи особливу увагу наданню послуг.

Що стосується централізовано керованої емісійної діяльності (*centrally managed issuance activities*), поточні регуляторні ініціативи зосереджені в основному на регулюванні емітентів секьюритизаційних токенів (*security tokens*) та стейблкоїнів (*stablecoin*). Регулятори практично в усіх країнах вимагають від емітентів секьюритизаційних токенів дотримання загальних норм регулювання цінних паперів. Деякі розробляють спеціальні нормативні рамки для емітентів стейблкоїнів, які використовуються для оплати. Основними регулятивними заходами централізовано керованої емісійної діяльності є вимоги до ліцензування, капіталу та резервів, але відрізняються в різних країнах за застосованою термінологією, типом ліцензії, прав викупу та стандартів управління та практики управління ризиками.

Лише в невеликій кількості країн прийнято нормативну базу для емітентів стейблкоїнів, і лише деякі з них уточнили, чи застосовуються закони про цінні папери до емітентів службових токенів (*utility token*)¹.

Регулювання функціонування централізованої інфраструктури криптоактивів, в основному засноване на коригуванні співвідношення переваг та ризиків від використання DLT

¹ Секьюритизаційні токен – це тип криптоактивів, які мають спеціальне призначення в екосистемі блокчейна.

традиційними фінансовими посередниками і небанківських установами. Деякі країни співпрацюють у пілотному тестуванні регулювання використання DLT для клірингу та розрахунків за платежами та цінними паперами. Інші стимулюють інновації у контрольованому середовищі за допомогою індивідуальних режимів ліцензування та «пісочниць». Більшість країн зосередили увагу на авторизації, пруденційності, боротьбі з відмиванням грошей/ фінансуванням тероризму і захисту споживачів. Відповідні регуляторні заходи включають встановлення індивідуальних рамок, визначення виключень із чинного законодавства, надання роз'яснень щодо того, як застосовуються нормативи щодо платежів по криптоактивам чи регулювання цінних паперів, а також обмеження або повну заборону певної діяльності з криптоактивами.

Регуляторні заходи децентралізованої діяльності спрямовані на мінімізацію ризиків, пов'язаних із нативними токенами (*native tokens*)² та протоколами DeFi (децентралізовані фінанси). Для діяльності, у якій задіяні нативні токени, деякі органи влади покладаються на широке тлумачення «прав», закріплених за нативним токеном, щоб визначити, чи є він цінним папером, і таким чином роз'яснити застосування регулювання цінних паперів. Інші використовують конкретні приклади для додаткових вказівок.

Для протоколів DeFi більшість регуляторних документів мали форму аналітичних документів, інструкцій щодо прийняття смарт-контрактів, вимог, пов'язані з децентралізованими біржами та стейкінг-діяльністю, заходів щодо протидії відмиванню коштів та запобігання фінансуванню тероризму та захисту інвесторів, полегшення застосування протоколів із певними функціями традиційними фінансовими посередниками.

Регулювання ризиків, пов'язаних із діяльністю користувачів з криптоактивами, як правило, слідує за еволюцією ринків криптовалют. Йдеться про попередження роздрібних інвесторів про ризики, пов'язані з криптоактивами та їх окремими типами криптоактивів (наприклад, нативні токени, секьюритизаційні токени

² Native tokens – це токени, створені виключно для блокчейну.

та незамінні токени) заборону розповсюдження певних криптоактивів серед роздрібних інвесторів [1].

Основною небезпекою ринку крипто активів є швидке наростання ризиків, оскільки технології операцій з криптоактивами постійно розвиваються, а можливості програмування DLT застосовуються до все нових випадків використання криптовалют. Відтак потрібний постійний моніторинг тенденцій ринку для розуміння нових бізнес-моделей операторів ринку та їхніх базових ризиків, для формування або підтримки навичок адекватної оцінки потенційних наслідків для фінансових ринків і для швидкого коригування і застосування відповідних регуляторних заходів. Слід зауважити, що лише за наявності доступу до своєчасної та надійної інформації органи влади зможуть оцінити майбутні ризики для фінансової системи.

Глобальний характер обігу криптоактивів має потенціал продукування глобальних проблем, запобігання яким вимагає ефективної співпраці та координації між національними та міжнародними регуляторами. Окремі країни не спроможні самотужки ефективно регулювати ризики, пов'язані з криптоактивами, якщо вони не узгоджені із заходами різних країн. Тому запровадження міжнародних стандартів, які забезпечують узгодженість норм і положень нормативно-правової бази окремих країн, запобігатиме регуляторному арбітражу та фрагментації регуляторного середовища, та сприятиме підтриманню світової фінансової стабільності.

Список використаної літератури:

1. Ocampo D.G.a, Branzoli N., nd Luca Cusmano. Financial Stability Institute FSI Insights on policy implementation No. 49 Crypto, tokens and DeFi: navigating the regulatory landscape URL: <https://www.bis.org/fsi/publ/insights49.pdf>
2. Financial Stability Oversight Council (FSOC): Digital Assets Financial Stability Risks and Regulations. October, 2022. URL: <https://home.treasury.gov/system/files/261/Fact-Sheet-Report-on-Digital-Asset-Financial-Stability-Risks-and-Regulation.pdf>

Малій Олена Григорівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Державний біотехнологічний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-29>

ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Проблема обґрунтування рівня й ефективності підтримки аграрного сектору економіки посідає чільне місце у сучасних дослідженнях. Державна підтримка є потужним зовнішнім джерелом формування фінансового забезпечення сільськогосподарських товаровиробників.

Вітчизняний агросектор, внаслідок війни, стикнувся зі значними проблемами, зокрема зростанням цін на сировину і енергетичні ресурси, зменшенням споживчого попиту, пошкодженням та втратою виробничих активів. Так, за перший рік російського вторгнення прямі втрати агровиробників (знищення та пошкодження активів) становили 8,2 млрд дол. [1]. Непрямі втрати – скорочення доходів сільгоспвиробників через зниження виробництва, скорочення внутрішніх цін і підвищення собівартості – склали понад 40,2 млрд дол. [1].

В силу специфічних особливостей, сільськогосподарське виробництво залежить від зовнішніх джерел фінансового забезпечення. Так, зростання обсягів кредитування має високу позитивну кореляцію із фінансовими результатами агропідприємств, збільшенням інвестицій в основний капітал, зростанням обсягів виробництва сільськогосподарської продукції.

Упродовж війни кредитування агробізнесу відбувалося майже виключно в межах державної програми кредитної підтримки. Цьому також сприяла підтримка міжнародних партнерів, зокрема, Світового банку, FAO, USAID, Європейського інвестиційного банку, Європейського Союзу, урядів Канади, Німеччини та інших країн. Так, у 2022 році 43 тис. аграріїв залучили 95,5 млрд. грн. кредитних

коштів, зокрема, за програмою державних гарантій у розмірі 80% залучили 24,7 млрд грн [2; 3]. Протягом 2023 року 14 тис. агропідприємств одержали 78,8 млрд грн банківських кредитів, з них за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9» – 10,9 тис. підприємств отримали 44,5 млрд грн [2; 4].

Сільськогосподарські кредити при підтримці держави наразі в Україні пропонують близько сорока банків. Найбільше кредитів агровиробникам видали «ПриватБанк», «Ощадбанк», «Райффайзен Банк Аваль», «Прокредит Банк», «Укрексімбанк», «Укргазбанк» «Кредобанк», «Львів» та «Південний».

Незважаючи на те, що частка непрацюючих кредитів (NPL) у банківському секторі України з початку війни зросла з 40,1% (на 01.01.2022 року) до 44,1% (на 01.01.2024 року), обсяг прострочених боргів підприємств аграрного сектору за даними НБУ становить усього 5,9 млрд грн, або 12% від виданих їм позик [5]. Таким чином, компанії агросектору виявились більш добросовісними, ніж представниками інших галузей.

Оцінка стану кредитування агропідприємств свідчить, що більшість отримують кредити на короткий термін для фінансування поточної діяльності – польові роботи, закупівля матеріалів, добрив тощо.

Великі, вертикально інтегровані агроформування мають ширші можливості отримання кредитів порівняно з малими та середніми за розмірами підприємствами, позаяк вони мають більш диверсифіковану діяльність та відповідно незалежні джерела надходження коштів.

Державна програма «Доступні кредити 5-7-9%» залишається основним рушієм бізнес-кредитування. Вона була ініційована у 2020 році для стимулювання інвестиційного кредитування, однак із перших місяців існування її спрямування змістилося на антикризову підтримку бізнесу: спочатку під час карантину, згодом – війни.

Державна програма «Доступні кредити 5-7-9» – це кредитування міні- та мікропідприємців, націлене на фінансування інвестиційного проекту чи оновлення оборотних коштів. Аграрії можуть отримати кредит за цією програмою у розмірі до 90 млн грн [3].

У сільському господарстві частка пільгових кредитів, як зазначає Національний банк, сягнула 61% усіх працюючих гривневих позик,

що сприяло сільськогосподарським виробникам з такими кредитами сформували понад третину доходу галузі [2].

Одним з можливих способів розширення доступу для фінансування агробізнесу має стати діяльність Фонду часткового гарантування кредитів в сільському господарстві (ФЧГК), що буде надавати часткову гарантію на залучені агровиробниками кредити з обсягом земельного банку до 500 гектарів. Фонд часткового гарантування кредитів у сільському господарстві запрацює з 2024 року за сприяння Світового банку.

Як засвідчує світова практика, в більшості країн функціонує розгалужена сукупність спеціалізованих державних, кооперативних і приватних кредитних інституцій для підтримки агровиробників, які відрізняються принципами роботи з позичальниками, механізмами гарантій, державної підтримки кредитування, схемами надання кредитів тощо. Як правило, визначені функції однієї кредитної інституції доповнюють функції іншої, що дозволяє об'єднувати їх в єдину інтегровану систему фінансового забезпечення аграрного сектору економіки [7].

Крім того, в більшості країн світу функціонують структури, діяльність яких спрямована на підтримку мікрокредитування, підтримки лізингу, факторингу та інших видів кредитного обслуговування [8]. Із початку січня 2024 р. в Україні увійдуть в дію нові закони про страхування, кредитні спілки, фінансові послуги та фінансові компанії.

Сучасний стан фінансово-кредитного забезпечення аграрного сектору свідчить про необхідність подальшого удосконалення підтримки товаровиробників. Основними напрямками в цій сфері мають бути: встановлення пріоритетів державної фінансової підтримки; створення відповідних державних і недержавних кредитних інституцій; орієнтація бюджетної підтримки на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, стимулювання інноваційного розвитку, техніко-технологічного переоснащення агропідприємств.

Список використаної літератури:

1. Роль фонду часткового гарантування кредитів в сільському господарстві. Аналітична записка. Жовтень 2023 року. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/10/Analitichna-zapiska_Rol-fondu-chastkovogo-garantuvannya-kreditiv_zhovten-2023-roku.pdf
2. Звіт про фінансову стабільність. Грудень 2023 року. *Національний банк України*. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2023-H2.pdf?v=6
3. Про надання фінансової державної підтримки : Постанова Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 28. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/28-2020-%D0%BF#Text>
4. Аграрії в 2023 році на розвиток господарств отримали 78,8 млрд гривень банківських кредитів. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ahraryi-v-2023-rotsi-na-rozvytok-hospodarstv-otrymaly-788-mlrd-hryven-bankivskykh-kredytiv>
5. Статистика НБУ. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist>
6. Про Фонд часткового гарантування кредитів у сільському господарстві : Закон України від 04.11.2021 р. № 1865-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1865-20#Text>
7. Гладій М.В., Лузан Ю.Я. Кредитування в системі аграрних трансформацій України. *Економіка АПК*. 2020. № 8. С. 31–44.
8. Малій О.Г. Аналіз сучасної системи кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств в Україні. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Економічні науки*. 2018. Випуск 191. С. 285–297.

Прокопович-Павлюк Ірина Володимирівна
кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики;

Федюра Ірина Михайлівна
студентка,

Львівський національний університет імені Івана Франка

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-30>

ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ

Рівень розвитку страхового сектору відображає можливості для зростання економіки країни та є ключовим показником ефективності бізнес-середовища. Зростаюча роль страхування сприяє створенню нових робочих місць, а також сприяє економічній стабільності та зменшує наслідки ризиків сьогодення.

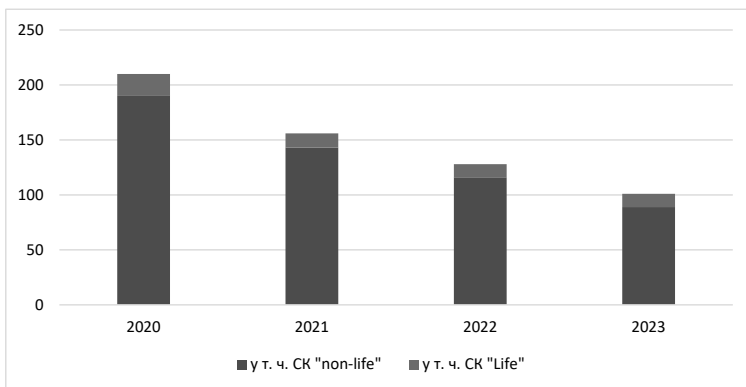
Факторами, що стримують розвиток страхового ринку України, є: посилення військової агресії проти України, значна інфляція, нестабільний фінансовий стан страхових установ, відсутність оптимальних пропорцій у структурі страхових установ, відносно закрита страхова галузь, низька просторова інтеграція світової економіки, нерозвинений сектор довгострокового страхування, який може стати важливим джерелом внутрішніх інвестицій для підтримки вітчизняної економіки [1].

2022–2023 рр. хоч і були важкими як для всієї України, так і для страхової галузі, але виразом не стали – галузь вистояла, страхування нікуди не поділось, страховики в цілому мають незначне падіння до 2021 року, а деякі мають навіть дуже непоганий приріст.

Станом на кінець 2023 року загальна кількість СК становила 101, з них 12 СК зі страхування життя (СК «Life») та 89 СК здійснюють види страхування, крім страхування життя (СК «non-Life»). Порівнюючи 2021 рік з 2020 роком, кількість страховиків зменшилася на 54 компанії, що пов'язано з пандемією COVID-19. У 2022 року на страховому ринку України працювало 128 організацій, що на 28 компаній менше, ніж у 2021 році, а в 2023 році порівняно з відповідним періодом 2022 року стало на

27 страховика менше. Таке скорочення пов'язано з повномасштабним вторгненням росії в Україну.

На рисунку 1 представлена динаміка скорочення СК за період з 2020 року по 2023 рік. Однією з основних причин зменшення кількості СК є Положення Нацкомфінпослуг № 850 «Обов'язкові критерії та нормативи щодо капіталу та платоспроможності, ліквідності, прибутковості, якості активів і ризику страхових операцій». Згідно з документом, страховики протягом двох років повинні створити додаткові резерви ліквідності та очистити свої портфелі від проблемних активів.



**Рис. 1. Динаміка кількості СК у період з 2020 р. по 2023 р.,
одиниць**

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів [2]

Грунтуючись на даних НБУ, пропонуємо перший рейтинг страховиків, які впевнено почуваються на цьому ринку. Тобто, хто найбільше збирає страхові премії і скільки виплачує.

Трійкою лідерів страхового ринку України за зібраними чистими страховими преміями за 2023 рік стали страхові компанії :

- АТ «СК «АРКС» – 2,255 млрд грн;
- АТ «СГ «ТАС» (приватне) – 2,907 млрд грн;
- ПрАТ «СК «УНІКА» – 2,737 млрд грн.

Як повідомляється в оприлюднених на сайті НБУ основних показниках діяльності страхових компаній України за 2023 рік, лідерами зі страхових виплат у цьому періоді стали:

- ПАТ «СК «УСГ» – 1, 477 млрд грн;
- АТ «СК «АРКС» – 1,384 млрд грн;
- ПрАТ «СК «УНІКА»- 1,377 млрд грн [3].

Після рейтингування компаній, розрахуємо інтегральну оцінку для страхових компаній України. Нашими вхідними показниками були активи, зобов'язання, страхові резерви, чисті зароблені страхові премії та страхові виплати.

Здійснили стандартизацію часткових показників діяльності страхових компаній за формулами 1-2:

$$P_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{i\min}}{x_{i\max} - x_{i\min}} \quad \text{– для показників-стимуляторів (1)}$$

$$P_{ij} = \frac{x_{i\max} - x_{ij}}{x_{i\max} - x_{i\min}} \quad \text{– для показників-дестимуляторів (2)}$$

де $x_{i\min}$ ($x_{i\max}$) – мінімальне (максимальне) значення часткового показника i у сукупності об'єктів порівняння.

У нашому випадку всі показник стимулятори, окрім показника Зобов'язання, який виступає дестимулятором.

Вагові коефіцієнти визначили за формулою Фішберна:

$$W_i = \frac{2(m-k+1)}{m(m+1)} \quad (3)$$

де m – кількість показників в оцінюванні об'єкта; k – порядковий номер показника за рівнем важливості у їх списку.

Результати інтегральної оцінки компаній представлені на рисунку 2, де спостерігаємо страхові компанії-лідери, що й у попередніх рейтингах, а саме: АРКС, ТАС та УНІКА. Саме на них варто звернути увагу при виборі страховика.

Для поліпшення ситуації на ринку страхування потрібно вжити відповідних заходів як на рівні окремих компаній, так і на рівні держави. Ефективними заходами будуть зниження вартості страхових послуг, привернення нових клієнтів, збільшення інвестиційної активності, удосконалення законодавчої бази та використання зарубіжного досвіду [4].

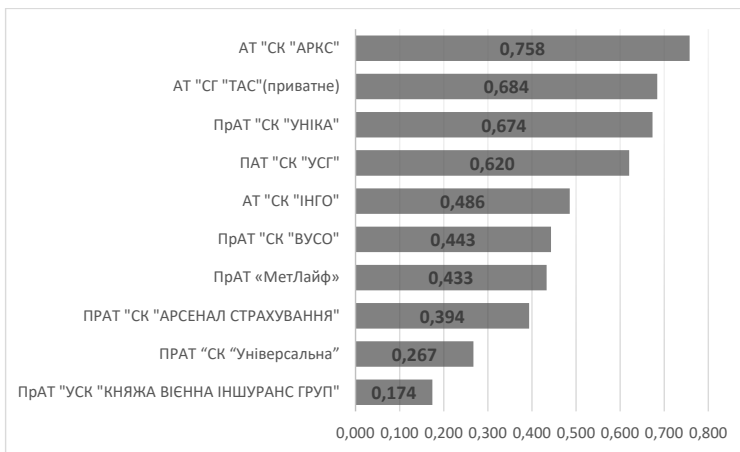


Рис. 2. Рейтинг страхових компаній України за інтегральною оцінкою

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів [2]

Ринок страхування функціонує. Війна виступила каталізатором, що показав реальний стан справ кожної страхової компанії. Фінансово стійкі компанії продовжують свою діяльність і переживають випробування війною. Страховики налагодили свою операційну діяльність, здійснюють дистанційне врегулювання збитків, не тільки не втратили, але й збільшили свою ліквідність (розміщують кошти у банківських установах), інвестують у військові облігації та підтримують державу. У справі обслуговування компанії переважно перейшли на онлайн-режим, оптимізували продажі полісів та врегулювання страхових випадків.

Список використаної літератури:

1. Лащик І. та ін. Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 5. С. 105–112.
2. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 11.04.2024).
3. Статистика страхового ринку України. *FORINSURER: Форініурер – журнал про страхування та InsurTech*. URL: <https://forinsurer.com/stat> (дата звернення: 22.03.2024).
4. Сосновська О.О. Страхування : навчальний посібник. Київ : Університет ім. Б. Грінченка, 2021. 328 с.

Шемаєва Людмила Григорівна
доктор економічних наук, професор,
головний консультант відділу економічної стратегії,
Національний інститут стратегічних досліджень

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-31>

БОРГОВА СТІЙКІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Критично важливим компонентом забезпечення макро-економічної стабільності та збалансованого розвитку державних фінансів у країні є стан державного боргу, та пов'язані з цим показники боргової стійкості держави. Відомо, що державні позики можуть прискорити темпи економічного зростання за рахунок фінансування продуктивних інвестицій або пом'якшити наслідки дії несприятливих зовнішніх факторів у економіці, але якщо рівень держборгу стає нестійким, то з високою ймовірністю може виникнути боргова криза, що стане детонатором фінансової кризи і чинником гальмування економічної діяльності.

У міжнародному експертному середовищі сформовано консенсус щодо визначення боргової стійкості держави (*debt sustainability*) як комплексної категорії, яка характеризує ситуацію, коли уряд має високу ймовірність бути платоспроможним – здатним виконувати свої поточні та майбутні фінансові зобов'язання – без необхідності вдаватися до нездійсненої або небажаної політики (реструктуризації, суттєвого коригування балансу доходів і витрат бюджету) [1].

Основна функція боргової стійкості країни полягає у забезпеченні здатності країни-позичальниці виконувати реальні боргові зобов'язання (передусім, зовнішні) та відображати готовність країни платити з *позиції довгострокової перспективи*, що мотивуватиме кредиторів – продовжувати розпочате ними кредитування. Слід зазначити, що досягнення країнами – позичальницями стану боргової стійкості є основним критерієм, що визначає рішення, які приймає Паризький клуб кредиторів і міжнародні фінансові організації з метою врегулювання заборгованості суверенних дебіторів.

В Україні в умовах війни виконання функції боргової стійкості зазнало суттєвих трансформацій. З початком війни розпочався процес зростання дефіциту бюджету та, як наслідок, державного боргу. При цьому, основна функція боргової стійкості виконувалася (відбувалося сумлінне обслуговування боргових зобов'язань України, а також активне управління державним боргом і співпраця з інвесторами в українські активи) до початку 3 кварталу 2022 року (з огляду на сценарій очікування швидкого завершення бойових дій). Це демонструвало кредиторам, що Україна є сумлінним позичальником та має на меті зберегти ділову репутацію країни у середовищі інвесторів для збереження можливості залучення фінансових ресурсів на післявоєнне відновлення.

Однак із переходом війни до сценарію довготривалої війни на виснаження, питання збереження Україною боргової стійкості в її традиційному розумінні стало неможливим, оскільки власних коштів бюджету на обслуговування держборгу було недостатньо, а використовувати пільгові міжнародні кредитні кошти або надані грантові кошти для погашення/обслуговування комерційних боргів держави могло нанести репутаційні ризики та припинити надходження міжнародної допомоги.

Отже, за сприяння міжнародних партнерів щодо полегшення для України боргового навантаження, уряд України зосередився на збереженні короткострокової зовнішньої платоспроможності України, яка є складовою боргової стійкості країни. Було досягнуто домовленостей щодо часткової реструктуризації держборгу шляхом продовження строку погашення 13-ти серій державних єврооблігацій та відстрочення купонних платежів на два роки (до кінця 2024 року). Крім того, Україна також почала обговорювати з МВФ можливість призупинення виплати свого боргу перед міжнародними фінансовими організаціями (МФО), у тому числі, шляхом укладання нової програми з Міжнародним валютним фондом.

Ці та інші заходи позитивно вплинули на збереження Україною макрофінансової стабільності, надали можливість залучити значні обсяги міжнародної допомоги.

З грудня 2022 року Україна разом з МВФ почала предметний діалог щодо укладання кредитної програми, якій успішно

завершився 31 березня 2023 р., коли Рада директорів Міжнародного валютного Фонду затвердила нову чотирирічну програму розширеного фінансування (Extended Fund Facility – EFF) для України з фінансуванням в розмірі 15,6 млрд дол. США (11,6 млрд СПЗ). Перший транш від Фонду (2,7 млрд дол. США прямого бюджетного фінансування) Україна отримала вже 3 квітня 2023 р. У березні 2024 року Україна отримала четвертий транш фінансування на суму близько 880 млн дол США (663,9 млн СПЗ) від МВФ в результаті успішного третього перегляду програми Механізму розширеного фінансування (Extended Fund Facility – EFF) [3].

За інформацією видавництва Bloomberg [4], це стало першою кредитною Програмою, кошти за якою МВФ надасть країні, що перебуває у стані війни. Крім того, відмічається, що Група кредиторів України підтримала безпрецедентне рішення, яке *вимагає від МВФ змінити правила кредитування, продовживши мораторій на погашення боргів на час дії програми*. Кредитори – Канада, Франція, Німеччина, Японія, Великобританія і США – закликали інших кредиторів допомогти відновити платоспроможність України.

Ці та інші заходи сприятимуть в середньостроковій перспективі вийти на траєкторію **відновлення боргової стійкості України**, що позитивно впливатиме на перспективи повоєнного відновлення.

В Україні у 2022–2024 рр. збільшився обсяг державних запозичень (як внутрішніх, так і зовнішніх), у структурі яких:

– *із внутрішніх джерел* – завдяки розміщенню ОВДП з лютого 2022 року до державного бюджету було залучено понад 24 млрд дол США, а у 2023 році внутрішні запозичення (включаючи військові облігації) зросли до 15,5 млрд дол. США. У 2024 році (станом на 21 березня) обсяг внутрішніх запозичень (ОВДП, включаючи військові облігації) становить 2,8 млрд дол США [5];

– *із зовнішніх джерел* у 2022 році залучено 612,2 млрд грн (проти 208,1 млрд грн у 2021 році), отже обсяг зовнішніх запозичень у гривневому еквіваленті зріс майже втричі [6]. У 2023 році Україна отримала допомогу від міжнародних партнерів, яка сягнула 42,5 млрд дол. США з 27% грантів. У 2024 році (станом на 21 березня) обсяг фінансування від міжнародних партнерів становить 7,778 млрд дол США (з них 0,899 млрд дол США – гранти) [7].

Вагому роль у підтримці боргової стійкості зіграло успішне проведення Мінфіном переговорів з іноземними інвесторами про відстрочку платежів за всіма випущеними та гарантованими державою єврооблігаціями на загальну суму близько 21,1 млрд дол. США, що дозволило заощадити близько 6 млрд доларів США для фінансування першочергових потреб України. Крім того, Міністерство фінансів України підписало Меморандум про взаєморозуміння щодо призупинення виплат за державним та гарантованим державою боргом з групою офіційних кредиторів України з країн G7 та Паризького клубу до кінця 2023 року з можливістю продовження призупинення на додатковий рік.

В цілому обсяг державного та гарантованого боргу України станом на кінець 2023 р. суттєво збільшився до 5519,5 млрд грн, або 145,3 млрд дол. США, в тому числі: державний та гарантований державою зовнішній борг – 3 863 млрд грн (69,99 % загальної суми державного та гарантованого державою боргу), або 101,7 млрд дол. США; державний та гарантований державою внутрішній борг – 1656,5 млрд грн (30,01 %), або 43,6 млрд дол. США.

Водночас, різке зростання державного боргу в умовах економічної кризи, притаманне всім країнам, на території яких відбувалася військова агресія, а економіка ставала військовою. В цьому контексті, зусилля українського Уряду у збереженні макрофінансової стабільності у складних умовах 2022 – початку 2024 років були позитивно відзначені міжнародними партнерами.

Список використаної літератури:

1. Beqiraj E., Fedeli S., Forte F. Public debt sustainability: An empirical study on OECD countries. *Journal of Macroeconomics, Elsevier*. 2018. Vol. 58(C). P. 238–248. Sovereign Debt: A Guide for Economists and Practitioners. Oxford University Press, 2019. 464 p.
2. Perceptions of risk and policy outlook drive markets. URL: https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt2303a.htm
3. До державного бюджету надійшло близько 880 млн доларів США від МВФ у рамках програми EFF. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/news/ukraines_state_budget_received_about_usd_880_million_from_the_imf_under_the_eff_arrangement-4521

4. IMF Board Approves \$15.6 Billion Loan for Ukraine Amid War. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-03-31/imf-board-approves-first-ever-wartime-loan-of-15-6-billion-for-ukraine>

5. Виконання бюджету-2022: головні підсумки року. URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/545981_vikonannya_byudzhetu2022_golovni.html

6. Колонка Сергія Марченка для Financial News: виклики перед фінансовою системою України за два роки повномасштабної війни. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/news/sergii_marchenkos_op-ed_for_financial_news_challenges_facing_ukraines_financial_system_during_two_years_of_full-scale_war-4461

7. Фінансування державного бюджету України з початку повномасштабної війни. 21 березня 2024. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/news/ukraines_state_budget_financing_since_the_beginning_of_the_full-scale_war-3435

НАПРЯМ 6. МЕНЕДЖМЕНТ

Куруджи Юлія Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і маркетингу;*

Кінаш Сергій Геннадійович

*аспірант кафедри менеджменту і маркетингу,
Одеський національний морський університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-32>

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОРСЬКИХ КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Контейнерні перевезення сьогодні є основним способом доставки вантажів, вони вважаються найбільш економічним видом транспортування продукції без виконання перевантажувальних операцій та дозволяють значно скоротити витрати на перевезення

Щороку порти в усьому світі обробляють більше 800 мільйонів контейнерів, і ця цифра постійно зростає [1]. Лише за 20 років кількість контейнерів в обігу транспортних компаній зросла втричі. За винятком певного скорочення таких перевезень у посткризовому 2009 р. та у 2020 р. (через глобальну пандемію COVID-19), зазначена тенденція була незмінною й демонструвала швидке відновлення після кризових явищ [2]. Так, у січні 2021 р. обсяги контейнерних перевезень між ЄС та Китаєм були більші на 73% порівняно з січнем 2020 р. Загалом протягом останніх двох десятиріч середньорічне зростання контейнерних перевезень у світі складало 4,4% [3]. Незважаючи на те, що обсяг поставок контейнерів у 2021 р. сповільнив зростання, цей показник, як і раніше, залишається вищим за допандемічний 2019 р. За 2022 р. обсяги світового контейнерного ринку скоротились на 4% до 174 млн TEU. У [5] зазначено, що після зростання торгівлі товарами з 2009 р. до 2019 р. настав період охолодження. Більшість показників контейнерних вантажних перевезень і виробничі

активності досягли піку в останньому кварталі 2021 р. або в першому кварталі 2022 р. і відтоді поступово знижуються (рис. 1).

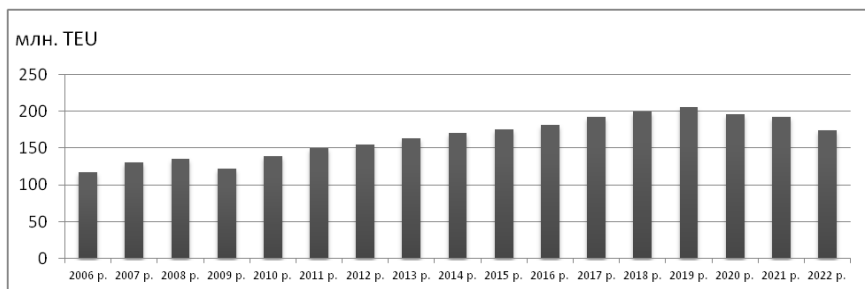


Рис. 1. Обсяги контейнерних вантажних перевезень, 2010–2022 рр., млн TEU

Джерело: побудовано автором за даними [1–4]

Попит на морські контейнерні перевезення у 2023 р. показав зростання на 0,3% до 173,8 млн. TEU порівняно зі зниженням більш ніж на 4% у 2022 р. (рис. 2). Після зростання у першому півріччі 2023 р. попит на контейнерні перевезення став знижуватися з середини літа, проте у грудні зафіксовано помітний стрибок обсягів у всіх географічних сегментах, окрім азіатського імпорту. Пожвавлення в останньому кварталі 2023 р. показав навіть європейський експорт.

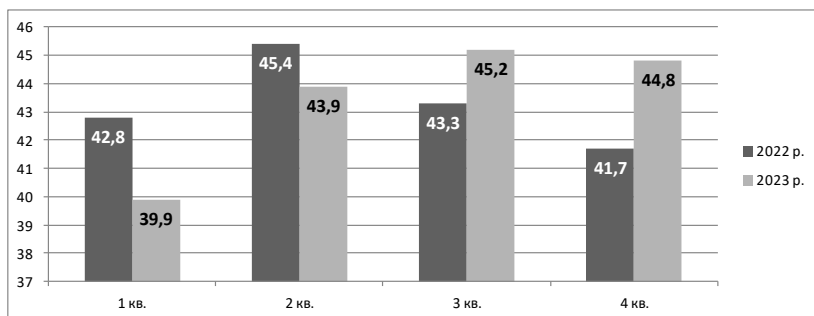


Рис. 2. Обсяги світового контейнерного ринку, 2022–2023 рр., млн TEU

Джерело: розроблено автором за даними [5–6]

При цьому в 2023 р. ставки фрахту в сегменті контейнеровозів знизилися, оскільки ринок нормалізувався після виняткових 2021–2022 рр. Зниження склало 71% порівняно з попереднім роком, а середні ставки чартеру – на 68% (поки залишаються вищими за допандемійний рівень) [6]. У прогнозі передбачається, що в 2024 р. ставки досягнуть мінімуму, але у зв'язку з перебоями в Червоному морі (більше 300 контейнеровозів місткістю 4 млн. TEU сьогодні перенаправлені на маршрут через Кейптаун) ставки фрахту у напрямку Шанхай-Європа сьогодні зросли втричі, але вони все ще на 65% нижчі від пікового рівня до пандемії.

За підсумками 2023 р. 15 найбільших контейнерних портів світу перевалили майже 350 млн. TEU. Їхній сукупний оборот зріс за рік на 1,2% – на 4 млн. TEU (рис. 3).

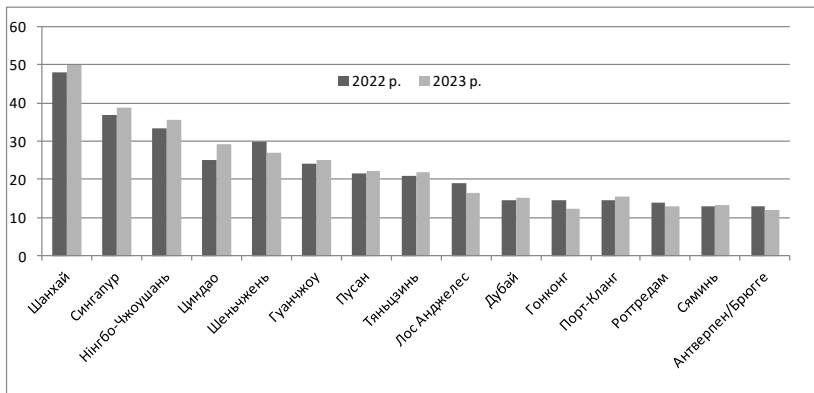


Рис. 3. Вантажобіг найбільших контейнерних портів світу, 2022–2023 рр., млн TEU

На Китай традиційно припадає більше половини портів у топ-15. Два європейські порти в Топ-15 – Роттердам та Антверпен – опустилися кожен на два рядки і посіли 13 та 15 місце. Єдиний у рейтингу порт США – портовий комплекс Лос-Анджелес/Лонг-Біч залишився на 9-му рядку, незважаючи на 13% скорочення обороту. Найкраще просування вперед показав Дубай, який піднявся з 12 на 10 місце, незважаючи на далеко не рекордний приріст в 0,5 млн TEU

(+4%). Лідер зі збільшення обороту – китайський порт Циндао, який переважив за минулий рік понад 30 млн. TEU (+17%) і витіснив Шеньчжень із 3 рядка.

Список використаної літератури:

1. UNCTAD: e-handbook of statistics 2021. URL: <https://hbs.unctad.org/maritime-transport-indicators/> (дата звернення: 02.04.2024).

2. Белашов Є.В. Щодо реалізації потенціалу транспортної системи України на світовому ринку контейнерних перевезень. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosini/schodo-realizacii-potencialu-transportnoi-sistemi-ukraini-na> (дата звернення: 02.04.2024).

3. China-Europe Express trains run over a thousand trains in a single month for 9 consecutive months. URL: <https://www.world-today-news.com/china-europe-express-trains-run-over-a-thousand-trains-in-a-single-month-for-9-consecutive-months/> (дата звернення: 02.04.2024).

4. Гринчак Н.А. Статистичний моніторинг розвитку ринку міжнародних контейнерних перевезень. *Бізнес Інформ*. 2019. № 12. С. 248–254.

5. Глобальні обсяги вантажних перевезень почали падати. URL: <https://lading.ua/news/globalni-obsyagi-vantazhnih-perevezen-pochali-padati/> (дата звернення: 02.04.2024).

6. Топ-49 найбільших і найбільш завантажених контейнерних портів у 2023 році. URL: <https://moverdb.com/uk/top-49-контейнерних-портів/> (дата звернення: 12.04.2024).

7. Ставки фрахту на морські перевезення знизилися в середньому на 3-7 \$/т. URL: <https://graintrade.com.ua/novosti/stavki-frahtu-na-morski-perevezennya-znizilisya-v-serednomu-na-3-7-t.html> (дата звернення: 02.04.2024).

Миронова Руслана Миколаївна
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри освітнього менеджменту,
державної політики та економіки;*

Вознюк Лідія Володимирівна
*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри освітнього менеджменту,
державної політики та економіки,
Комунальний заклад вищої освіти
«Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-33>

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Модель компетенцій є логічним описом функцій та елементів компетенцій персоналу, що застосовуються в організації. У ній відображено детальний опис стандартів поведінки працівника конкретної посади, яких необхідно дотримуватися для досягнення посадових цілей у даній організації. Модель компетенцій може бути застосована для забезпечення координації та узгодження практично всіх процесів, пов'язаних з управлінням персоналом організації. Тим самим модель компетенцій може бути визначена як базовий, багатофункціональний і універсальний інструмент управління персоналом.

На практиці в рамках системи стратегічного управління модель компетенцій дасть змогу спростити процедуру найму персоналу завдяки можливості зіставлення наявних характеристик кандидата на посаду і вимог до посади. Крім того, персонал організації отримуватиме чітке уявлення про вимоги, що висувуються до посади, а також про стандарти, націлені на успішне й ефективне виконання робочих завдань. Формування програм навчання на основі моделі компетенцій, забезпечить зростання ефективності навчання та розвитку працівників.

Модель компетенцій надає керівнику критерії для оцінювання ефективності роботи підлеглих, що дасть змогу визначити відповідність їхніх професійних якостей і здібностей завданням, які стоять перед організацією. Тим самим розв'язується одне з важливих завдань – забезпечення розвитку і планування кар'єрного зростання персоналу.

За допомогою моделі компетенцій можуть бути визначені зв'язки між системою управління персоналом і цілями організації як у поточному періоді, так і на стратегічну перспективу. Зв'язок може бути вибудовано через визначення професійних та особистісних якостей працівників, а також через ключові компетенції горизонту організації. Важливо зазначити наявність зв'язку моделі компетенцій персоналу та стратегічного планування організації, що є необхідною умовою для ефективної роботи.

Компетенції дають змогу сформувати загальну корпоративну культуру, забезпечити спільне бачення цілей організації з різних позицій, як керівників організації, так і безпосередньо її співробітників.

Модель компетенцій може бути побудована стосовно організацій різного типу, оскільки в її основі лежить механізм координації. Саме цей механізм дає змогу забезпечити цілісність і узгодженість дій у роботі всіх структурних підрозділів.

Модель компетенцій, будучи цілісною системою координат оцінювання, може бути застосована для узгодження критеріїв добору та оцінки персоналу відповідно до стратегії організації. Це дасть змогу проводити найм і просувати тільки тих працівників, потенційні компетенції яких максимально відповідають потребам організації. Крім того, можуть бути визначені нові актуальні форми професійного розвитку та розроблені оптимальні інструменти з утримання цінних фахівців. Оцінка персоналу на основі використання моделі компетенцій спрямована на узгодження всіх елементів системи управління персоналом. Таким чином, надається необхідна інформація для формування системи розвитку та системи мотивації і стимулювання персоналу організації.

Для ефективного застосування моделі компетенцій необхідне встановлення її відповідності поставленим цілям і завданням.

Модель компетенцій щонайменше має бути узгоджена зі критеріями якості.

1. Чіткість і простота розуміння:

- модель компетенцій не повинна бути багатозначною;
- модель компетенцій має бути простою для розуміння і використання;
- модель компетенцій повинна мати ясну структурну логіку.

2. Релевантність або ступінь відповідності:

- у моделі компетенцій усього персоналу організації має бути чітко визначено індикатори поведінки працівників відповідно до вимог. Ці вимоги спрямовані на забезпечення якісного виконання робіт. Застосування моделі компетенцій означає розуміння співробітниками її корисності та доцільності для досягнення цілей організації.

3. Контроль та оцінка можливих змін:

- ймовірність змін враховується в моделі компетенцій через опис стандартів поведінки, в яких відображено алгоритм виконання співробітниками завдань найближчим часом або у більш віддаленій перспективі. Для забезпечення адекватності модель компетенцій має враховувати можливості змін зовнішнього середовища, упровадження нової техніки і технологій, потенційний образ, спрогнозований керівниками з метою донесення до співробітників сенсу прийнятих рішень.

4. Наявність елементів, відмінних від інших, наприклад, індикаторів поведінки, що не перетинаються між собою. У моделі компетенцій мають бути дотримані правила, які дадуть змогу уникнути накладання різних компетенцій:

- компетенції мають бути не залежні одна від одної;
- компетенція та індикатори поведінки мають включатися тільки в один фрагмент моделі;
- компетенція не може бути включена одночасно в кілька кластерів;
- індикатор поведінки має належати до однієї компетенції;
- індикатор поведінки має належати до одного рівня компетенції;
- індикатор поведінки має характеризувати тільки вимірюваний/спостережуваний прояв компетенції.

5. Єдиний підхід до всіх задіяних у процес застосування моделі компетенцій:

– модель компетенцій, що включає високі стандарти, є справедливою по відношенню до кожного, для кого вона використовується.

Компетенцію можна уявити у вигляді набору споріднених поведінкових індикаторів і характеризувати оповідним описом стандартів поведінки, що спостерігаються в діях працівника, який має конкретну компетенцію.

При використанні компетенцій без рівнів модель компетенцій має спрощену форму. Цей вид компетенцій охоплює види робіт із простими стандартами поведінки. У моделі компетенції відображається єдиний список індикаторів усіх компетенцій, що належать до всіх видів робіт в організації.

Багаторівнева модель компетенцій передбачає використання компетенцій за рівнями. Ця форма моделі передбачає відображення широкого спектра робіт, що мають різний ступінь складності вимог. Кожна компетенція представлена окремим переліком поведінкових індикаторів.

Також вони можуть бути диференційовані за рівнями. Поділ компетенцій за рівнями реалізується відповідно до поставлених цілей. У разі, якщо в моделі компетенцій представлений значний спектр різноманітних видів діяльності, робіт і функціональних ролей, сукупність елементів, що становлять різні компетенції, об'єднуються в один заголовок. У тому випадку, коли модель компетенцій має відношення до одного виду робіт / ролі в організації, необхідна диференціація за критерієм професійних якостей працівників.

Ефект від використання моделі компетенцій в управлінні персоналом визначається залежно від рівня організаційного розвитку, можливості використання інструментів, що відповідають специфіці діяльності організації. Крім того, слід зазначити, що успіх застосування моделі компетенцій може бути забезпечений компетентністю спеціалістів і керівників усіх рівнів у галузі управління персоналом. Логічно побудована і науково обґрунтована модель компетенцій може стати основою для оптимізації структури

управління персоналом, інструментом стратегічного управління організацією та сприяти підвищенню узгодженості діяльності її персоналу.

При встановленні необхідної кількості компетенцій слід враховувати загальнометодологічні рекомендації, в яких визначено, що кількість компетенцій має бути необхідною і достатньою, і кожна компетенція має бути орієнтована на цілі організації та враховувати специфіку її діяльності. У науковій літературі відзначається тенденція до скорочення кількості компетенцій, відображених в одній моделі. Це дає змогу легше застосувати компетентнісний підхід, роблячи його зручним та ефективним інструментом реалізації різноманітних функцій управління персоналом: від добору та найму персоналу до ділового оцінювання персоналу та управління мотивацією і стимулюванням праці.

Овчарик Станіслав Вікторович

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти;

Пахота Наталія Вікторівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування,

Державний університет інфраструктури та технологій

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-34>

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ НА ШЛЯХУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ

Корпоративна культура є ключовим елементом успішної діяльності підприємства, оскільки вона визначає цінності, норми і підходи, які впливають на поведінку працівників. Ця культура формує сприятливе середовище для співпраці, творчості та досягнення спільних цілей. Правильно сформована корпоративна культура сприяє залученню та збереженню талановитих працівників, підвищенню їхньої продуктивності та зниженню плинності кадрів. Крім того, вона сприяє побудові позитивного іміджу компанії в очах споживачів та інвесторів. Розвинута корпоративна культура є важливим елементом конкурентоспроможності та стабільності підприємства [1; 2].

Українські підприємства часто стикаються з проблемами в побудові корпоративної культури:

- історична спадщина та перехідна економіка, яка ускладнює формування єдиної ідентичності компанії;
- недостатня увага керівництва до цього питання і недостатній розвиток організаційної культури в умовах економічної нестабільності можуть впливати на якість корпоративного середовища;
- брак чіткого сприйняття цінностей та місії компанії також може стати перешкодою у впровадженні ефективної корпоративної культури компанії;

– нерозвиненість системи мотивації та винагороди може призвести до низької мотивації працівників та невідчутного залучення до корпоративної культури.

Такі проблеми потребують комплексного підходу та систематичних заходів для покращення корпоративної культури на українських підприємствах.

Корпоративна культура відіграє вагомую роль у формуванні ефективного використання трудових ресурсів на шляху до європейських стандартів. Вона охоплює сукупність цінностей, норм, правил поведінки, традицій, які визначають спосіб діяльності організації та її взаємодію з внутрішнім і зовнішнім середовищем [3].

Сильна і сприятлива корпоративна культура сприяє підвищенню продуктивності праці, зміцненню лояльності та залученості співробітників, ефективному вирішенню конфліктних ситуацій. Вона забезпечує прихильність персоналу до цілей і завдань компанії, формує почуття причетності та відповідальності за результати діяльності [4].

Імплементация європейських стандартів у сфері трудових відносин передбачає дотримання принципів рівності, безпеки, гідної винагороди за працю, можливостей для професійного розвитку. Корпоративна культура, орієнтована на ці цінності, сприяє гармонізації трудових відносин відповідно до європейських норм та забезпечує ефективне використання трудового потенціалу.

Корпоративна культура відіграє значущу роль у формуванні та підтримці ефективності персоналу на підприємстві. Перш за все, вона визначає цінності, стандарти поведінки та способи взаємодії між співробітниками. Позитивно налаштована корпоративна культура сприяє створенню сприятливого робочого середовища, де працівники відчують себе заохоченими та мають можливість розвиватися.

Вона сприяє підвищенню мотивації працівників, їхній залученості та відчуттю приналежності до команди, що може позитивно позначитися на продуктивності.

Крім того, корпоративна культура впливає на здоров'я та емоційний стан персоналу, що в свою чергу відображається на їхній роботі. Розвинута та підтримувана корпоративна культура є

важливим фактором для досягнення ефективності персоналу на підприємстві.

Впровадження корпоративної культури в Україні за європейськими стандартами має значний потенціал та перспективи. Це дозволить гармонізувати трудове законодавство, процедури управління персоналом і практики ведення бізнесу із загальноновизнаними нормами Європейського Союзу.

Запровадження європейських підходів до корпоративної культури сприятиме поширенню цінностей рівних можливостей, гендерної рівності, безпечних умов праці та соціального діалогу між працівниками та роботодавцями. Це підвищить рівень захисту прав працівників та покращить імідж українських компаній на міжнародній арені.

Імплементация європейських стандартів корпоративної культури також забезпечить ефективний розвиток людського капіталу шляхом інвестицій у навчання та професійне зростання персоналу. Це дозволить українським підприємствам бути більш конкурентоспроможними на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Загалом, впровадження корпоративної культури за європейськими зразками є необхідною передумовою для успішної інтеграції України до європейського економічного та соціального простору.

Ще в 2004 році прийнятий та набув чинності Закон України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу». Програма визначає механізм досягнення критеріїв набуття членства в ЄС, який включає: адаптацію законодавства, утворення необхідних інституцій, інші додаткові заходи, необхідні для ефективного правотворення та правозастосування [5].

28 лютого 2022 року Україна подала офіційну заявку на вступ до Європейського Союзу. 17 червня 2022 року Єврокомісія запропонувала надати Україні статус кандидата, а вже 23 червня 2022 року Україна набула офіційного статусу кандидата ЄС, а з 14 грудня 2023 року розпочалися переговори України та ЄС про вступ. Одним із аспектів вступу є відповідність та інтеграція законодавства в сфері трудових відносин.

Повномасштабна війна, безсумнівно, негативно впливає на всі сфери життя, в тому числі і на впровадження корпоративної культури за європейськими стандартами в українських компаніях. Воєнний стан, руйнування інфраструктури, вимушені переміщення та економічна нестабільність створюють значні перешкоди для розвитку корпоративного середовища, орієнтованого на європейські цінності.

Багато підприємств змушені переорієнтувати свої ресурси на забезпечення безперервної діяльності та виживання в умовах війни, відкладаючи впровадження нових стандартів корпоративної культури. Крім того, постійні ризики для життя та безпеки працівників ускладнюють дотримання норм гідної праці та рівних можливостей.

Однак, попри всі виклики, прагнення до євроінтеграції залишається незмінним пріоритетом для України. Після відновлення миру, зусилля будуть спрямовані на подолання негативних наслідків війни та адаптацію корпоративної культури до кращих європейських практик.

Таким чином можна підсумувати, що корпоративна культура визначається системою цінностей, нормами та підходами, які впливають на поведінку та взаємодію працівників на підприємстві.

Вона є ключовим фактором у формуванні ефективного використання трудових ресурсів та досягнення європейських стандартів у цьому плані. Позитивно спрямована корпоративна культура створює сприятливе робоче середовище, що сприяє залученню, утриманню та розвитку талановитих співробітників.

Корпоративна культура також підвищує мотивацію персоналу, сприяє співробітництву та комунікації між колегами, а також сприяє підвищенню продуктивності праці.

Покращення корпоративної культури на шляху до європейських стандартів вимагає систематичних заходів, таких як розробка та впровадження чітких цінностей та місії компанії, створення системи мотивації та винагороди, а також розвиток лідерських якостей у керівництва.

В цілому, корпоративна культура виступає як каталізатор досягнення високої ефективності використання трудових ресурсів на шляху до європейських стандартів.

Список використаної літератури:

1. Копитко М.І., Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. № 2 (62). С. 92–99.

2. Шеремет А.М., Антонова З.О. Особливості психологічного впливу корпоративної культури підприємства на успішність бізнес-результатів. *Київський науково-педагогічний вісник*. 2022. № 26 (26). С. 30–36.

3. Калініченко С., Грібіник А., Аврята А. Формування корпоративної культури як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 1. С. 158–163.

4. Сторожук О. Корпоративна культура промислового підприємства. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології* : зб. матеріалів ІХ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Вінниця, 06 жовтня 2022 р. Вінниця, 2022. С. 636–644.

5. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу : Закон України від 18.03.2004 р. № 1629-IV. Дата оновлення: 04.11.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1629-15#Text> (дата звернення: 12.04.2024).

Пономаренко Катерина Миколаївна

студентка,

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3806-0766>

Науковий керівник: Сухорукова Ольга Аркадіївна

кандидат економічних наук, доцент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7157-8270>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-35>

ЛОГІСТИКА В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Інтернет-технології та електронна комерція революціонізують логістику, відкриваючи нові можливості для бізнесу. Споживачі прагнуть швидко та ефективно отримувати свої замовлення, що ставить високі вимоги до управління ланцюгом постачання. Цифрова трансформація в сфері транспорту та логістики вимагає комплексного підходу, який бере до уваги численні фактори оточуючого середовища. Ключовим елементом у пошуку оптимізації наявних ресурсів, що має безпосередній економічний та екологічний вплив, є здатність збирати, обробляти та передавати дані з реального світу. В цьому контексті процес з'єднання реального світу з віртуальним, відомий як «цифровий двійник», відіграє важливу роль.

Блокчейн з його децентралізацією, стійкістю до змін та прозорістю, вирішує багато проблем, з якими стикаються традиційні методи, зокрема, недостатню прозорість даних та відсутність вдосконалених механізмів довіри та відстеження. Це дозволяє компаніям трансформувати свої ланцюги поставок, підвищуючи їх стійкість та циркулярність, що в свою чергу підвищує задоволеність споживачів та загальну конкурентоспроможність ланцюга поставок.

За допомогою технології блокчейн можна фіксувати всю інформацію про весь життєвий цикл продукції в ланцюгу поставок, а також своєчасно обмінюватися отриманими даними між учасниками всього ланцюга поставок. Цей незмінний інформаційний

потік ефективно пом'якшує «ефект бичачого батога» в ланцюгу поставок і ефект» у ланцюгу поставок і гарантує, що реальна інформація про попит на продукцію передається від споживача до виробництва. Блокчейн не тільки вирішує проблему спотворення інформації, але й допомагає відстежувати джерело проблемних продуктів. Якщо споживач отримує дефектний продукт, відповідальність несе підприємство в ланцюгу постачання. Блокчейн, як публічна книга, записує детальну інформацію про продукти, що рухаються вздовж ланцюга, забезпечуючи підтримку інформації та підзвітність [1].

В даний час активно проводяться дослідження та розробляються проекти, спрямовані на використання технології блокчейн для підвищення прозорості та відстежуваності в ланцюгах постачання. Ці ініціативи збирають важливі дані про процеси виробництва, джерела товарів та їх обробку, які потім фіксуються в системі на основі блокчейну. Це дозволяє створити незмінні та легко обмінювані дані, що розширює можливості для відстеження в рамках ланцюга постачання. Компанії можуть використовувати ці дані для підтвердження легітимності поставок, наприклад, фармацевтичних препаратів, або автентичності предметів розкоші. Споживачі, в свою чергу, отримують можливість дізнатися більше про товари, які вони придбають, включаючи інформацію про етичність джерел, автентичність товару та його зберігання в належних умовах.

Грунтовне дослідження від StellarMR, «*Блокчейн на ринку логістики: погляд на майбутні впливи та аналіз прогнозів (2024–2030)*» прогнозує стрімке зростання ринку блокчейн-рішень для логістики. У 2023 році його розмір оцінювався в \$13,39 млрд. Однак, згідно з прогнозами, протягом 2024–2030 років він зросте на 58% і досягне близько \$329,34 млрд завдяки широкому впровадженню цієї технології в галузі.

Сектор логістики стає дедалі складнішим, а ланцюжки поставок включають все більше місць і третіх сторін для обробки, виконання та відвантаження товарів. Оскільки керівництво часто змінюється між етапами, існує високий ризик неправильного спілкування та помилок, що є однією з причин того, чому неефективність ланцюга постачання коштує компаніям мільйони доларів щороку. За даними

Всесвітнього економічного форуму, широке впровадження блокчейну може збільшити світову торгівлю на 1 трильйон доларів протягом наступних 10 років шляхом усунення торгових бар'єрів і скорочення громіздких процесів. Якщо організації скористаються можливостями блокчейну, логістиці судилося стати одним із найбільших переможців на цьому ринку, що швидко змінюється [2].

Стаття «*Blockchain in Operations and Supply Chain Management*» від Ali Emrouznejad, Soumyadeb Chowdhury та Prasanta Kumar Dey (2023) досліджує вплив технології блокчейн (ВСТ) на глобальні екосистеми ланцюгів поставок. Вони визначають ВСТ як технологію, що може забезпечити відстежуваність, походження та прозорість в бізнес-операціях, де важливі строгість, гнучкість та швидкість, а також досягнення соціальної стійкості [3].

Автори вказують, що ВСТ, коли її інтегрують з іншими технологіями, такими як Інтернет речей, аналітика великих даних та штучний інтелект (AI), може допомогти збільшити ефективність ланцюга поставок за допомогою гнучкого прийняття рішень на основі даних, заснованих на високоякісних даних (зберігаються в блокчейні), і подальшого сприяння прозорості ланцюга поставок.

В цілому, це дослідження висвітлює важливість блокчейну в управлінні ланцюгами поставок та вказує на необхідність подальших досліджень для кращого розуміння цього сучасного явища та його впливу на відносини в ланцюгу поставок, стратегію операцій, управління персоналом, бізнес-партнерства, створення цінності, соціальні законодавства та бізнес-прозорість.

Міжнародні морські перевезення становлять домінуючий спосіб перевезення у світовій торгівлі, охоплюючи понад 90% перевезених вантажів. В даний час ринок вантажних перевезень зіткнувся з проблемою відсутності узгодження та інтеграції стандартів даних. Це призводить до складностей у визначенні походження вантажів та збільшенні витрат, пов'язаних з моніторингом, відстеженням, управлінням відповідністю та виявленням шахрайства. Особливо важливою є проблема конфіденційності обміну даними між учасниками логістики в контексті логістики та ланцюга постачання контейнерів. Для вирішення цих викликів галузь морської логістики досліджує різні інноваційні стратегії. В останні роки технологія

блокчейн привернула значну увагу в логістиці та міжнародних ланцюгах поставок контейнерів. Незважаючи на те, що вона все ще на початковій стадії практичного застосування, декілька дослідників вже стверджують, що блокчейн може вирішити поточні проблеми, як це вказано в наступній статті.

У статті *Tsolakis, Schumacher, Dora, and Kumar (2023)* досліджено ланцюг постачання тунця в Таїланді, щоб вивчити вплив спільного впровадження штучного інтелекту та ВСТ на підвищення операційної ефективності та досягнення сталого розвитку. Дослідники запропонували уніфіковану концептуальну рамку, яка визначає ключові елементи даних, що мають оброблятися в середовищах ІІІ та ВСТ для забезпечення операційної ефективності, стійкості та монетизації даних у ланцюгах поставок. Таким чином, дослідження відкриває шлях до успішного впровадження ВСТ в ланцюгах поставок [4].

Вже сьогодні, Lenovo, провідне підприємство використовує технологію блокчейн. Проаналізувавши дослідження «*Вплив технології блокчейн на співпрацю в ланцюжках поставок: приклад Lenovo*» (2023), як компанія Lenovo використовує технологію блокчейн для оптимізації свого глобального ланцюга поставок. Lenovo має складну мережу поставок, що охоплює 180 країн, з понад 1000 постачальників і мільйонами замовлень, що обробляються щорічно [5].

Впровадження технології блокчейн дозволило Lenovo синхронізувати дані в режимі реального часу між компанією, постачальниками та OEM-виробниками, автоматизувати процеси закупок та покращити прозорість відстеження відправлень і використання матеріалів. Це призвело до значної економії коштів і часу, покращення управління запасами та підвищення стійкості.

Технічна реалізація включає створення консорціумові блокчейн-мережі за допомогою Hyperledger Fabric, що дозволяє візуалізувати повні цикли доставки замовлень на підприємствах, відстежувати запаси деталей/компонентів виробників у реальному часі та автоматизувати процеси між підприємствами.

Впровадження технології блокчейн Lenovo значно оптимізувало їх глобальний ланцюг поставок, покращуючи обмін інформацією в

режимі реального часу, автоматизацію процесів та прозорість. Це призвело до значної економії коштів і часу, покращення управління запасами та підвищення стійкості. Це дослідження підкреслює трансформаційний потенціал блокчейну для складних ланцюгів поставок.

Цифрові рішення все більше впливають на різні сектори. Блокчейн, новітня технологія, яка спочатку зробила своє ім'я завдяки використанню криптовалюти, тепер використовується в управлінні бізнесом у багатьох областях. Ця технологія, що створює історію транзакцій через ланцюг пов'язаних блоків, що легко відстежуються, забезпечує прозорість та надійність, збільшуючи довіру галузей до цієї технології. Особливо важливою є її сумісність з компаніями, що працюють в логістиці. Блокчейн має величезний потенціал для багатьох діяльностей у функціонуванні від постачальника до споживача.

Сильні сторони, які вимагатимуть використання технології блокчейну в логістичному секторі, включають децентралізовану структуру, ефективний обмін інформацією, швидку відповідь, надійність, робастне управління ризиками, цілісність між процесами, високі заходи безпеки, систематичне управління даними, анонімність, аудитованість, прозорість, сильні відносини між зацікавленими сторонами, менше хакінгу, підробок, помилок та затримок, висока ефективність, низька вартість, стійкість, незмінні дані. Слабкі сторони включають низьку продуктивність, складну структуру та проблему високого споживання енергії.

Можливості для сектору включають оптимізацію часу, здобуття конкуренції шляхом усунення проблем, здатність збільшити стійкість, збільшення співпраці між зацікавленими сторонами, збільшення довіри між сторонами, перехід до цифровізації. З іншого боку, як і кожна технологія, вона має зовнішні загрози; прийняття крос-інтеграції, нова технологія, обмежена конфіденційність даних, сумісність інтеграції з іншими технологіями, волатильність криптовалют, невизначене правове становище.

Загалом, потенційний внесок блокчейну в логістичний сектор є вкрай важливим. Таким чином, за допомогою точної та надійної

передачі даних з використанням блокчейн-технології можна досягти міжгалузевих переваг.

Список використаних джерел:

1. Blockchain Technology Applied to Supply Chain Management: A Systems' Analysis. Volume 2023, Article ID 6046503, 23 p. URL: <https://downloads.hindawi.com/journals/misy/2023/6046503.pdf> (дата звернення: 18.04.2024).

2. Blockchain in Logistics Market: Perspective on Upcoming Impacts and Forecast Analysis (2024–2030). StellarMR. 2023. URL: <https://www.stellarmr.com/report/Blockchain-in-Logistics-Market/424#:~:text=Blockchain%20in%20Logistics%20Market%20size,reaching%20nearly%20US%24%20329.34%20Billion> (дата звернення: 18.04.2024).

3. Emrouznejad A., Chowdhury S. Dey P.K. Blockchain in operations and supply Chain Management. *Ann Oper Res.* 2023. Vol. 327. P. 1–6. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10479-023-05451-x> (дата звернення: 18.04.2024).

4. Tsolakis N., Schumacher R., Dora M. et al. Artificial intelligence and blockchain implementation in supply chains: a pathway to sustainability and data monetisation? *Ann Oper Res.* 2023. Vol. 327. P. 157–210. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10479-022-04785-2> (дата звернення: 18.04.2024).

5. Xia J., Li H., He Z. The Effect of Blockchain Technology on Supply Chain Collaboration: A Case Study of Lenovo. *Systems* 2023. No. 11. DOI: <https://doi.org/10.3390/systems11060299> (дата звернення: 18.04.2024).

Prus Volodymyr
Postgraduate Student,
Poltava State Agrarian University

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-36>

**ORGANIZATIONAL METHODS OF RISK
AND UNCERTAINTY REDUCING AT THE ENTERPRISES
OF AGRICULTURAL SPHERE**

The sources of risk and uncertainty in agricultural sphere have various nature but can be classified in five directions of management: production and technology, market and prices, finance, legislation and employees [1]. Risk management in agricultural sphere is supposed to reducing the possibilities of unfavorable results or mitigating its negative effects.

Risk management practitioners distinguish organizational methods of risk and uncertainty reducing in agriculture sphere, being based on: risk-aware culture; campaign to focus on the risks and the relevant controls; Know Your Customer (KYC) procedures [2]. At this, risk can be reduced by: economic research and forecasting; consumer research and screening; product research and quality control; staff development and risk awareness training. Risk aware culture for the enterprises of agricultural sphere may include (Table 1).

Table 1

**Components of risk aware culture as a part of risk management
at the enterprises of agricultural sphere**

| | |
|----------------|--|
| Leadership | Strong leadership within the organization in relation to strategy, projects and operations |
| Involvement | Involvement of all stakeholders in all stages of risk management process |
| Learning | Emphasis on training in risk management procedures and learning from events |
| Accountability | Absence of an automatic blame culture, appropriate accountability for actions |
| Communication | Communication and openness on all risk management issues and cases learnt |

Source: developed by author on the basis of [2; 3]

Campaign to focus on the risks and the relevant controls may include: risk awareness training of personnel; awareness poster campaigns; site inspections; arrangements for reporting defects; risk-reporting helpline; allocation of responsibilities; leaflets and brochures.

KYC procedures enable agricultural businesses to know and understand their customers and their financial dealings better, that in turn, help them manage their risks prudently. KYC key elements are: customer identification procedures; customer acceptance policy; monitoring of customers' transactions; risk management.

Risk organization improvements for agricultural businesses are recommended to include: holistic vision of top managers for all the risks faced by the business; aggregated reporting for risk management; comprehensive assessment of the value of the organization based on the optimal balance of risk and return; concentration of key functions of risk management at the level of one unit or group; involvement of all services in the risk management and business support; implementation of cross-cutting risk control; staff motivation with regard to achievement of targets for profitability of operations to manage their risks.

Numerous risks in agriculture arise due to errors in planning. Efficient planning and proper risk management techniques should make for eliminating future risks.

Thus, scientific forecasting and marketing research of future economic conditions will make the risk managers aware of likely opportunities and threats to the business environment in future. Accordingly, the business entity in agriculture sphere can make the required changes to its products, prices of the products, its distribution channels and sales promotion techniques.

A business can reduce the losses arising from technological obsolescence through continuous technological research and development in the organization. Thus, it can develop new and remunerative products before the present products become obsolete.

Credit screening and control through careful screening of the customers, prompt collection of the outstanding debts and tight inventory control will also help the firm to reduce the amount of risks.

Risk of competition can be reduced through collective action by the competing businesses in agriculture which may agree to restrict output, allocate markets or charge uniform prices.

Various safety programs for businesses in agriculture may include: fire fighting equipment and sprinkler system; burglar alarms, night watchman, safety vaults; cold storage or refrigeration; special packing; proper pest control methods; safe work environment etc.

Summary. In a business of agriculture risks and uncertainties are unavoidable but mostly manageable. Risk management in agriculture sphere includes choosing the alternatives for reducing risks which affect utmostly on the business financial results. Organizational methods of risks and uncertainty reducing are one of such alternative.

References:

1. Kuzman B., Prodanovic R. (2017) Risk and uncertainty management in agricultural holding. Available at: https://www.researchgate.net/publication/355737633_Risk_and_uncertainty_management_in_agricultural_holding
2. European Commission (2017) Risk management schemes in EU agriculture. Available at: https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2019-10/agri-market-brief-12_en_0.pdf
3. Risk Management Needs and Challenges for Agriculture (2023). Available at: <https://www.leadsconnect.in/risk-management-needs-and-challenges-for-agriculture>

НАПРЯМ 7. МАРКЕТИНГ

Авраменко Роман Федорович

аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3651-2964>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-37>

УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ НАСІННЯ ГАРБУЗА

Найважливішим завданням агропромислового комплексу України є забезпечення населення повноцінними та якісними продуктами харчування. Значне місце у реалізації цього завдання належить галузі баштанництва, продукцію якої ми вживаємо не тільки у свіжому вигляді, а й з якої можна отримувати вишукані різноманітні страви. Одними з найбільш урожайних і рентабельних баштанних культур є гарбузи, які останнім часом, все більше набувають популярності серед споживачів у всьому світі (табл. 1).

Таблиця 1

**Світове виробництво гарбузів у 2021 р. (включаючи кабачки),
млн тонн**

| Виробництво | В тому числі | | | | |
|-------------|--------------|-------|---------|-----|-------------|
| | всього | Китай | Україна | США | Інші країни |
| | 23,4 | 7,4 | 1,3 | 1,1 | 13,6 |

Джерело: Production of squash, gourds and pumpkins in 2021, Crops/Regions/World list/Production Quantity (pick lists). UN Food and Agriculture Organization, Corporate Statistical Database (FAOSTAT). 2023

Дані табл. 1 засвідчують, що у 2021 році світове виробництво гарбузів (включно з кабачками) становило 23,4 млн тонн, лідирував Китай із 32% від загального обсягу. Україна та США були вторинними виробниками.

За останні 10 років вирощування гарбуза коливається в межах 700–1170 тис. т. Найвищий рівень врожаю був зібраний в 2021 році – 1300 тис. т, найнижчий – у 2000 році – 401,5 тис. т, що пов'язано з падінням врожайності до 160 ц на 1 га. До речі, насіння гарбуза – це єдина сировина, яка потрібна олійникам – вся гарбузова м'якоть залишається на полі, де перетворюється в добриво.

В наш час особливо зріс попит на насіння гарбуза та гарбузову олію. У зв'язку з цим, вчені багатьох країн працюють над виведенням нових насінневих сортів та гібридів. Найбільш цікавими у цьому напрямку є голонасінні гарбузи.

Австрійські фахівці отримали гібрид штирійського гарбуза (*Cucurbita pepo styriaca*), який має підвищену врожайність. Такі гарбузи ростуть по кілька на одному стеблі. Головна ж цінність штирійських гарбузів у непокритому лушпинням насінні. Воно є дуже дороге та корисне.

Гарбузова олія з такого насіння виробляється в Австрії вже багато років, а попит на нього не знижується, навпаки, цінна олія отримала широке визнання в усьому світі. Площі, на яких можна вирощувати гарбузи в Австрії, дуже обмежені – поля невеликі, в країні кожен рік засівається 15 тисяч га для одержання гарбузового насіння. Щоб підтримувати свій статус батьківщини і найбільшого виробника «чорного золота» (гарбузова олія має майже чорний колір та високу ціну на світовому ринку) та, щоб завантажувати наявні виробничі потужності й задовольняти зростаючий попит, доводиться закуповувати сировину за кордоном, причому в останні роки її постійно не вистачає.

Сьогодні Україна увійшла в топ країн-лідерів з вирощування штирійських гарбузів. У фермерів України є реальні шанси вийти на європейський ринок з насінням гарбуза та заробити непогані гроші. Посівних площ для цього достатньо, а рентабельність вирощування гарбуза не зрівняється з жодною сільськогосподарською культурою і може складати, за висновками фахівців, біля 100-150%, залежно від сорту та ґрунтово-кліматичних умов. На насіння можна використовувати всі три види гарбуза: мускатний, твердошкірий та великоплідний. Різниця між видами полягає у складі жирних кислот. Наприклад, в олії з насіння мускатного та великоплідного гарбузів концентрація лінолевої кислоти вища (саме лінолева кислота є найбільш

цінною). Проте мускатні сорти мають малий вихід насіння, тому для виготовлення олії зазвичай не використовуються. Для олії більш придатні сорти твердошкірого гарбуза, насіння якого містить підвищену кількість олеїнової кислоти, бо вона більш стійка до окислення. Така олія буде довго зберігатися. З голонасінних сортів можна рекомендувати для вирощення сорт Південний та Гамлет, перероблювання на олію такого насіння буде нижчим за собівартістю. За рекомендацією науковців, підвищити вихід насіння можна агротехнічними методами, до яких відноситься загущеність посівів та зрошення. Загущення посівів гарбуза з площею живлення 2 кв. м є оптимальним. Хоч є зменшення урожаю плодів, проте вміст насіння більший.

Окрім отримання насіння та олії, є й цікаві сорти гарбуза, які користуються шаленою популярністю у ресторанному бізнесі та у фахівців з «високої кухні» у всьому світі. Одним з таких є гарбуз сорту Спагеті. При приготуванні м'якуш цього гарбуза розпадається на волокна, що нагадують справжні спагеті, звідси він й отримав свою назву. Рецепти пасти з такого сорту входять до здобутків всесвітньо відомих шеф-кухарів, які підтверджують, що свіжий м'якуш гарбуза має ванільний аромат. До того ж, рекомендують цей сорт використовувати для виготовлення смачного варення. Якщо його сильно розварити, то отримаєте хрусткі прозорі спагеті. Якщо варення не розварювати, то виходять хрусткі, як ананас шматочки. Ароматизувати таке варення можна чим завгодно, і цитрусовими, і ваніллю, і корицею. Та й насіння цього сорту гарбуза дуже смачне.

Список літературних джерел:

1. Своя ніша: олійний гарбуз – все краще всередині.
URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/cvoa-nisa-olijnij-garbuз-vse-krase-vsередini>
2. Основним експортним ринком для українського гарбуза залишаються країни ЄС – Катерина Зверева. URL: <https://ukrainefood.org/2020/11/osnovnymeksportnym-rynkom-dlia-ukrainskoho-harбуза-zalyshaiutsia-krainy-ies-kateryna-zvierieva/>
3. Гроші з гарбуза: як створити бізнес на насінні.
URL: <http://agronews.ua/node/85423>
4. Вигідний бізнес: вирощування олійного гарбуза окупається за два роки.
URL: <https://uprom.info/news/agro/vigidniy-biznes-vir>

Богуславська Анастасія Андріївна
студентка,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-38>

АНТИКРИХКІСТЬ МАРКЕТИНГУ ЯК ЗАПОРУКА СТІЙКОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Останній події цього десятиріччя показало нам наскільки є непередбачуваним та нестабільним наше життя. Так, у 2020 році пандемія COVID-19 стала несподіваним випробуванням для всіх країн та економічних систем, мала негативний вплив на всі галузі економіки. Ця пандемія стала важким тягарем для багатьох підприємств: деякі збанкрутували та закрилися, інші змогли витримати випробування та адаптуватися до змін, використавши період пандемії як можливість стати сильнішими та розвинути риси антикрихкості. Наступна криза, спричинена російсько-українською повномасштабною війною на початку 2022 року, також створила значні виклики для підприємств. Проте, навіть у цих складних умовах підприємства намагаються побудувати риси антикрихкості в своїй діяльності.

Саме ж поняття антикрихкості є релятивно новим в економічному просторі. Його «Батьком» вважається американський письменник і фінансовий аналітик Нассім Талеб. У 2012 році він вперше введе та роз'яснене дане поняття у книзі «Antifragile: Things That Gain From Disorder» (укр. «Антикрихкість: речі, що стають кращими від безладу»). У контексті бізнесу та економіки термін «антикрихкість» використовується для опису систем, які не лише стійкі до негативних впливів, але й можуть рости та розвиватися завдяки таким випадковим подіям. Проте сам Н. Талеб вважає, що коріння цього поняття сягає філософії стоїцизму і його основоположників – Фалеса і Сенека.

Звертаючись до робіт Н. Талеба, то він виділяв три основних компоненти, на яких реалізовується антикрихкість [1]:

- Зміни;
- Помилки;
- Помірні стреси.

Розглядаючи дані компоненти, можемо самостійно визначити їхнє трактування. Отож, зміни – це ті дії, що призводять до чогось нового, що створює початок нових процесів. Натомість помилками вважають ненавмисні дії, що в результаті мають відхилення від правильного. А помірні стреси являють собою певні умови в системі, що впливають на невиконання певних дій і змушують генерувати ідеї для їх вирішення. У своїх працях Н. Талеб використовує поняття «антикрихкість», як принцип формування систем, заснований на нелінійному мисленні. Він виводить це поняття з тріади «крихкість – стійкість – антикрихкість». Як виділяв Н. Талеб «антикрихкість» – спроможність до позитивних змін після зіткнення з потужним невідомим [1].

У роботі над антикрихкістю підприємств працювали такі українські науковці, як Л.Г. Мельник, О.М. Маценко, О.М. Дериколенко, М.В. Кириленко, І.А. Стародуб. Базуючись на своєму досвіді, набутих знаннях, вони сформулювали принципи забезпечення антикрихкості підприємств. Нижче на рисунку 1.



Рис. 1. Принципи забезпечення антикрихкості підприємств

Джерело: [3]

Важливе значення в антикрихкості підприємств є вміння швидко та якісно оцінювати антикрихкість підприємства з різних точок зору. В практиці дані підходи та їх характеристики було виділені Валерієм Палієвим, а саме: фінансовий, операційний, стратегічний та технологічний підходи. Опираючись на результати в дослідницьких роботах Валерія Палієва та Надії Язвінської, у визначенні антикрихкості підприємства з точки зору маркетингу, було самостійно визначено, що собою являє антикрихкість підприємства за маркетинговим підходом, далі в таблиці 1.

Таблиця 1

**Маркетинговий підхід до визначення
антикрихкості підприємства**

| Підхід до визначення антикрихкості | Опис |
|---|--|
| Маркетинговий підхід | В даному аспекті антикрихкість підприємства залежить від розвитку сильного бренду та маркетингових досліджень ринку. Постійний зв'язок з клієнтами, відслідковування поведінки споживачів та тенденцій ринку, допоможуть підприємству бути готовими до змін та якнайшвидше реагувати на них. |

Джерело: складено автором на основі [3–5]

Розглядаючи питання антикрихкості, варто звернути увагу на антикрихкість маркетингу на підприємстві та порівняти структуру різних аспектів. Нижче в таблиці 2 можна розглянути важливість зв'язку антикрихкості маркетингу з антикрихкістю підприємства в цілому.

З огляду на таблицю, можна помітити наскільки між собою взаємопов'язані антикрихкість підприємства та антикрихкість маркетингу. Антикрихкість маркетингу є запорукою антикрихкості самого ж підприємства. Вдало розвинута структура антикрихкості маркетингу матиме вплив на те, як реагуватиме підприємство на зовнішні загрози та зміни. Виходячи з цього, можна дефініціювати поняття *антикрихкість підприємства* як здатність суб'єкта витримувати негативні впливи, стресові ситуації та зміни як у внутрішньому так і у зовнішньому середовищі, а також здатність не тільки вижити в таких

умовах, але й розвиватися, стаючи більш сильним та досконалим після подібних випробувань. Натомість *антикрихкість маркетингу* є вужчим поняттям і являє собою маркетингові стратегії суб'єкта, які здатні адаптуватися до змін ринкових умовах, забезпечуючи стійкість та успішність маркетингових дій. Це включає розробку гнучких та інноваційних стратегій, забезпечення ефективної комунікації з клієнтами, а також здатність реагувати на зміни в попиті та конкурентному середовищі. Результат антикрихкості маркетингу матиме вплив на антикрихкість підприємства.

Таблиця 2

Структура антикрихкості підприємства та антикрихкості маркетингу

| Антикрихкість підприємства | Антикрихкість маркетингу |
|--|--|
| Стратегічне управління Розробку гнучких та адаптивних стратегій, які дозволяють підприємству реагувати на зміни в економічному, соціальному та технологічному середовищі. | Ринкова аналітика Збір та аналіз даних про ринок, клієнтів та конкурентів для розуміння потреб, тенденцій та можливостей. |
| Операційна ефективність Забезпечується оптимізацією процесів та ресурсів для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності підприємства. | Стратегія маркетингу Визначається чітка стратегія залучення, утримання та розвитку клієнтів, а також позиціонування бренду на ринку. |
| Фінансова стійкість Включає управління фінансовими ресурсами таким чином, щоб підприємство могло витримувати економічні труднощі та несподівані витрати. | Маркетингові комунікації Включає розробку та реалізацію ефективних комунікаційних кампаній, які сприяють залученню та утриманню цільової аудиторії. |
| Культура організації Позитивна та відкрита корпоративна культура, що сприяє співпраці, інноваціям та взаємній підтримці. | Продажі та обслуговування клієнтів Розробка стратегій продажів та послуг, які забезпечують задоволення потреб клієнтів та підвищують їхню лояльність. |
| Людський капітал Налагодження систем набору, навчання та розвитку персоналу для забезпечення високої мотивації, продуктивності та відданості співробітників. | Інновації та адаптація Постійне вдосконалення та інновації у маркетингових практиках для відповіді на зміни в ринкових умовах. |

Джерело: складено автором на основі [6; 7]

Список використаної літератури:

1. Талєб Н. Антикрихкість. Про (не)вразливе у реальному житті. Київ : Наш формат, 2020. 3-є видання. 400 с.
2. Мельник Л.Г., Маценко О.М., Дериколенко О.М., Кириленко М.В., Стародуб І.А. Економіка підприємств, територій та макроекономічних систем в умовах цифрових трансформацій: від стабільності й лінійного мислення до антикрихкості та нелінійного, інноваційного мислення. *Механізм регулювання економіки*. 2021. № 3. С. 67–78. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87532>
3. Язвінська Н.В., Вишницька С.В. Формування антикрихкої конкурентоздатності підприємства – маркетинговий підхід. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 22. С. 107–113. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.22.2022.260164>
4. Язвінська Н.В. Система ознак маркетингової антикрихкості бізнесу. Бренд-менеджмент: маркетингові технології. Тези доповідей V міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 14 березня 2023. С. 514–515. URL: <https://dspace.ksaeu.kherson.ua/bitstream/handle/123456789/8951/dfa2684085a58809d90b630a0fe26059.pdf?sequence=1#page=515>
5. Палієв В.І. Дослідження дефініції «антикрихкість підприємств». *Economic Synergy*. (1). С. 200–208. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2024-1-15>
6. Сучасні промислові революції та удосконалення механізмів сестейнового соціально-економічного розвитку: Досвід ЄС та України : монографія / за ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника та к.е.н., доц. О.М. Маценка. Суми : Університетська книга, 2021. С. 325–333
7. Derevianko O. Study of stability and antifragility of reputation in view of multi-vector character of reputation management of enterprises. *EUREKA: Social and Humanities*, 2017. No. 5. P. 48–56. DOI: <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2017.00432>

Derbenova Yana

*PhD in Economics, Associate Professor at the
Department of Marketing and Business Administration,
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-39>

BUSINESS CHALLENGES IN A DYNAMIC GLOBAL ENVIRONMENT

COVID-19 and the War have upset the balance of supply and demand, causing a shock in the global economy. The consequences of these ongoing business problems have affected demand, commodity prices, supply chains, and investment decisions, leading to a period of inflation and an increased likelihood of recession. The work presents the essential macro-marketing factors of the threats that businesses will face in the coming years of the turbulent global environment.

1. Challenge: Lack of political, economic, and social stability and an era of uncertainty. Business threats:

– Increasing inflationary pressure (according to the OECD [1], annual inflation rose to 9.6% in May 2022, which was the sharpest price increase since 1988).

– The biggest increase in energy prices since the oil crisis of 1973, which affected the overall price of different goods.

– Increased energy costs and disruptions in supply chains.

– Approaching recession as government agencies intervene to correct inflation.

– Stagflation (when recession sets in before prices have time to fall) is also a potential problem for businesses, which can lead to low growth, high unemployment, and high prices.

2. Challenge: Society's demand for a high level of social responsibility of business. According to a study by Morgan Stanley Institute [2], the young generation of Millennials and Gen Z has a community-oriented approach to consumption, career, and investments:

– 99% of millennial investors are interested in sustainable investing.

– 54% of Millennials and Gen Z have ESG investments.

– Generation Z prefers to buy from environmentally friendly brands and spend more money on them.

This means that ESG initiatives [3] are becoming mandatory for businesses. The Environmental, Social, and Governance (ESG) framework means adopting environmental, social, and governance initiatives as part of the business model. Here, the main challenge for businesses is uncertainty about how to implement ESG principles in their operations.

3. Challenge: Digital transformation of business.

A long-term digital transformation strategy improves productivity, data analysis, decision-making, customer engagement, and revenue. As more and more companies recognize the need for digital transformation, global investment in digital transformation will double between 2020 and 2024 [4].

However, significant investments in digital tools and the large amount of data they generate can cause a number of threats, including:

– Difficulties in managing large sets of data obtained from various sources.

– Digitization and the use of cloud technologies threaten data security, as employees now use both corporate and personal devices for their work.

– Limitations of cloud computing.

– Data security is a pressing concern for businesses as cyber-attacks such as phishing, ransomware, and cloud vulnerabilities are on the rise.

Conclusions. The world has entered a long-term period of turbulence and uncertainty. Given this period of volatility, it's an opportunity to adjust your business goals and adapt to economic disruptions, such as recession-proofing your business. The directions for improving business models are: investments in technology and innovation, upgrading the skills of existing employees, ensuring the visibility of costs, automating business processes, and implementing AI in data analytics and decision-making.

References:

1. How Digital Technology Fights Inflation: A Tool Consumers Need Now. URL: <https://www.forbes.com/sites/daviddoty/2022/06/09/how-digital-technology-fights-inflation-a-tool-consumers-need-now/?sh=28d16550798d>

2. Sustainable Signals Individual Investors and the COVID-19 Pandemic.
URL: https://www.morganstanley.com/assets/pdfs/2021-Sustainable_Signals_Individual_Investor.pdf

3. What Are ESG Frameworks? How to Choose the Right One for Your Business.
URL: <https://quantive.com/resources/articles/esg-frameworks>

4. Spending on digital transformation technologies and services worldwide from 2017 to 2027. URL: <https://www.statista.com/statistics/870924/worldwide-digital-transformation-market-size/>

Когут Мар'яна Володимирівна
кандидат економічних наук, в.о. доцента,
Львівський національний університет природокористування
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8275-134X>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-40>

РОЛЬ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БРЕНД-АМБАСАДОРІВ В БІЗНЕСІ

У сучасному світі маркетингу бренд-амбасадори відіграють ключову роль у формуванні іміджу та сприйняття бренду серед споживачів. Вони стають живим втіленням бренду, його цінностей і обіцянок. Але хто вони такі, ці бренд-амбасадори, і яка відповідальність на них покладена?

Процес, коли людина виступає як представник бренду, зазвичай називається «бренд-амбасадорство» або «представництво бренду». Особа, яка займає таку роль, відома як бренд-амбасадор. Така людина може бути засновником компанії, головним виконавчим директором, видатною публічною особою або знаменитістю, яка виступає в ролі представника або амбасадора бренду, використовуючи свій імідж для підвищення його впізнаваності та привабливості [1].

Бренд-амбасадори – це більше, ніж просто обличчя бренду. Вони є ключовими учасниками маркетингової стратегії, яка вимагає від них не лише активної участі в просуванні продуктів, але й усвідомлення своєї відповідальності перед споживачами та самим брендом. Коректне використання їхнього впливу може привести до збільшення відданості клієнтів, покращення іміджу компанії та зростання продажів [2].

Розглянемо детальніше роль бренд-амбасадорів в сучасному бізнесі в табл. 1.

Роль бренд-амбасадорів

| Аспект | Характеристика |
|----------------------------------|--|
| Представництво бренду | Бренд-амбасадори представляють бренд у публічному просторі. Вони виступають на заходах, беруть участь у рекламних кампаніях та використовують свій вплив для просування продуктів або послуг компанії. Їхня особистість та публічний образ повинні бути узгоджені з іміджем бренду, який вони представляють. |
| Залучення аудиторії | Амбасадори зазвичай мають значну аудиторію у соціальних мережах або інших медіа, яку вони залучають до взаємодії з брендом. Через їх вплив споживачі можуть відчувати більшу лояльність до бренду, сприймаючи його через призму позитивних асоціацій з амбасадором. |
| Створення контенту | Бренд-амбасадори часто беруть участь у створенні оригінального контенту для бренду. Наприклад, блоги, відео, фото чи інші типи контенту, які допомагають показати продукти у повсякденному житті амбасадора, збільшуючи таким чином довіру та інтерес до бренду. |
| Дотримання брендкових стандартів | Амбасадори повинні строго дотримуватися корпоративних стандартів і цінностей бренду в своїй публічній поведінці та комунікаціях. Їх дії та висловлювання мають відповідати загальному іміджу компанії. |
| Етична поведінка | Бренд-амбасадори мають виявляти етичну поведінку, оскільки будь-які негативні інциденти можуть миттєво вплинути на репутацію бренду, що стосується усіх аспектів їх життя, від особистої поведінки до публічних виступів. |
| Підтримка довіри та прозорості | Важливо, щоб амбасадори зберігали прозорість у своїх зв'язках з брендом, особливо коли йдеться про рекламні кампанії або відгуки на продукти. Вони повинні ясно вказувати, коли їхні пости є частиною спонсорських угод. |

Джерело: складено автором на основі [1; 5; 6]

Особа, яка є обличчям бренду, має нести відповідальність за свої дії, які впливають на репутацію та фінансові показники компанії, тобто повинна дотримуватися відповідального представництва. Цей термін вказує на те, що особи, що є обличчям бренду, повинні розуміти та визнавати свій вплив на перцепцію компанії та її бізнес-

результати. Відповідальне представництво підкреслює не тільки позитивний вплив, який особа може зробити на бренд, але й потенційні ризики, якщо їхні дії будуть суперечити цінностям або нормам поведінки, які сподіваються бачити від бренду споживачі. Такий принцип застосовується у контрактах і домовленостях між брендами і особами-представниками, де чітко прописуються умови співпраці, очікування від поведінки, а також потенційні наслідки для обох сторін у випадку порушень зазначених умов [3].

Імідж та поведінка публічної особи, особливо якщо вона тісно пов'язана з брендом або є ключовим керівником компанії, можуть значно вплинути на вартість її акцій. Такий вплив зумовлений декількома чинниками. По-перше, публічні дії та заяви можуть змінювати сприйняття компанії інвесторами; позитивний імідж лідера, який відомий своїми успіхами, здатен підвищити довіру інвесторів, що може спричинити зростання ціни акцій. По-друге, вчинки та коментарі лідера впливають на репутацію всього бренду, відображаючись на фінансових показниках компанії.

Наприклад, проаналізуємо вплив Ілона Маска на Twitter/X. Ілон Маск, засновник і CEO таких компаній, як Tesla і SpaceX, завжди був в центрі уваги через свої амбітні проекти та інновації. Його покупка Twitter і подальше перейменування компанії в X є прикладом того, як його дії впливають на вартість акцій. Коли Маск анонсував намір купити Twitter, це викликало значну увагу з боку медіа та інвесторів. Його репутація інноватора і успішного бізнесмена сприяла підвищенню інтересу до акцій Twitter, оскільки інвестори очікували великих змін і потенційного росту компанії під його керівництвом. Перейменування Twitter на X було пов'язано з амбітною метою Маска перетворити платформу на більш ніж просто соціальну мережу. Такий крок демонстрував його візію розширення функціональності платформи, що також вплинуло на фінансову оцінку компанії. Ринкова реакція на дії Маска була змішаною. З одного боку, існував оптимізм щодо його здатності впроваджувати нові технології. З іншого боку, його іноді спонтанні та провокативні висловлювання у Twitter спричиняли невизначеність та волатильність акцій компанії.

Наразі вартість компанії X, раніше відомої як Twitter, значно знизилася і складає менше третини від суми, яку заплатив за неї Ілон Маск. За даними видання Independent, інвестиційний фонд Fidelity, який володіє часткою в X, оцінив компанію на 71,5% нижче від суми, витраченої Маском на її придбання у жовтні 2022 року [4]. Ілон Маск, за підтримки інвесторів, включно з Fidelity, придбав компанію за \$44 млрд. Попри початкову стабільність у 2023 році, вартість цієї інвестиції почала падати. В той же час, інші соціальні мережі, такі як Snap та Meta (материнська компанія Facebook), показали зростання своїх вартостей протягом останнього місяця [4]. Варто відзначити, що на вплив на вартість X могли мати рішення декількох великих компаній, включаючи Apple та Disney, які призупинили рекламу на платформі після того, як Маск висловив підтримку антисемітським висловлюванням у соцмережах.

В цілому, інвестори та ринок схильні реагувати на будь-які значущі дії та заяви Ілона Маска, що вказує на його значний вплив як на індивідуальні компанії, так і на більш широкий технологічний ландшафт.

Таким чином, створення ефективної програми бренд-амбасадорства вимагає часу і відданості, але результати можуть радикально покращити внутрішню культуру та зміцнити бренд на ринку. Програма бренд-амбасадорства дозволяє також співробітникам стати обличчям бренду, залучаючи їх до активного просування компанії, що може значно підвищити їх лояльність і задоволеність роботою [6].

Однак, існують також негативні аспекти. На першому етапі можливі значні витрати на навчання та підготовку амбасадорів, а також витрати часу на розробку та імплементацію програми. Крім того, неефективне управління програмою може призвести до непослідовності в комунікації, що може погіршити сприйняття бренду споживачами. Існує також ризик, що співробітники можуть неправильно представляти бренд, що може негативно позначитися на його іміджі. Важливо ретельно вибирати кандидатів для участі в програмі та чітко визначати вимоги та очікування, щоб мінімізувати потенційні ризики.

Список використаної літератури:

1. Brain C. The Brand Ambassador: Who Are They And How To Put Them To Work For Your Organization. Every-onesocial.com. 2016. URL: <http://www.everyonesocial.com/blog/the-brand-ambassador-who-are-they-and-how-to-put-them-to-work-for-your-organization>
2. Cambridge Dictionary. 2010. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ambassador/>
3. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку. Київ : МАУП, 2015. 200 с.
4. Фінансовий клуб. Вартість Twitter впала на 75% після його придбання Маском.
5. Chin P.N., Isa S.M., Alodin Y. The impact of endorser and brand credibility on consumers' purchase intention: The mediating effect of attitude towards brand and brand credibility. *Journal of Marketing Communications*. 2020. № 26(8). P. 896–912. DOI: <https://doi.org/10.1080/13527266.2019.1604561>
6. Choi S.M., Rifon N.J. It is a match: The impact of congruence between celebrity image and Consumer Ideal Self on endorsement effectiveness. *Psychology & Marketing*. 2012. No. 9(9). P. 639–650. DOI: <https://doi.org/10.1002/mar.20550>

Масило Андрій Федорович
*аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9862-867X>*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-41>

ПРОБЛЕМИ У ТОВАРНІЙ ПОЛІТИЦІ СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Здійснення маркетингової товарної політики у сімейних фермерських господарствах має відмінності, на її розробку впливає низка специфічних чинників. Варто відмітити, що маркетингова товарна політика у аграрному бізнесі супроводжує весь процес виробництва від закупівлі сировини до продажу готового продукту кінцевому споживачу. Маркетинг та товарна політика, як його складова, зазвичай, здійснюється не підготовленими фахівцями, а безпосередньо фермером. Така специфіка має, як суб'єктивну так і об'єктивну сторону. Основною причиною суб'єктивної сторони є низька поінформованість фермера про переваги та користь залучення фахівця у сфері маркетингу, що частково спричинено відносною новизною маркетингу у аграрному бізнесі. Друга причина впливає із першої, важливість здійснення маркетингового планування, важливість просування, рекламування. У товарній маркетинговій політиці фермеру-початківцю необхідно враховувати той факт, що основний прибуток від провадження фермерської діяльності у рослинництві отримується осінню. А всі підготовчі роботи: закупівля техніки, добрив, засобів захисту рослин та інших матеріальних ресурсів проводяться весною, яка зазвичай характеризується малим оборотом коштів. Звідси і впливає дефіцит обігових коштів та необхідність короткострокових банківських кредитів під авансовані сплати за продукцію, яка буде реалізована [5].

Одним із напрямів маркетингового дослідження товарної політики фермерського господарства – управління конкурентоспроможністю продукції. Конкурентоспроможність продукції визначається на

основі споживчих та економічних параметрів, тобто певного набору показників якості та вартості продукції. Аналізуючи рівень конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції досліджуваних підприємств, варто зазначити, що за рівнем монополізації сільськогосподарський ринок – це ринок монополістичної конкуренції, на якому товар є стандартним, а рівень цін формується під впливом попиту та пропозиції [1].

Тому визначати конкурентоспроможність товару на такому ринку недоцільно, оскільки рівень конкурентоспроможності продукції фермерського господарства залежить від низки чинників, які опосередковано впливають на його якісні та вартісні показники.

У процесі дослідження з'ясовано, що керівники сімейних фермерських господарств навіть не намагаються підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції, розраховуючи на покупця, який купить продукцію будь-якої якості за договірною ціною. Тим самим вони не орієнтуються на перспективу та задовольняють потреби споживачів не повною мірою [4].

В сімейних фермерських господарствах здебільшого не аналізують життєвий цикл продукції, так як у керівників недостатньо знань для управління життєвим циклом товарів, вони розраховують на власну інтуїцію, підприємницький досвід та частково орієнтуються на попит.

Аналіз управління інноваціями в товарній політиці досліджуваних сімейних фермерських господарств виявив, що плануванням інноваційної діяльності досліджувані підприємства не займаються; продукція-новинка в асортименті майже відсутня; при прийнятті рішень, які стосуються інноваційної складової в товарному асортименті, фермери відмовляються впроваджувати щось нове, побоюючись можливих ризиків та не маючи на це достатніх коштів; відсутні інновації для екологічно безпечного вирощування сільськогосподарської продукції [1].

Досліджувані фермерські господарства взагалі не акцентують увагу на екологічно чистому вирощуванні та збуті такої продукції, вважаючи, що це додаткові витрати, які, на їхню думку, можуть не окупитися. На наш погляд, така позиція свідчить про те, що порушується один із принципів маркетингу – орієнтація на

перспективу. Бажання вітчизняних фермерів миттєво отримувати кошти не забезпечить якісного позиціонування на ринку, що стане наслідком низької конкурентоспроможності. Відтак, маркетинговий товарний потенціал фермерського господарства потребує змін, що необхідно спрямувати на підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції, розширення її асортименту, впровадження продуктивних інновацій, розширення переліку додаткових послуг тощо.

До основних проблем товарної політики досліджуваних сімейних фермерських господарств Волині, виявлені в ході маркетингового аналізу можна віднести [4]:

а) **управління асортиментною політикою.** Широта та глибина асортименту є досить обмеженими. Рівень гармонійності продукції в асортименті низький або нульовий. Відсутнє комп'ютерне забезпечення управління асортиментом. Товари-новинки в асортименті досліджуваних підприємств майже відсутні;

б) **управління конкурентоспроможністю товарів.** Не здійснюється аналіз конкурентоспроможності продукції з метою виявлення недоліків та запобігання зниженню попиту. Фермери частково здійснюють аналіз витратних параметрів конкурентоспроможності продукції, але лише у разі, якщо її взагалі не купують, тобто відсутній систематичний комплексний аналіз конкурентоспроможності продукції;

в) **управління життєвим циклом товарів.** Не ведеться аналіз життєвого циклу товарів. Не виокремлюються продукція, яка знаходяться на різних етапах життєвого циклу та не розробляються окремі маркетингові товарні стратегії з урахуванням життєвого циклу;

г) **управління продуктивними інноваціями.** У малому бізнесі досліджувані фермерські господарства, які здійснюють виробництво та збут сільськогосподарської продукції, фактично у товарній політиці інновацій не впроваджують.

На основі аналізу товарної політики фермерських господарств визначено основні чинники, що негативно впливають на її формування:

1. Недостатня площа складів не дає змоги розширити асортимент як за широтою, так і глибиною.

2. Невеликі масштаби діяльності не дають змоги отримати достатню суму коштів для інвестування у великі обороти виробництва та збуту сільськогосподарської продукції.

3. Відсутність професіоналізму та знань з маркетингу у фермерів не забезпечує ефективне формування товарної політики.

4. Через незначні масштаби діяльності, невеликий товарооборот, невисокі прибутки, фермери побоюються вводити до асортименту нові сорти продукції, які потребують тривалішого процесу формування потреби у споживачів та проведення значних рекламних заходів.

5. Природно-кліматичні умови здійснюють як позитивний, так і негативний вплив на формування товарної політики.

Список використаної літератури:

1. Збарський В.К., Талавіря М.П., Остапчук А.Д. Маркетингові дослідження процедури становлення малого підприємництва : монографія. Київ : НУБіП України, 2023. 531 с.

2. Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2013. № 3. Ст. 23.

3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки» від 28 серпня 2013 р. № 641-р.

4. Яшина І.М. Особливості формування політики просування товарів підприємств малого бізнесу. *Економіка країни: сучасний стан та перспектива розвитку* : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет конференції економічного спрямування. Тернопіль, 2014. С. 50–53.

5. Максимець Н.Ю. Особливості, чинники та функції товарної політики фермерських господарств. *Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького*. 2016. Т. 18. № 2 (69). С. 92–95.

6. Аграрна політика для селянських фермерських господарств та їх об'єднань: світовий досвід для України : монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України О.М. Бородіної. НАН України, ДУ»Ін-т екон. та прогнозів. НАН України». Київ, 2021. 275 с.

Рожко Віктор Іванович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-42>

ОБМЕЖЕНІСТЬ ІНСТРУМЕНТІВ ТРАДИЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

Як не дивно, якісне дослідження – це єдиний варіант, коли ми можемо насправді дослідити те, що ховається під поверхнею. Можливість дивитися в очі споживачам, а також спостерігати за мовою їхнього тіла – це очевидна перевага перед кількісними опитуваннями, проведеними по телефону чи інтернету. Йдеться не лише про те, щоб з'ясувати, якому бренду люди надають перевагу, Coca-Cola чи Ppsi, або якій рекламі, а про те, щоб спостерігати та аналізувати те, як люди роблять цей вибір. Але цього можна досягти лише з висококваліфікованим модератором, який обізнаний із нюансами мови тіла та мистецтвом виявлення субкомунікацій. Як і психологи та терапевти – ця невелика когорта професіоналів, – модератори не повинні сприймати слова людей за чисту монету, а шукати історію, яка криється за цими словами. Вони знають і можуть зрозуміти учасників групи краще, ніж ті самі можуть себе зрозуміти. Ці модератори шукають значення поза словами. Хоча справді першокласних модераторів можна знайти рідко, але їм часто вдається досягти успіхів у якісних дослідженнях – і це всупереч структурі фокус-групи, а не завдяки їй. Альберт Мейрабіан, почесний професор психології Каліфорнійського університету в Лос-Анджелесі, провів дослідження людської комунікації та виявив, що 7 % інформації ми сприймаємо завдяки словам, 38 % – інтонації, 55 % – міміці чи мові тіла [1]. Тож цілком логічно припустити, що більшість комунікацій не виражається словами як такими – чи то стислими висновками з важливих звітів, чи то повним змістом звіту. Наскільки повноцінним може бути звіт, якщо в ньому відсутня більшість думок із тих ділянок розуму, які керують поведінкою?

Хоча кількісні опитування мають більш надійні, стабільні та прогнозовані розміри вибірки, ці інструменти у своїй нинішній структурі часто не можуть дістатися до глибшого емоційного несвідомого. Оскільки такий спосіб отримання даних наділений певним рівнем особистої відстороненості та обмеженістю відомостей, які люди повідомляють про себе, то його результати часто зводяться до того, що учасники кажуть, а не до того, як вони насправді почуваються. Що ще гірше, більшість сучасних кількісних досліджень проводяться в інтернеті й оскільки немає ретельного контролю, це забезпечує анонімний зворотний зв'язок та сприятливі умови для «гри у персони» [2].

Перш ніж будуть розроблені кращі інструменти для маркетингових досліджень, нам потрібно краще розібратися з тим, як працює людський мозок, щоб змінити його поведінку. А для цього нам потрібно перемістити свою увагу на несвідоме.

Здатність нашого несвідомого обробляти інформацію набагато потужніша, ніж у свідомого. Тімоті Вілсон, професор психології Університету Вірджинії та автор книжки «Чужинці для самих себе», зазначає, що наші органи чуття щосекунди сприймають майже 11 млн біт інформації, але усвідомлюємо ми лише близько 40 біт із неї. Це означає, що решта 11 млн біт інформації обробляється без участі нашої свідомості. Дивитись на світ через свідомість – це ніби спостерігати за життям через крихітну замкову щілину, адже наш критичний розум може сприймати лише мізерну частинку того безмежжя інформації, яка обробляється нами та поглинається нашими чуттями [3].

Але незважаючи на те, що наше потужне несвідоме домінує, свідоме є входом до нього. Неодноразові свідомі дії та досвід згодом перетворюються на вправний та запрограмований інтелект, що жевріє глибоко в нашому мозку, комфортно й без зусиль існуючи поза межами нашого усвідомлення. Багато з того, що закладено в нашому несвідомому, включно з брендами, які ми знаємо, любимо і до яких проявляємо лояльність, зародилося ще в нашому свідомому розумі.

Несвідоме – це сфера наших емоцій, почуття хорошого чи поганого, які ми присвоюємо речам. Коли шекспірівський Гамлет

каже: «Бо нічого ні доброго, ні злого нема, а наше мислення утворює те чи те»? то насправді він має на увазі, що «почуття» витворяють таке. Ціннісні судження формуються на основі емоцій та почуттів, а не мислення та логіки.

Бренди – як люди. Цінність, яку ви присвоюєте комусь, багато в чому ґрунтується на тому, як ця людина змушує вас почуватися. Це відбувається на глибшому рівні. За мільйони років еволюції ваш мозок став запрограмованим надавати перевагу таким характеристикам, як високий зріст у чоловіків та округлі форми у жінок. Ви нічого не можете вдіяти, щоб свідомо це змінити. Ось чому ви не можете логічно переконати себе закохатись у когось, коли між вами не існує славнозвісної «хімії». Жодні міркування не змінять того, як ви себе відчуваєте, оскільки почуття з'являються раніше, незалежно від логіки та свідомого вибору. Коли ми навідуємося до місцевого магазину, то помічаємо, що з тижня на тиждень купуємо ті ж самі бренди. Несвідоме, буквально кажучи, управляє тілом. Воно контролює усі наші чуттєві сприйняття та безліч безперервних тілесних функцій, які, на щастя, відбуваються легко й без проблем [4]. У цей момент несвідоме зберігає вашу рівновагу, наказує вашому серцю битися, а легеням – дихати, волосся та нігтям – рости, наказує тілу відновлювати клітини й виводити токсини. Воно не тільки постійно контролює ваш внутрішній стан, але і те, що відбувається навколо вас, завжди стоїть на сторожі потенційних загроз та можливостей, таких як хижаки, джерела їжі та партнер, який нам підходить. Основна мета нашого несвідомого розуму – це самозбереження, виживання та реплікація наших генів та себе самих. Це оселя наших природних інстинктів та засвоєних звичок, повторюваної поведінки – як от лояльність до продукту чи бренду. Думайте про несвідоме як про величезне сховище всього нашого минулого досвіду та засвоєних уроків, а також природних інстинктів, яких навчили нас наші предки через передачу інформації, закодованої в нашій ДНК. Більшість із цих спогадів можна назвати імпліцитною, або прихованою, пам'яттю, оскільки ми не можемо їх чітко відтворити. У всіх наших поведінкових реакціях ми автоматично і часто несвідомо посилаємося на ці засвоєні та вроджені емоції. Власне кажучи, ми ніколи насправді не живемо

лише в сьогодні. Постійно робимо значною мірою несвідомі порівняння з нашим минулим, щоб передбачити, що станеться в майбутньому.

На відміну від свідомого розуму, лінійного у своєму мисленні та зосередженого переважно на одиничних завданнях і логічних фактах, несвідомий розум є цілісним, високо сприйнятливим та мультисенсорним.

Він постійно виконує багато задач й паралельно обробляє багато рівнів інформації. Несвідоме реагує не лише на зміст самого повідомлення, а й на його контекст або структуру, враховує не лише те, що сказано, а й те, як ця інформація була передана. Як казав колись великий рекламодавець Білл Бернбах: «Розповідати – не значить продавати» [1].

Враховуючи це, зауважимо, що найкращі способи дістатися несвідомих частин нашого розуму часто містять у собі послання, вбудоване в структурних засобах, що викликають емоції та вимагають внутрішніх, особистих і відмінних інтерпретацій. Ось чому ми використовуємо історії, вірші, пісні, жарти, картинки, символи, персонажі, ролі та метафори. Це особливо плодovitі маркетингові інструменти, які ефективно оминають критичний аналіз і викликають почуття, що вражають серце й душу. Вони звертаються до того глибокого і потужного несвідомого, до тієї людини за завісою, на яку ми зазвичай не звертаємо уваги.

Список використаної літератури:

1. Ван Праст Дуглас Несвідомий брендинг: як нейробиологія може посилити (та надихнути) маркетинг / пер. з англ. Я. Машико. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 304 с.
2. Клічук О. Роль сучасних інформаційних технологій у пошуку оптимальних рішень в економіці. *Нова педагогічна думка*. 2015. № 1. С. 163–165.
3. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. 240 с.
4. Траут Дж., Рівкін Ст. Диференційся або помри / пер. з англ. Я. Машико. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. 240 с.

Станкевич Максим Васильович

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1107-5512>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-43>

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного господарювання забезпечення економічної безпеки стає край важливим і вимагає вжиття різноманітних заходів для ідентифікації та зменшення негативного впливу внутрішніх та зовнішніх загроз, що виникають внаслідок змін у бізнес-середовищі. Активізація глобалізаційних процесів у світі підкреслює потребу в глибшому дослідженні та більш активному застосуванні маркетингових інструментів для підтримки економічної безпеки підприємств.

Маркетингова складова відіграє ключову роль у системі економічної безпеки підприємства, оскільки передбачає використання маркетингових концепцій, адаптованих до конкретної діяльності компанії. Однією з фундаментальних частин цього механізму є маркетингові інструменти, які наразі у науковій літературі не мають однозначної визначеності у контексті економічної безпеки.

Тому пропонується наступне визначення: маркетингові інструменти – це набір методів і прийомів, призначених для активної імплементації маркетингової стратегії в рамках забезпечення економічної безпеки підприємства. Важливо підкреслити, що вибір таких інструментів залежить від специфіки використовуваних маркетингових концепцій, зокрема маркетинг-міксу [1].

Теорію маркетинг-міксу, яка включає елементи «4Р» – товар (послуга), ціна, місце на ринку та просування, вперше розробив Е. Маккарті [1]. Ця концепція з часом була значно розширена та доповнена іншими вченими, зокрема Ф. Котлером [2], який додав до неї нові аспекти, такі як пакування, споживачі, персонал, процес

купівлі, покупка, планування, оцінювання ефективності маркетингових заходів та визначення цілей. Зазначені доповнення значно розширили розуміння маркетингової діяльності, враховуючи більш широкий спектр факторів, що впливають на успіх продукту на ринку. Ці нові елементи дозволяють компаніям краще адаптуватися до потреб споживачів та до змін у ринкових умовах, підвищуючи тим самим ефективність їхніх маркетингових стратегій.

Варто зазначити, що розширення та уточнення маркетингових інструментів може включати в себе розробку індивідуалізованих тактик для конкретних ринкових сегментів, а також інтеграцію сучасних цифрових технологій, що дозволяють збільшити реактивність підприємства на зміни в економічному середовищі та ефективно управляти ризиками.

Маркетингові інструменти охоплюють широкий спектр послуг, програм, систем чи методів, що підтримують маркетингову діяльність. Це можуть бути прості додатки для створення візуального контенту для соціальних мереж або інструменти для автоматизації публікації контенту, складніші рішення для SEO-аналізу веб-сайтів, такі як аудит сайту або аналіз профілю, аналітичні платформи для соціальних мереж, інструменти для вивчення поведінки відвідувачів на веб-сайті, а також рішення для управління електронними розсилками та організації контент-маркетингу.

Багато маркетингових інструментів пропонуються безкоштовно, прикладом чого є різноманітні інструменти від Google, які вимагають лише встановлення відстежувальних кодів та надають корисні дані та можливості.

Однак, безкоштовні інструменти часто мають свої обмеження. Наприклад, для ефективної електронної розсилки необхідний надійний інструмент для управління доставкою, а для глибокого SEO-аналізу – спеціалізовані аналітичні рішення. Тому, якщо мета – масштабування онлайн-діяльності, варто замислитись про інвестиції в більш ефективні маркетингові інструменти.

Маркетингова складова економічної безпеки підприємства є важливою частиною стратегії, що допомагає забезпечити стабільність та зростання в умовах змінного ринкового середовища. Наведемо кілька аспектів, що демонструють їх значущість, у табл. 1.

**Аспекти впливу маркетингових інструментів
для підтримки економічної безпеки компанії**

| | |
|---------------------------------|--|
| Аналіз ринку та конкурентів | За допомогою маркетингових досліджень підприємства можуть збирати важливі дані про ринок, виявляти тенденції, зміни у попиті та поведінку споживачів, що дозволяє компаніям пристосовуватися до ринкових умов, мінімізувати ризики та випереджати конкурентів. |
| Позиціонування та брендинг | Міцний бренд може значно підвищити рівень довіри до компанії, що, у свою чергу, забезпечує стабільність доходів та знижує ризик втрати клієнтів. Ефективне позиціонування допомагає підприємству виділитися на ринку та залучати цільову аудиторію. |
| Продуктова стратегія | Розробка та оптимізація продуктової лінійки є важливою складовою економічної безпеки. Підприємства, які регулярно оновлюють свої товари та послуги, можуть краще задовольняти потреби клієнтів і зберігати високу конкурентоспроможність. |
| Цінова стратегія | Встановлення ефективної цінової стратегії допомагає забезпечити прибутковість продажів та керувати сприйняттям бренду ринком, а також дозволяє підприємству ефективно реагувати на цінові варіації конкурентів. |
| Комунікаційні стратегії | Ефективне використання реклами, PR та інших форм комунікації допомагає підтримувати репутацію компанії, налагоджувати відносини з клієнтами і партнерами та впливати на сприйняття бренду. |
| Цифровий маркетинг та аналітика | Використання цифрових технологій і інструментів аналітики дозволяє збирати і аналізувати великі обсяги даних, що сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень і покращує ефективність маркетингових кампаній. |
| Кризовий маркетинг | Розробка стратегій для дій у кризових ситуаціях допомагає мінімізувати негативний вплив непередбачуваних подій на репутацію та фінансову стійкість підприємства. |

Джерело: розроблено автором на основі даних [3; 4]

Застосування цих інструментів допомагає підприємствам не лише виживати у складних ринкових умовах, але й розвиватися, підвищуючи свою економічну безпеку. Крім того, вони дозволяють компаніям ефективно адаптуватися до змін у споживчих трендах і технологічних інноваціях, забезпечуючи більшу гнучкість і

конкурентоспроможність на ринку. Використання маркетингових інструментів також сприяє кращому розумінню потреб клієнтів і може привести до створення нових продуктів та послуг, що відкривають нові можливості для зростання та зміцнення ринкових позицій.

Список використаної літератури:

1. Donald C. Marschner, E. Jerome McCarthy. Basic Marketing: A Managerial Approach. *Journal of Marketing*. 1972. Т. 36. Р. 106. DOI: <https://doi.org/10.2307/1250877>
2. Kotler P., Armstrong G., Ssaunders J., Wong V. Marketing. Podręcznik europejski. Warszawa : PWE, 2002.
3. Романчик Т.В., Романчик А.В. Маркетингова складова економічної безпеки підприємства. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»*. Харків : НТУ«ХПІ», 2017. № 24 (1246). С. 153–158.
4. Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. Економічна безпека підприємства : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 256 с.

Степанець Ігор Павлович
аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2375-6612>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-44>

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН

За оцінками зарубіжних спеціалістів одна третина обсягів сільськогосподарської продукції у світі виробляється завдяки застосуванню засобів захисту рослин [2]. Тому маркетингові дослідження застосування засобів захисту – це процес збору й аналізу інформації з метою з'ясування ринкових можливостей суб'єктів ринкових відносин. Звідси, засоби захисту, які сприяють зростанню рослин та підвищенню врожайності культур, зокрема, шляхом знищення та стримування бур'янів називаються гербіцидами; знищення або стримування комах – інсектициди та профілактики або лікування грибкових захворювань – фунгіциди. За прогнозами аналітиків обсяги продажів засобів захисту рослин у світі будуть зростати (рис. 1).

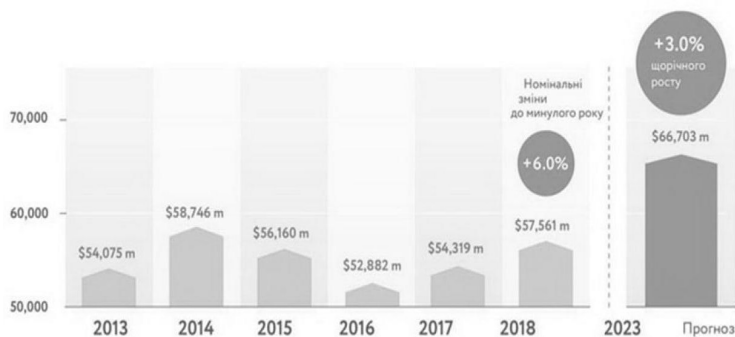
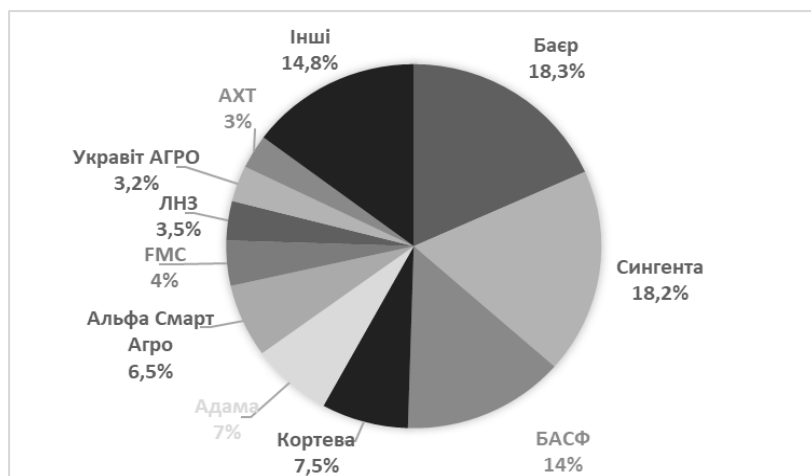


Рис. 1. Обсяги продажів засобів захисту рослин у світі, млрд дол.

Джерело: [2]

На даний час світова хімічна індустрія поставляє на аграрний ринок близько 240 спеціальних препаратів для боротьби з бур'янами (гербіцидів). Їх асортимент постійно поповнюється і оновлюється: на зміну високотоксичним, стійким, малоефективним, легким, а також тим, що застосовуються у великих нормах, синтезуються, випробовуються і надходять у виробництво екологічно безпечні, дешевші і високоефективніші при низьких нормах витрат гербіциди.

Розподіл ринку між головними компаніями-виробниками ЗЗР у відсотках (зображено на рис. 2):



1. «Баєр» – 18,3%; 2. «Сингента» – 18,2%; 3. «БАСФ» – 14%;
4. «Кортева» – 7,5%; 5. «Адама» – 7%; 6. «Альфа Смарт Агро» – 6,5%;
7. «ФМС» – 4%; 8. «ЛНЗ» – 3,5%; 9. «Укравіт АГРО» – 3,2% ;
10. «АХТ» – 3%; 11. Інші – 14,8%

Рис. 2. Частка ринку ЗЗР України у обсягах продажу

Джерело: [2]

Ринок засобів захисту рослин досить великий, але більше 90% продуктів імпортуються з-за кордону. Вітчизняне виробництво складає менше 10%.

За підсумками 2021 року, український ринок ЗЗР виріс у відсотковому еквіваленті на 6% (87,8 тис. тонн) і на 12% (\$1025 млн).

Пік імпорту засобів захисту рослин випадає на березень місяць, що співпадає з піком продажу засобів захисту рослин.

Площа застосування ЗЗР в перерахунку на одноразове внесення є найбільш об'єктивним показником для оцінки ринку ЗЗР, яким користуються провідні аналітичні агентства світу Тільки так ми бачимо, у яких виробників справді сильні позиції (рис. 3).

| | |
|------------------------|---------------------|
| ALFA Smart Agro | 10,4 млн. га |
| Syngenta | 9,6 млн. га |
| Bauer | 7,7 млн. га |
| UKRAVIT | 5,7 млн. га |
| ADAMA | 5,6 млн. га |
| BASF | 5,5 млн. га |
| CortevaAgrisciense | 4,0 млн. га |

Рис. 3. Лідери ринку засобів захисту рослин із застосуванням препаратів (однократке внесення)

Цікаво, що у 2021 році до ТОП-20 увійшли також 12 китайських компаній із загальним обсягом продажів у 29,117 млрд. доларів США, що становить 40% від загального обсягу продажів топ-20. Серед нових китайських компаній Fuhua та Hebang. З точки зору темпів зростання, Fuhua і Hebang досягли темпів зростання 126,41% і 86,9%.

Таким чином, важко переоцінити значущість засобів захисту рослин для сучасного сільського господарства.

Внутрішній ринок засобів захисту рослин в Україні є імпорто-орієнтованим, тому важливо виявити світові тенденції розвитку ринку засобів захисту рослин, що й зумовлює актуальність даного дослідження.

Аналіз сучасних світових тенденцій розвитку ринку засобів захисту рослин показав, що:

- даний ринок постійно розвивається, щороку збільшуючи свої обсяги як у фізичному, так і вартісному виразі;
- економічно розвинені країни світу продовжують застосовувати значні обсяги засобів захисту рослин;
- на ринку більш активними учасниками стають китайські агрохімічні компанії, які нарощують обсяги збуту власної продукції, а також скуповують відомі світові компанії – виробники пестицидів;
- разом із хімічними засобами захисту рослин щороку зростає частка біопестицидів як альтернативного засобу захисту рослин;

– разом із хімічними засобами захисту рослин щороку зростає частка біопестицидів як альтернативного засобу захисту рослин.

Список використаної літератури:

1. Офіційний сайт компанії Kurkul. URL: <https://kurkul.com/search?s=ukravit&e=kurkuls>
2. Зміна клімату змушує шукати нові підходи до захисту рослин. *Аграрне і інформаційне агентство AgroPortal*. URL: <https://agroportal.ua/ua/views/mnenie-eksperta/izmenenie-klimata-vynuzhdaet-iskat-novye-podkhody-k-zashchite-rastenii/>
3. Ходаківська О.В. Використання засобів захисту рослин у сільському господарстві. *Економіка АПК*. 2017. № 1. С. 24–30.
4. Вдовенко Н., Томлін О., Коваленко Л., Гечбаія Б., Кончаковський С. Світові тенденції та перспективи розвитку ринку засобів захисту рослин. *Agricultural and Resource Economics*. 2022. Vol. 8. No. 2. P. 179–205.

НАПРЯМ 8. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Литвиненко Павло Олександрович

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри менеджменту підприємств;

Хлебінська Олександра Ігорівна

асистент кафедри менеджменту підприємств,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-45>

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВИКЛИК ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

В сучасних умовах цифровізація стає ключовим драйвером розвитку підприємницької діяльності та економіки в цілому. Цифрові трансформації відкривають нові можливості для бізнесу, підвищують ефективність та конкурентоспроможність, стимулюють інновації. Водночас, цифровізація створює і нові виклики для державної економічної політики, вимагаючи її адаптації до реалій цифрової епохи [1].

Цифрові трансформації зачіпають всі аспекти діяльності підприємств – від внутрішніх бізнес-процесів до взаємодії з клієнтами та партнерами. Впровадження цифрових технологій, таких як хмарні сервіси, великі дані, інтернет речей, штучний інтелект, дозволяє компаніям оптимізувати операційні витрати, персоналізувати пропозицію для споживачів, прискорювати вихід на нові ринки. За даними McKinsey, підприємства, які успішно здійснюють цифрову трансформацію, застосовують одразу декілька цифрових інструментів, досягаючи синергетичного ефекту та швидшої трансформації бізнес-моделі [2].

Однак, цифровізація бізнесу в Україні стикається з низкою перешкод, які вимагають зусиль з боку держави для їх подолання. Серед ключових викликів:

- Нерівномірність доступу до цифрової інфраструктури, особливо для підприємств в регіонах та сільській місцевості. Забезпечення рівного доступу до високошвидкісного інтернету та цифрових сервісів має стати пріоритетом економічної політики [3].

- Дефіцит цифрових навичок та компетенцій у підприємців та працівників. Державі необхідно стимулювати розвиток цифрової освіти, перепідготовки кадрів, співпрацю бізнесу з університетами для підготовки фахівців з необхідними цифровими компетенціями [4].

- Недостатня обізнаність бізнесу щодо переваг та інструментів цифрової трансформації. Доцільним є створення спеціалізованих центрів цифрових інновацій, які б допомагали підприємствам, особливо малому та середньому бізнесу, у цифровізації їх діяльності за прикладом європейських країн [5].

- Регуляторні бар'єри, невизначеність правил гри на цифрових ринках. Важливо адаптувати нормативно-правову базу до реалій цифрової економіки, забезпечити прозорість та передбачуваність регулювання, захист прав інтелектуальної власності та персональних даних [6].

Для стимулювання цифровізації підприємницької діяльності економічна політика держави має фокусуватися на наступних напрямках:

- Розвиток цифрової інфраструктури, особливо в регіонах, забезпечення рівного доступу бізнесу до цифрових технологій та сервісів.

- Підтримка цифрових інновацій та стартапів через фіскальні стимули, грантові програми, створення інноваційних екосистем.

- Стимулювання співпраці бізнесу, науки та освіти для розвитку цифрових компетенцій, спільної роботи над інноваційними проектами.

- Адаптація регулювання до потреб цифрової економіки, зниження регуляторних бар'єрів, забезпечення справедливих правил конкуренції.

– Державно-приватне партнерство в реалізації проєктів цифрової трансформації в ключових секторах економіки.

Під час впровадження економічної політики щодо цифровізації важливо враховувати і потенційні ризики та негативні наслідки. Цифрова трансформація може призвести до скорочення певних категорій робочих місць, поглибити цифровий розрив в суспільстві. Важливим є пошук балансу між стимулюванням інновацій та забезпеченням інклюзивного характеру цифрового розвитку [7].

Варто зазначити, що досвід країн Європейського Союзу та європейських цифрових інноваційних центрів (European digital innovation hubs, DIH) може бути надзвичайно актуальним для України у питанні підтримки цифрових трансформацій підприємств. Ці центри діють як брокери знань та сприяють цифровій трансформації малих і середніх підприємств через інструменти відкритих інновацій, надання доступу до цифрових технологій, інфраструктури, технічних знань та інноваційних послуг. Їх досвід свідчить, що цифрові інноваційні центри здатні подолати міжорганізаційні бар'єри у процесах цифрових трансформацій завдяки своїй ролі посередників між бізнесом, сприяючи встановленню довіри та зв'язків [5]. Тому для України буде доцільним створювати подібні структури за підтримки держави, торгово-промислових палат та бізнес-асоціацій, особливо в контексті післявоєнного відновлення, коли бізнес потребуватиме нових знань та технологій для розвитку.

Отже, цифровізація підприємницької діяльності є комплексним викликом для економічної політики держави. Цифрові трансформації відкривають значні можливості для розвитку бізнесу та економіки, але і породжують нові ризики. Роль держави полягає в створенні сприятливих умов для цифрових інновацій, подоланні інфраструктурних та регуляторних бар'єрів. Тільки через синергію зусиль держави, бізнесу та суспільства можливо повною мірою розкрити потенціал цифровізації та забезпечити конкурентоспроможність України в епоху цифрової економіки.

Список використаної літератури:

1. Astuti E. S., Sanawiri B., Iqbal M. (2020) Attributes of innovation, digital technology and their impact on SME performance in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, no. 24(1), pp. 1–14.
2. McKinsey (2018) Unlocking success in digital transformations. Survey. Available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/unlocking-success-in-digital-transformations>
3. Räsänen J., & Tuovinen T. (2020) Digital innovations in rural micro-enterprises. *Journal of Rural Studies*, no. 73, pp. 56–67.
4. Appio F. P., Frattini F., Petruzzelli A. M., Neirotti P. (2021) Digital transformation and innovation management: A synthesis of existing research and an agenda for future studies. *Journal of Product Innovation Management*, no. 38(1), pp. 4–20.
5. Crupi A., Del Sarto N., Di Minin A., Gregori G.L., Lepore D., Marinelli L., & Spigarelli F. (2020) The digital transformation of SMEs – a new knowledge broker called the digital innovation hub. *Journal of Knowledge Management*, no. 24(6), pp. 1263–1288.
6. Khalatur S., Pavlova H., Vasilieva L., Karamushka Danileviča A. (2022) Innovation management as basis of digitalization trends and security of financial sector. *Entrepreneurship and Sustainability*, no. 9(4), pp. 56–76. DOI: [http://doi.org/10.9770/jesi.2022.9.4\(3\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2022.9.4(3))
7. Ferreira J. J., Fernandes C. I., Ferreira F. A. (2019) To be or not to be digital, that is the question: Firm innovation and performance. *Journal of Business Research*, no. 101, pp. 583–590.

НАПРЯМ 9. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Mozharivskiy Yaroslav
Postgraduate Student,
V.I. Vernadsky Taurida National University

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-46>

INTEGRATED APPROACHES OF DEMOCRATIC INSTITUTIONS TO TERRITORIAL COMMUNITY DEVELOPMENT

The development of territorial communities of Ukraine is characterized by a complex of various factors – spatial, economic, social, cultural, ecological and others, which should be taken into account when implementing regional development programs. A new approach in management is the involvement of local authorities in the implementation of cohesion policy.

This approach is aimed at developing local recovery and development strategies that can tap into untapped economic potential in all regions («recovery areas», «areas with special conditions for development»), and is the basis for strategies that address issues of sustainable development and human well-being («territories of sustainable development» and «poles of economic growth») [1, p. 57]. There are options for dividing the country into functional types of territories to stimulate their direct financing. Emphasis is placed on the established norm regarding the mandatory preparation of a development strategy for each community [2, p. 77].

Such approaches require strong and adaptive local institutions, such as regional development agencies, which are increasingly common around the world. At the same time, there is a need to involve a wide range of interested parties and mechanisms for determining the revenues of local budgets, which are the basis for financing local strategies.

According to the results of interviews with representatives of the executive power and local self-government, it is clear that there has been

a certain segmentation of international partners and donors who work with the executive power and communities. If the respondents from the executive power most often talk about cooperation with various UN programs, the set of partners in local self-government is somewhat different: USAID, GIZ, U-LEAD, «Save the children», ZOA, «Human in trouble». Although such organizations as «Doctors Without Borders», the International Organization of the Red Cross, and the International Organization for Migration of the United Nations also appear in the responses of representatives of community leaders [3, p. 139].

Of course, the requests of the community in the territories outside the front line and on the verge of conflict are completely different. While the «rear» communities need solutions for establishing cooperation with relocated businesses, creating jobs for internally displaced persons, their training and retraining, in the eastern or northern regions they talk about the destruction of infrastructure, the restoration of life and economic activity, the lack of specialists and the outflow population, and of course about losses. These territories need solutions for the return of people and economic recovery [4]. The state provides support to such communities in informational, educational, organizational, methodological and financial forms [5, p. 213].

Many critical challenges are now facing domestic democratic institutions: ensuring stable socio-economic development, restoring damaged infrastructure, testing mechanisms for achieving energy efficiency of the economy, promoting digital technologies, preventing imbalances in the pace of community development [3, p. 60].

Modern strategic documents for the recovery of communities and territories of Ukraine should be based on the main city-planning and socio-economic priorities of recovery: people-centeredness and social justice; rational spatial planning; ensuring the balance of resettlement and placement of jobs; became urban mobility; inclusiveness; energy efficiency; environmental friendliness; preservation of cultural diversity and national memory [6, p. 39–41].

The information on the socio-economic situation of communities, given in the passports of communities, is mostly incomplete, and often it has lost its relevance or is simply outdated. As the analysis shows, most passports of territorial communities contain detailed information only about social

infrastructure facilities that are maintained at the expense of local self-government bodies [7, p. 21].

Territorial communities should consider such initiatives for scaling up recovery ideas and their systematization [4]:

1. Local self-government bodies are the most important participants in the process of economic recovery. As long as entrepreneurs work in isolation and the community stands aside, everyone loses. It is important to establish a dialogue with entrepreneurs, listen to them and help them, based on their needs.

2. Exchange experience and study the best practices of decentralization, including regarding the writing of projects

3. Develop investment proposals and develop projects. The search for an investor, donor or creditor will be much more effective if the specific requests of the community are known.

4. Ensure the development of social infrastructure: access to quality education, medical services, cultural and sports facilities. This will not only improve the quality of life of residents, but also contribute to the attractiveness of the area for new residents and investors.

5. Apply the principles of rational management of resources from the point of view of not only effective use of funds, but also sustainable development taking into account ecological dogmas.

6. Make every effort to win and believe in the economic recovery of Ukraine.

These directions can contribute to a more complete and sustainable restoration of territorial communities in the post-war period. It is important that government and local governments work together to develop and implement strategies that take into account the specific needs of each community. Partnership between different levels of government, business and the public is the key to the successful development of each region. It is also necessary to constantly analyze the effectiveness of measures and adjust strategies to ensure a constant improvement in the quality of life of all residents of Ukraine.

References:

1. Забезпечення стійкості, ревіталізації та розвитку територій і громад в Україні : матеріали Наук.-практ. конф. за міжнар. участю, м. Дніпро, 4 травня

2023 р. / за заг. ред. І.А. Чикаренко, Т.В. Маматової. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2023. 257 с. URL: <https://palsg.nmu.org.ua/ua/Sci/konf/ConfDUMS-040523.pdf>

2. Сова О.Ю. Узгодженість формування та використання коштів місцевих бюджетів України з соціальними цілями повоєнного відновлення. *Демографія та соціальна економіка*. 2023. Том 53. № 3. С. 54–78. DOI: <https://doi.org/10.15407/dse2023.03.054>

3. Дослідження ініціатив у сфері повоєнного відновлення. ICAP «Єднання». 2023. URL: https://ednannia.ua/images/Master_version_UKR_Rebuilding.pdf

4. Стельмах О. Місцева економіка в умовах війни та повоєнного відновлення: 60 громад пройшли навчання від U-LEAD. 27.12.2022. URL: <https://u-lead.org.ua/news/92?fbclid=IwAR34ebd7x8y3QRxi5DG15cwTsZULbypnITm2FDla4kyuiLmjqrUz6ZzUBg>

5. Павлович-Сенета Я.П., Лепіш Н.Я., Територіальні громади в умовах воєнного стану в Україні: адміністративно-правове забезпечення та особливості функціонування. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2022. № 4. С. 209–214. DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.04.38>

6. Перспективи регіонального та місцевого розвитку : матер. 2-ї конференції молодих учених (23 листопада 2023 р., м. Львів) / упорядн. : Матвійшин Є.Г., Бліщук К.М. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2023. 213 с. URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2023/pages/22148/materiali-konferencii-molodikh-vchenikh23zhovtnya2023.pdf>

7. Перспективи розвитку національної економіки України: теоретичні та практичні аспекти : колективна монографія / кол. авторів. Полтава : ПП «Астроя», 2023. 130 с. URL: <http://www.economics.in.ua/2023/09/collective%20monograph.html>

НАПРЯМ 10. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Ishchuk Mykhailo

*Senior Lecturer at the Department
of Customs and Commodity Research,
State Tax University*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-47>

THE IMPACT OF CUSTOMS POLICY ON TRADE DYNAMICS IN UKRAINE'S AUTOMOBILE SECTOR

The purpose of this study is to examine the trade dynamics of Ukraine in the automobile sector with its top five trading partners using the method of mirror statistics. Understanding the intricacies of trade dynamics is crucial for evaluating economic relationships and identifying areas for improvement. In Ukraine's automobile trade, differences between imports and exports with key partners provide important clues about market trends and policy effects.

For instance, Polese et al. [1] conducted an extensive study exploring various aspects of Ukraine's shadow economy, including its structure, sectoral composition, and regional variations, shedding light on factors influencing its growth. Their research provides a foundational understanding of the economic landscape, highlighting the significance of considering shadow economy factors in economic analysis. Schneider and Buehn's work [2] sheds light on estimating the shadow economy's size using the discrepancy method applied to tax compliance data. Moreover, Schneider and Enste [3] emphasize that a burgeoning shadow economy can distort economic policy based on erroneous «official» indicators such as unemployment, labor force, income, and consumption.

However, it is evident from the bibliographic analysis that existing studies have provided limited insights into the methods used to determine the extent of the shadow economy and the impact of customs and tariff taxation on Ukraine's economy. This gap in the literature underscores the

need for further investigation and analysis. In addition to shedding light on trade dynamics, this research seeks to elucidate the impact of customs and tariff regulations on Ukraine's automobile sector. By analyzing import and export data within the context of evolving customs policies, the study aims to provide insights into the effectiveness of current regulatory frameworks and their implications for trade relations with top partners.

Examining the trade data will illuminate the significant disparities between import and export values in the Ukrainian automobile sector with its top five trading partners, underscoring the intricate interplay of market dynamics and regulatory frameworks. In 2022, according to Trade Map, Ukraine's automobile imports from Germany totaled 45.90 units, while exports stood at 23.39 units, resulting in a significant import-export difference of 22.51 units. Similarly, with the USA, the import-export difference was 19.07 units, indicating a notable disparity between imports (28.88 units) and exports (9.81 units) [4]. Japan also showed significant differences, with an import-export gap of 15.43 units in the same year. China and Poland showed import-export differences of 2.59 units and -20.68 units, respectively, in the same year, reflecting varying trade dynamics.

These disparities fluctuated over 2018–2022, influenced by economic conditions, policy changes, and evolving customs-tariff regulations. For instance, the introduction of a preferential import duty regime for vehicles from April to June 2022, with rates set at 0%, significantly influenced trade dynamics. This resulted in a notable widening of the gap between imports and exports across various trading partners.

The analysis highlights the pressing need for ongoing monitoring and evaluation of trade flows within the automobile sector. It stresses the importance of policymakers and stakeholders collaborating to implement measures that support fair and transparent trade practices, considering the implications of customs-tariff regulations. Furthermore, it recommends further investigation into the factors contributing to import-export disparities, particularly in light of policy changes and market dynamics. Understanding these dynamics enables informed decision-making to optimize trade practices and foster economic growth. This outcome offers valuable insights for policymakers, trade analysts, and stakeholders

involved in shaping trade policies and advancing international economic relations, with a specific focus on the role of customs-tariff regulations in shaping trade dynamics.

References:

1. Polese A., Moisé G.M., Lysa O., Kerikmäe T., Sauka A., Seliverstova O. (2022) Presenting the results of the shadow economy survey in Ukraine while reflecting on the future(s) of informality studies. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*, no. 30(1), pp. 101–123. DOI: <https://doi.org/10.1080/25739638.2022.2044585>
2. Schneider F., Buehn A. (October 31, 2013) Estimating the Size of the Shadow Economy: Methods, Problems and Open Questions. *CESifo Working Paper Series*, no. 4448. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2353281>
3. Schneider F., Enste D. (2000) Shadow economies around the world size, causes, and consequences. *IMF Working Paper*. Available at: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2000/wp0026.pdf>
4. Trade Map. Automobiles and other motor vehicles primarily intended for the carriage of people. Available at: https://www.trademap.org/ProductRev_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1

Шпак Наталія Григорівна
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри експлуатації портів
і технології вантажних робіт,
Одеський національний морський університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-48>

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПРИСКОРЕННЯ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТОВАРІВ

Для поліпшення позицій на світовому ринку потрібно швидко реагувати на зміни, бути мобільним та технологічним. При здійсненні міжнародних економічних операцій ефективність, зокрема, залежить від витрат, що несуть учасники зовнішньоекономічних угод за перетин митних кордонів, а також від того, як швидко товари потрапляють до покупця та скільки триває їх митне оформлення.

Ефективне здійснення країною активної і цілісної митної політики та реалізація митними органами завдань економічної безпеки є запорукою захисту економічних інтересів держави. Складовою митної справи та однією з основних функцій митних органів будь-якої країни є митно-тарифне та нетарифне регулювання [1].

У світі немає жодної держави, яка дозволила б собі в реальних умовах не регулювати свою зовнішньоекономічну діяльність. При цьому в сучасних умовах рівень митної політики держави характеризується не тільки ефективним запровадженням заходів тарифного та нетарифного регулювання, а й швидкістю митного оформлення.

Згідно ключовим статистичним даним та тенденцій в торговельній політиці [2], однією з проблем зовнішньої торгівлі є збільшення пропускну можливості митниць, що залежить від тривалості митного оформлення товару.

В прискоренні митного оформлення зацікавлені як митні органи так і декларанти. Це зменшить витрати на імпорт та експорт товарів

для українських підприємств, покращаться загальні умови ведення бізнесу та реалізується логістичний потенціал країни [3].

Позначимо за p плату, що справляється декларантом чи уповноваженою ним особою митний тариф, що стягується за виконання митних формальностей (сума, яку митниці сплачує декларант при митному оформленні товару, t – тривалість митного оформлення товару, $r(t)$ – витрати митниці за час митного оформлення в митниці, що залежить від характеристик митного обладнання.

Митниця максимізує інтенсивність отримання свого прибутку як різницю між доходом та витратами, віднесена до тривалості митного оформлення:

$$i = \frac{p - r(t)}{t} \rightarrow \max_t \quad (1)$$

Очевидно, що витрати митниці $r(t)$ виступають спадною функцією тривалості митного оформлення (чим митне устаткування продуктивніше, тим воно дорожче; зі збільшенням тривалості митного оформлення можна використовувати менш продуктивне і менш дороге обладнання), при цьому опуклою вгору функцією, оскільки подальше зниження вимог до тривалості митного оформлення з дедалі меншою економією витрат по ньому [4].

Такому принциповому виду залежності витрат за митне оформлення r від його тривалості t відповідає найпростіша функція $r(t) = a_0 - a_1\sqrt{t}$. При її підстановці в (1) отримуємо:

$$i = \frac{p - (a_0 - a_1\sqrt{t})}{t} = \frac{p - a_0 + a_1\sqrt{t}}{t} \rightarrow \max_t \quad (2)$$

Для аналітичного знаходження максимуму інтенсивності прирівнюємо до нуля першу похідну і одержуємо залежність оптимальної тривалості митного оформлення від одержуваного митницею доходу p :

$$t^* = \frac{4(a_0 - p)^2}{a_1^2} \quad (3)$$

Розглянемо тепер взаємодію митниці та декларанта з позицій останнього. Позначимо D – дохід декларанта, очікуваний від

реалізації партії вантажу; t_0 – тривалість транспортування вантажу до митниці.

У цих умовах вантажовласник максимізує свою інтенсивність прибутку:

$$I = \frac{D - p}{t_0 + t(p)} \rightarrow \max_p \quad (4)$$

Підставляючи в (4) отриману в (3) оптимальну реакцію митниці на дохід

$$I = \frac{D - p}{t_0 + \frac{4(a_0 - p)^2}{a_1^2}} \rightarrow \max_p \quad (5)$$

Для максимізації цієї функції (5) прирівнюємо до нуля її першу похідну та остаточно оптимальний розмір плати за здійснення митних формальностей:

$$p^* = D - \sqrt{(a_0 - D)^2 + \frac{t_0 a_1^2}{4}} \quad (6)$$

Звідси бачимо, що умовою розв'язання задачі вантажовласника (5) є

$$2D > a_0 > D \quad (7)$$

Введемо тепер в задачу (4) ще й питому (за одиницю часу) плату S вантажовласника митниці за зберігання товару під митним контролем. З урахуванням цього задача (4) перетворюється на вид:

$$I = \frac{D - p - S \cdot t(p)}{t_0 + t(p)} \rightarrow \max_p \quad (8)$$

Підставляючи в (8) отриману (3) оптимальну реакцію митниці на плату p , отримуємо:

$$I = \frac{D - p - S \frac{4(a_0 - p)^2}{a_1^2}}{t_0 + \frac{4(a_0 - p)^2}{a_1^2}} \rightarrow \max_p \quad (9)$$

Для максимізації цієї функції прирівнюємо до нуля першу похідну та отримуємо, що остаточно оптимальний розмір плати за здійснення митних формальностей:

$$p^* = D + S \cdot t_0 - \sqrt{(a_0 - D - S \cdot t_0)^2 + \frac{t_0 \cdot a_1^2}{4}} \quad (10)$$

Підставляючи тепер (10) в (3), отримуємо оптимальну тривалість здійснення митних формальностей (i , відповідно, знаходження під митним контролем):

$$t^* = \frac{4 \left(a_0 - D - S \cdot t_0 + \sqrt{(a_0 - D - S \cdot t_0)^2 + \frac{t_0 \cdot a_1^2}{4}} \right)^2}{a_1^2} \quad (11)$$

Отже, отримані результати забезпечують взаємовигідну діяльність учасників митних відносин (митних органів та декларантів) оскільки при впровадженні моделей оптимізації вибору митного устаткування тривалість проведення митних формальностей суттєво знижується.

Список використаної літератури:

1. Крисоватий А.І., Мартинюк В.П. Економічний зміст і складові митної системи держави. *Фінанси України*. 2020. № 6. С. 29–39.
2. Key Statistics and Trends in Trade Policy. United Nations Conference on Trade and Development: Trade Analysis Branch, Division on International Trade in Goods and Services, and Commodities. Geneva, 2013. 28 p.
3. Митниця майбутнього: без митників і за 5 хвилин. 2017. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/05/29/625356/> (дата звернення: 28.03.2024).
4. Шпак Н.Г. Визначення конкурентоспроможності учасників міжнародної економічної системи з урахуванням митного чинника. *Бізнес-інформ*. 2018. № 12 (491). С. 149–155.

Шишка Ігор Васильович
*кандидат медичних наук, доцент,
Класичний приватний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-49>

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Відповідно до Закону України «Про державний бюджет на 2021 рік» [1] видатки для МОЗ України включали фінансування апарату Міністерства, Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками та Національної служби здоров'я України (НСЗУ). При цьому загальна сума фінансування перевищувала показники попереднього року на 22,1%.

Левову частку коштів від загального обсягу фінансування НСЗУ було спрямовано на реалізацію програми державних гарантій медичного обслуговування населення. При цьому, в остаточній редакції Закону видатки споживання за цією програмою було збільшено на 56 млн грн для лікування пацієнтів у посттрансплантаційний період. ПМГ у 2021 році передбачала фінансування первинної медичної допомоги (відповідно до кількості населення, яке підписало декларацію з лікарем); вторинної (спеціалізованої) та третинної (високоспеціалізованої) амбулаторної та стаціонарної медичної допомоги (відповідно до пріоритетних послуг та станів); реімбурсації вартості лікарських засобів; паліативної медичної допомоги та медичної реабілітації; екстреної медичної допомоги [2].

Попри збільшення обсягів бюджетного фінансування сфери охорони здоров'я, виділених коштів було недостатньо для її безперебійного функціонування, оскільки у бюджетному запиті на 2021 рік МОЗ України визначило суму у розмірі 296 млрд грн, з них на реалізацію ПМГ – 225 млрд грн, що становить 5% ВВП відповідно нормі, зазначеній у Законі України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» [3, ст. 4 п. 5]. На вакцинацію

проти COVID-19 було запитано суму у розмірі 15,1 млрд грн, що майже у 6 разів більше реально виділеної суми (2,6 млрд грн) [2].

Отже, у 2021 проблема недофінансування системи охорони здоров'я вирішена не була, як у попередні роки. У 2022 році на фінансування медицини було передбачено понад 196 млрд грн (зростання на 14%), у 2023 році – 178 млрд грн (менше на 9%, ніж у попередньому році), у 2024 році – було закладено понад 201 млрд грн (на 13% більше) [4]. Тобто обсяги фінансування залишаються практично незмінними і недостатніми.

Одним з найбільш ефективних заходів забезпечення достатніх обсягів фінансування у розвинутих країнах є запровадження системи обов'язкового медичного страхування. Серед дієвих моделей таких систем можна зазначити державну, ринкову і солідарну. У країнах, де запроваджено державну модель або модель Беверіджа (Велика Британія, Данія, Ірландія, Португалія, Іспанія), сфера охорони здоров'я представлена здебільшого державними клініками, які фінансуються за рахунок податкових надходжень до державного бюджету, і для громадян медичні послуги є безкоштовними. З огляду на подану вище інформацію, така модель для України не є оптимальною, оскільки обсяги податкових надходжень є невеликими.

У США, Ізраїлі і Південній Кореї запроваджено ринкову модель медичного страхування, яка передбачає обов'язкове приватне страхування без участі держави. Ця модель, на думку багатьох українських фахівців, також не є перспективною для України, з огляду на недостатній рівень розвитку страхового ринку і низький рівень доходів населення. У країнах із солідарною моделлю медичного страхування (Франція, Бельгія, Австрія, Японія, Німеччина) фінансування сфери охорони здоров'я здійснюється за рахунок страхових внесків підприємств, працівників і державних субсидій. Саме ця модель є, як вважають фахівці, найбільш перспективною до запровадження в Україні.

За період реформування сфери охорони здоров'я на розгляд Верховної Ради України було подано два проекти законів про обов'язкове медичне страхування [5; 6], жоден з яких так і не був прийнятий. Неприйняття до голосування обох законопроектів та

майже однакові зауваження до їхнього змісту свідчать про відсутність сформованих умов у національній економіці для запровадження бюджетно-страхової моделі обов'язкового медичного страхування.

У наукових колах однакостайність щодо обрання певної моделі страхової медицини наразі відсутня. Деякі дослідники [7, с. 89; 8, с. 78; 9, с. 49; 10] пропонують поєднувати загальнообов'язкове і добровільне медичне страхування. При цьому, автори наголошують на необхідності встановлення оптимальних тарифів з обов'язкового медичного страхування на базі актуарних розрахунків; прийняття обґрунтованої величини страхових внесків для пенсіонерів, безробітних і дітей; застосування прогресивних методів відшкодування витрат медичних організацій за рахунок страхових коштів; запровадження податкових пільг для страховиків; запровадження більш високих страхових тарифів для громадян, що обрали державне обов'язкове медичне страхування, і звільнення від сплати внесків громадян, які придбали поліс добровільного медичного страхування; унеможливлення подвійної оплати послуг, що надаються за програмами добровільного й обов'язкового медичного страхування. Також зазначені дослідники найбільш оптимальною формулою видатків на охорону здоров'я вважають: 70% – кошти фонду обов'язкового медичного страхування, 30% – кошти добровільного страхування і прямі платежі населення.

Інші автори [11, с. 82; 12, с. 55] вважають, що розвиток обов'язкового медичного страхування на даний момент не є бажаним, оскільки, по-перше, за умов низького рівня життя переважної кількості населення, військової агресії та економічної кризи збільшення податкового навантаження на громадян і бізнес призведе до соціальної напруженості, по-друге, це суперечить положенням Конституції України щодо права громадян на отримання безоплатної медичної допомоги. Тому вони пропонують стимулювати розвиток добровільного медичного страхування, хоча при цьому зазначають, що абсолютні його обсяги в Україні є незначними, оскільки користуватись такими послугами можуть лише забезпечені громадяни, а бізнес не зацікавлений сплачувати страхові платежі за своїх працівників з чистого прибутку.

На наш погляд, усі моделі медичного страхування мають як переваги, так і недоліки. Найбільш часто згадувана у наукових публікаціях українських дослідників у якості позитивного зразка система медичного страхування Німеччини передбачає застосування обов'язкового медичного страхування (внески працедавців і найманих працівників, відшкодування вартості лікування з державного бюджету для безробітних осіб) та добровільного страхування (для осіб з високими доходами і самозайнятих підприємців). Така модель забезпечує достатні обсяги фінансування, але за умов певного рівня доходів підприємств і населення, а також відсутності негативної демографічної динаміки.

Добровільне медичне страхування і система співоплат є оптимальними за умов повної зайнятості населення (що практично не можливо), високого рівня доходів населення, переважання медичних закладів приватної форми власності, достатнього рівня розвитку страхового ринку. Використання добровільного страхування як додаткового джерела фінансування сфери охорони здоров'я є доцільним за наявності значного прошарку населення з високими доходами, оскільки страхові компанії зацікавлені в отриманні прибутку і навряд чи зростання попиту на їх послуги спроможне призвести до суттєвого зменшення вартості цих послуг.

Фінансування медицини за рахунок податків і зборів (за кошти державного і місцевих бюджетів) є оптимальним за умов значних розмірів ВВП країни, відсутності тіньової економіки, обґрунтованості податкових ставок, ефективної антикризової політики на макрорівні.

Отже, можна підсумувати, що чим вищим є рівень розвитку національної економіки країни, тим більшими будуть обсяги фінансування сфери охорони здоров'я, не зважаючи на те, яку саме модель медичного страхування в цій країні запроваджено.

Список використаної літератури:

1. Про Державний бюджет України на 2021 рік: Закон України від 15.12.2020 № 1082-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1082-20#Text> (дата звернення: 04.02.2024).
2. Видатки на охорону здоров'я у 2021 р.: коли очікування розбиваються об жорстоку реальність. *Антека*. № 1 (1272). 11 Січня 2021. URL: 202

<https://www.apteka.ua/article/579552#:~:text=Передбачені%20Держбюджетом%20на%202021%20р,123%2С8%20млрд%20грн> (дата звернення: 04.02.2024).

3. Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення: Закон України від 19.10.2017 № 2168-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-19#Text> (дата звернення: 04.02.2024).

4. Медицина воюючої країни: як змінювалися обсяги бюджетного фінансування. *Слово і діло. Суспільство*. 25 грудня 2023. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/12/25/infografika/suspilstvo/medycyna-voyuu-choyi-krayiny-yak-zminyuvalysya-obsyahy-byudzhethoho-finansuvannya#:~:text=У%202022%20році%20на%20медицину,менше%20від%20показників%202022%20року> (дата звернення: 04.02.2024).

5. Про фінансування охорони здоров'я та загальнообов'язкове медичне страхування в Україні: проект Закону України від 04.10.2018 р. № 9163. URL: https://ips.ligazakon.net/document/jh72j00i?an=3&ed=2018_10_04 (дата звернення: 08.02.2024).

6. Про фінансове забезпечення охорони здоров'я та загальнообов'язкове медичне страхування в Україні: проект Закону України від 12.05.2020 № 3464. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/99351> (дата звернення: 08.02.2024).

7. Сова О.Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку медичного страхування в Україні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. Випуск 49. С. 80-92. URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/37/32> (дата звернення: 25.02.2024).

8. Федорович І. М. Теоретичні та практичні засади реалізації медичного страхування в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 23(2). С. 76-80. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nvmgu_eim_2017_23\(2\)_19](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nvmgu_eim_2017_23(2)_19) (дата звернення: 25.02.2024).

9. Борисюк О. В. Розвиток медичного страхування в Україні із використанням зарубіжного досвіду. *Регіональна економіка та управління*. 2020. № 1(27). С. 45-50. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/326327494.pdf> (дата звернення: 25.02.2024).

10. Баранник Л. Б., Сальникова Т.В. Медичне страхування у реформуванні системи охорони здоров'я України. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-47>. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2072/2000> (дата звернення: 04.02.2024).

11. Россильна О. В., Головачова А. С. Особливості медичного страхування в умовах розвитку персоналізованої медицини. *Київський часопис права*. 2023. № 1. С. 79-85. DOI: <https://doi.org/10.32782/klj/2023.1.12>. URL:

<http://kyivchasprava.kneu.in.ua/index.php/kyivchasprava/article/view/256/243> (дата звернення: 10.02.2024).

12. Журавка О. С., Босак І. Л., Кубах Т. Г., Мордань Є. Ю. Аналіз та прогнозування розвитку ринку добровільного медичного страхування в Україні. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2022. № 2. С. 50-58. URL: https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/2_2022/5.pdf (дата звернення: 10.02.2024).

НОТАТКИ

НОТАТКИ

НОТАТКИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ
НА СВІТОВОМУ, ДЕРЖАВНОМУ
ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ**

19-20 квітня 2024 р.

Підписано до друку 23.05.2024. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 12,09. Тираж 100. Замовлення № 0224-018.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

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