

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ (30 ЛИСТОПАДА 2022 РОКУ)

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ

менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах
формування сучасної економіки та суспільства



Міжнародний європейський університет • Академія готельного господарства і громадського харчування в Познані • Київська вища школа у Влоцлавку • Сумський державний університет • Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича



КИЇВ 2022

Міжнародний європейський університет • International European University
Академія готельного господарства і громадського харчування в Познані •
Academy of Hotel Management and Catering Industry in Poznan

Куявська вища школа у Влоцлавку • Cuiavian University in Włocławek
Сумський державний університет • Sumy State University

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича •
Yury Fedkovich Chernivtsi National University



Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства

збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної
конференції (30 листопада 2022 року)

Development Trends in Management, Finance and Business Technology in the Context of the Establishment of Modern Economy and Society

International Scientific Conference (November 30, 2022)

Київ • Kyiv

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

dr Henryk Stępień, Rector of UJAWSKA SZKOŁA WYŻSZA WE WŁOCŁAWKU, prof. KSW Rector of Ku, prof. KSW

Боярко Ірина, д-р. екон. наук, професор, професор кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування Навчально-наукового інституту «Європейська школа бізнесу» Міжнародного європейського університету;

Гриценко Лариса, д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансових технологій і підприємництва Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту Сумського державного університету;

Житар Максим, д-р. екон. наук, доцент, перший проректор Міжнародного європейського університету;

Марусик Тамара, д-р. істор. Наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректорка з науково-педагогічної роботи з питань навчально-виховного процесу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Кавалерка “Ордену княгині Ольги” III ступеня, Почесний громадянин міста Чернівці

Наволокіна Алла, канд. екон. наук, доцент, Президент Міжнародного європейського університету;

Приймак Наталія, канд. екон. наук, в.о. завідувача менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування Навчально-наукового інституту «Європейська школа бізнесу» Міжнародного європейського університету;

Ремига Юлія, канд. екон. наук, доцент, в.о. директора Навчально-наукового інституту «Європейська школа бізнесу» Міжнародного європейського університету

Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, наданої в рукописах, і залишає за собою право не поділяти погляди авторів. За достовірність фактів, дат, назв, цитат тощо відповідальність несуть автори. Матеріали друкуються в авторській редакції. Зменшено втручання в обсяг і структуру матеріалів.

УДК 005+336]:330.341.1

Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (30 листопада 2022 року). – Київ : Міжнародний європейський університет. – 2022. – 430 с.

Тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції учених містять результати пошукових досліджень актуальних проблем стратегічного менеджменту в умовах формування сучасної економіки та суспільства, формування відповіді наукової спільноти на новітні виклики, пов'язані із потребами реагування систем управління суб'єктів господарювання економік різних країн на загострення глобальних воєнно-політичних, фінансово-економічних, екологічних ризиків внаслідок військової агресії з боку Російської Федерації.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ФІНАНСИ ТА БІЗНЕС- АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ВНАСЛІДОК ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ В УКРАЇНІ

АСОЯН Еммі	РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ НА ОСНОВІ СИСТЕМАТИЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ	15
БАРАБАШ Леся	ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ	18
БЕЛІНСЬКА Яніна, БЕЛІНСЬКА Стефанія	УМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	20
БЕРЛОУС Марія	ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ	24
БЄЛІН Владислав	ВПЛИВ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ НА СТРАТЕГІЮ РОЗВИТКУ РЕАЛЬНОГО І ФІНАНСОВОГО СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ	26
БОЯРКО Ірина, ВОВЧАК Ольга	ПОТРЕБА І ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕХОДУ ДО МЕЗОПРУДЕНЦІЙНОГО БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ І РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ВПЛИВУ ЗАГРОЗ І РИЗИКІВ ВОЄННОГО СТАНУ	29
БУГАЙКО Дмитро	СТРАТЕГІЧНІ СЦЕНАРІЇ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ	31
БУЛГАКОВА Катерина	СТАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ВІЙНИ	34
ГАМОВ Михайло	ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗМІСТОВНОГО НАПОВНЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КРИЗИ	37

ГЕРАСИМЕНКО Валерія	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ ВІЙНИ	40
ГНИЛЮК Вікторія	ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ УЧАСНИКІВ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	43
ГУСАК Вікторія	НАСЛІДКИ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА НАПРЯМКИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	46
ДАЦЕНКО Андрій	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙНИ	48
ДМУТRENKO Yana	FINANCIAL REPORTING OF ENTERPRISES DURING MARITAL LAW IN UKRAINE	51
ДУБОВИК Ольга, МАРТИНЮК Ірина	ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ У ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ	54
ЗНУТАР Maksym	SOME ASPECTS OF CONSTRUCTING THE FINANCIAL ARCHITECTURE OF THE ECONOMY	56
ЗЕЛІСКО Інна	ІННОВАЦІЙНА ПАРАДИГМА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	59
ЄВТУХ Любов	ФІНАНСОВІ СУПЕРМАРКЕТИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ	63
ЄЛІСЄЄВ Вадим, БАЙ Сергій, ДРОЗДОВА Юлія	УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТОРГІВЛІ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ	65
КАЛІНІЧЕНКО Олег	КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ	68
КАРНАУХОВА Валерія	МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ВІЙНИ	70
КАРЧЕВА Ганна, КАРЧЕВА Ірина	ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ – НЕОБХІДНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТІЙКОСТІ В ПЕРІОД ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ	73

КАТРИЧЕВ Павло	ФОРМУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ІНФРАСТРУКТУРИ	СПРОМОЖНОСТІ ГРОМАД ТА ЇХ	77
КАЦУК Олександр	СТРАТЕГІЧНИЙ МЕХАНІЗМІ РОТАЦІЇ НА ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ	КАДРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У	81
КЛИНОВИЙ Дмитро, ПЕТРОВСЬКА Ірина	ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ СИСТЕМИ СТАЛИХ ФІНАНСІВ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ		84
КНЯЗЄВА Олена, ОДИНЕЦЬ Діана	ЗАСТОСУВАННЯ РОЗВИТКУ ОПЕРАТОРІВ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	ІНТЕГРОВАНИХ ФОРМ	88
ЛЕВЧИНСЬКА Інна	ОСОБЛИВОСТІ РЕСУРСАМИ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ	УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ	90
ЛИТВИШКО Лілія, ВИСОЧИЛО Оксана, НЕЗДІМІНОВА Милослава	ЗБЕРЕЖЕННЯ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ	РИНКУ ПАСАЖИРСЬКИХ І	94
ЛІСНІЧУК Оксана	ЦИФРОВИЙ МОЖЛИВОСТІ	МЕНЕДЖМЕНТ: РЕАЛІЇ ТА НОВІ	96
МАТІЯШКО Дарина	УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ В НОВИХ СОЦІОЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ		99
НЕБЖИЦЬКИЙ Богдан	ФІНАНСОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	СТІЙКІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА	101
НЕЧИПОРЕНКО Аліна	СТРАТЕГІЧНИЙ УСТАНОВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	МЕНЕДЖМЕНТ В БАНКІВСЬКИХ	103
НИЩЕНКО Євген	УНІФІКАЦІЯ МАЙНОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	ТА ІНТЕГРАЦІЯ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ	106
ОЛІЙНИК Данило	СТРАТЕГІЧНІ РІВНІ	ЦІЛІ ТА ІНДИКАТОРИ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ	108

ПАНЧУК Вікторія	ІНВЕСТИЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ	110
ПЕНСЬКА Ірина, ШУМИЛО Є.І.	ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	112
ПРИЩЕПА Ольга	СТРАТЕГІЧНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	115
РИСІН Віталій, ПЕЧЕНКО Руслан	РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ФІНАНСУВАННЯ ТЕРОРИЗМУ	118
СЕМЕРЯГІНА Мирослава, МОЛЧАНОВА Катерина	ПРОБЛЕМИ ГУМАНІТАРНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ	122
СИТНИК Інна	ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ ЇЇ ОНОВЛЕННЯ	126
ТЯЖКОРОБ Ірина, ШВЕД Ірина	МЕХАНІЗМИ ФІНАНСУВАННЯ МЕДИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ	129
ХАЛІМОН Тетяна	ПРІОРИТЕТНІ ВЕКТОРИ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	133
ЧУНИЦЬКА Ірина, КИРИК Іван	ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЗМІН	136
ЧУНИЦЬКА Ірина, ЯСЕНТЮК Анастасія	КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ	139
ШВЕЦЬ Наталія, ШКВАРИЛЮК Марта	КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПОШИРЕННЯ ЗЕЛЕНОГО ФІНАНСУВАННЯ	143

ШЕВЧЕНКО <i>Ірина</i>	ІНДЕКС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СУЧАСНИЙ ВИМІРНИК РІВНЯ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	146
ШЕВЧУК <i>Денис</i>	МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗПЕКИ ТА ЙОГО ФУНКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ	149
ШИШКО <i>Наталія</i>	ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ЗМІ В СИСТЕМІ “GOOD GOVERNANCE” (ПРАКТИКИ М. КРИВИЙ РІГ)	151
ШИШКО <i>Едуард</i>	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДОВІРИ ДО ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	154
ШПІЛЬЧАК <i>Ольга</i>	ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СТРАХОВОГО РИНКУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	157

СЕКЦІЯ 2. БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ТА МОДЕЛЮВАННЯ В ОБҐРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

АКУЛЕНКО <i>Олександр</i>	АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТЮТЮНОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	160
БЕРІДЗЕ <i>Тетяна, БУГРА</i> <i>Аліна</i>	МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ В ОБҐРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	162
БОГДАН <i>Святослав</i>	ІНФОРМАЦІЙНА ЦІННІСТЬ БЕНЧМАРКІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ БІЗНЕСУ	165
БУЗ <i>Андрій</i>	НОРМАТИВНА СИЛА ТА РЕАЛІЇ КРИТЕРІЇВ ESG ЯК ВЕКТОРА МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	167
ВОДЯНИК <i>Роман</i>	РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	172

<i>ГРОД Михайло</i>	БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ З ПОЗИЦІЙ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ	175
<i>ДІДЕНКО Анастасія</i>	ПОРІВНЯНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ХІМІЧНИХ РЕЧОВИН В УКРАЇНІ	179
<i>ІВАЩЕНКО Оксана</i>	СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ШЛЯХУ ЕЛІМІНУВАННЯ РИЗИКІВ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	182
<i>ІЛЬЧУК Анастасія, ЧЕБАНОВА Тетяна</i>	ФІНАНСОВІ РИЗИКИ В БІЗНЕСІ	186
<i>КРОТОВА Анна</i>	АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ	189
<i>КУРЯЧА Наталія</i>	ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	193
<i>КУЧЕРУК Анастасія, ЧУХЛІБ Алла</i>	ІНСТРУМЕНТАРНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	197
<i>КУШНІРУК Віктор, КАЛАШНИКОВ Іван</i>	ВІРТУАЛЬНА (ІНТЕРНЕТ) ТОРГІВЛЯ, ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	199
<i>МАТЯХ Ванесса</i>	АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ ЧАЮ В УКРАЇНІ	202
<i>MURAVSKIY Oleksandr</i>	A MODEL FOR DETERMINING TRANSFER PRICES BASED ON AN OPTIMIZATION MODEL OF REVENUE MAXIMIZATION	206
<i>ОЛІЙНИК Катерина</i>	АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ ЦІН НА ЗЕРНОВІ ТА ОЛІЙНІ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ	208

ПРАСОЛОВА Крістіна	ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	211
ПОПОВА Юлія	ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	214
ПУХИР Світлана	РІЧАРД ТАЛЕР ПРО ОСОБЛИВОСТІ ТЕОРІЇ ПЕРСПЕКТИВ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ	218
РАДЬКО Дмитро, КУШНІРУК Віктор	ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ	220
RUMYK Ihor	MODELING OF BUSINESS PROCESSES IN THE CONDITIONS OF RECOVERY OF THE ECONOMY OF UKRAINE	223
РУТКОВСЬКА Софія	ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ КОЛЕКТИВУ НА РОЗВИТОК ОСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	226
САРАХМАН Оксана	СУЧАСНІ РЕАЛІЇ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ І ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ	229
СИМОНЕНКО Олена, ГОРДІЄНКО Тетяна	АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ЦУКРОВИХ БУРЯКІВ В ДИНАМІЦІ	232
СИТНІКОВА Вероніка	ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМЕТРИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	236
СТЕЛЬМАХ Юлія	ЗНАЧЕННЯ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В ОБГРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	239
ТАРАСЕНКО Лев	ЦИФРОВІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНВЕРГЕНЦІЇ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ ТА ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ	242
ТОПУЗОВА Валерія	МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	245

FEDOROVYCH <i>Iryna, KOZACHOK</i> <i>Hrystyna</i>	EQUIPMENT MODERNIZATION AS A KEY TO THE DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF ENERGY ENTERPRISES	247
ЧУЙКО Марина	ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	250
ШВЕЦЬ <i>Анастасія</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	253
ШЕВЧЕНКО Лілія	ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	255
ШУРПЕНКОВА <i>Руслана</i>	ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ БЕНЧМАРКІНГУ В ОЦІНЦІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	258

**СЕКЦІЯ 3. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ
СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН**

БЕЗВЕРХИЙ <i>Костянтин,</i> <i>БОНДАР Тетяна</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АУДИТУ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ	262
BEZLUUDA Yuriy	THEORETICAL APPROACH TO THE FORMATION OF THE INFORMATION ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE	264
БОНДАР <i>Анастасія,</i> ВОЗНА <i>Анастасія</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РАХУНКОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ	267
ГАВРИЛЮК <i>Вікторія</i>	ПРОБЛЕМИ УДОСКНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ	269
ДОБРИНІНА <i>Людмила,</i> <i>ГАВРИЛЮК Юрій</i>	МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ ОБЛІКОВОЇ СТАВКИ В УМОВАХ ІНФЛЯЦІЙНОГО ТАРГЕТУВАННЯ	272

КІЧУРЧАК Маріанна	ОЦІНКА РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ІНФОРМАЦІЯ ТА КОМУНІКАЦІЯ В КРАЇНАХ ЄС: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПОСТ-ВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ	275
KASKOVA Iryna	ANALYSIS OF FINANCIAL STABILITY OF LCC «AGROCENTER K»	278
КОНОНЕНКО Наталія, ЧУХЛІБ Алла	АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ	281
КУНДРЯ- ВИСОЦЬКА Оксана	ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОЛОГІЧНОЇ КОНСТРУКЦІЇ: «БІЗНЕС-МОДЕЛЬ – ОБЛІКОВА СИСТЕМА»	284
КУЗЬМЕНКО Анастасія	ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ	286
КУЗЬМЕНКО Юлія, БОНДАР Анастасія, ДАЦЕНКО Ганна	ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ	289
НЕСТЕРЕНКО Ірина	РОЗВИТОК ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІМПЕРЕТИВ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	291
ПРИЙМАК Наталія	ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТОМ ГОСПОДАРЮВАННЯ	295
РЕШЕТИЛО Даша	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ	298
RUD Victoria	ANALYSIS OF LIQUIDITY AND SOLVENCY IN SECURING WORK OF THE PRIVATE JOIN-STOCK COMPANY «VINNYTSIA FACTORY «МАЯК»	301
ТИХОНЕНКО Вікторія	АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ	305
ЧЕБАН Юлія, КАЛЮЖНА Марія	ПРО ТА ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР : ПИТАННЯ БЕЗ ВІДПОВІДЕЙ	308

ЧАБАНЕНКО <i>Аліна</i>	ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ	312
ШТИК Юлія	РОЗВИТОК РИНКУ ЕКОСИСТЕМНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	315
ЮЗЕФОВИЧ <i>Карина</i>	ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОРГАНІЗАЦІЮ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ	317

СЕКЦІЯ 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НОВІТНІХ СУСПІЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

АНДРОЩУК <i>Аліна</i>	МІГРАЦІЯ ДАНИХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ХМАРНІ СХОВИЩА	321
БУРКОВСЬКА <i>Анна</i>	УПРАВЛІННЯ ТRENДАМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	323
ВЕЛИЧКО Олена, БАНЄВА Ірина, ЧУПРУН <i>Катерина</i>	ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ	326
ГОРОШКО <i>Михайло</i>	ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПОСЛУГ	329
ГРИГОР'ЄВ <i>Артур</i>	РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	333
ДАНИЛОВА Віра	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЕЙ ЄВРОПИ ПІСЛЯ КРИЗИ 2019-2021 РОКІВ У ЗВ'ЯЗКУ З COVID-19	336
ДІБРОВА Олена, КОВАЛЕНКО <i>Анжеліка</i>	МІЛІТАРНИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ	340
ЄРМАКОВ Іван	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕСПЕЧЕННЯ БЕСПЕКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	343

**ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ, ФІНАНСІВ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ
В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА СУСПІЛЬСТВА:**

Міжнародна науково-практична конференція, 30 листопада 2022 року

КУЛИК МАРІЯ	ФУНКЦІЇ РЕВЕНЮ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	346
ЛОХМАН <i>Михайло, ЧОКОІ</i> <i>Діана</i>	АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	349
ПОМАЗА-ПОНОМАРЕНКО <i>Аліна,</i> ДОЛНІКОВА <i>Юлія, ЛЯДЕР</i> <i>Андрій</i>	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	352
САВЕНКО Влада	УКРАЇНСЬКІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ НОВІТНІХ СУСПІЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	355
СТАМАТ <i>Вікторія,</i> СКОРУК Анна	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ІСПАНІЇ НА СВІТОВІЙ АРЕНІ	359
СТАМАТ <i>Вікторія,</i> ЧУПРУН <i>Катерина</i>	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ІТАЛІЇ	362
ФУРМАНЮК Іван	ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ПОСТКОНФЛІКТНІ ТЕРИТОРІЇ» ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ЇХ ВІДНОВЛЕННЯ	365
ХМАРА Олена	ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ	369
ШМИГЛЮК <i>Євгенія</i>	ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ QUALITY 4.0 В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	371
ЩОГОЛЕВА Інна, СОКОЛОВСЬКИЙ <i>Віктор</i>	ПЕРСПЕКТИВИ ПРИЄДНАННЯ УКРАЇНИ ДО НАЦІОНАЛЬНИХ АСОЦІАЦІЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ HOTREC	375

**СЕКЦІЯ 5. РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ БІЗНЕС-
КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ
СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН**

БОРИСОВА <i>Тетяна, ДЕРКАЧ</i> <i>Павло</i>	ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ	378
ВАЦЬКІВСЬКА <i>Анна</i>	СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВ «ІНТЕР АВТО ЦЕНТР» В УМОВАХ КРИЗИ	380
ІЛЬНИЦЬКИЙ <i>Андрій,</i> <i>МАРХЕВКА Ольга</i>	ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	384
КОВАЛЬЧУК Олег	РОЛЬ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ НА РИНКУ	386
КОРИСТОВ <i>Андрій</i>	ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	388
ЛЕВЧЕНКО <i>Наталія</i>	СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ	391
ПАНЧЕНКО Ольга	ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	395
ПОПОВИЧ Андрій	SMM ТА СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА	397
ПОСОХОВ Ігор, КЛИМЧУК Анна, ТАБАЛІНА Діана	ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ	401
ПТАЩЕНКО Олена, ТЕТІРКО Тетяна	ОСОБЛИВОСТІ ТА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	404

СТАМАТ <i>Вікторія,</i> НЕСТЕРЧУК <i>Тетяна</i>	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ	408
--	---	-----

ЧМІЛЬ Ганна	ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВ ТА СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	410
--------------------	---	-----

**СЕКЦІЯ 6. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ І КІБЕРБЕЗПЕКИ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ БІЗНЕС-
СТРУКТУР**

ВАКОФЯН Ваган	ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ВИБІР ІНСТРУМЕНТІВ	415
----------------------	---	-----

ЖЕРНОВА <i>Єлизавета</i>	КАДРОВІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ	417
------------------------------------	--	-----

Нечипоренко <i>Юлія</i>	ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЗАГАЛОМ ТА В УКРАЇНІ	420
-----------------------------------	--	-----

ОГРЕНИЧ Юлія, КОТУХОВ <i>Дмитро</i>	РОБОТА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ	423
---	---	-----

PARFONOV <i>Bohdan</i>	THE KEYPOINTS OF THE CYBERSECURITY MANAGEMENT IMPORTANCE	427
----------------------------------	---	-----

СЕКЦІЯ 1.
СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ФІНАНСИ ТА БІЗНЕС-
АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ
ВНАСЛІДОК ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ В УКРАЇНІ

УДК 336.71

АСОЯН Еммі

аспірант

*Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського,
м. Київ, Україна*

РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ
ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ НА ОСНОВІ СИСТЕМАТИЗАЦІЇ
СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ

Опорне для української соціально-економічної системи відношення влади-власності детермінує значний потенціал інерції державної політики, який посилюється стратегічною орієнтацією системи на видобуток природних запасів сировини та імпорту енергетичних ресурсів [1]. Для формування на основі систематизації стратегічних цілей курсу державної економічної політики, що відповідає викликам сучасного розвитку, необхідним є розвиток партнерської взаємодії з новим інститутом - Радою з соціально-економічної політики - суспільно-державним органом, орієнтованим на основні функціональні завдання даної політики.

Суспільно-державний характер запропонованого інституту дозволить зменшити ризики бюрократизації його діяльності. Взаємодія Ради з соціально-економічної політики і профільних міністерств та відомств за підтримки структур НАН України, що надають необхідне наукове забезпечення, становить ядро розробленого механізму формування державної економічної політики на основі систематизації стратегічних цілей, що забезпечує необхідний для подолання інерції цієї політики зрушення на користь за допомогою висування системи нових стратегічних цілей та розробки базових ідей перетворюючого курсу політики. Вирішальну роль тут грає взаємодія сил: з одного боку, сили глобальної конкуренції та сили нового знання зумовлюють необхідність висування зазначених цілей та зміну курсу політики; з іншого боку, сила інерції соціально-економічної системи, втіленої в консенсусі інтересів її основних суб'єктів і перешкоджає висування нових цілей і зміну курсу політики.

Для переходу на рівень системної організації зв'язків у формуванні державної політики потрібне ставлення розгорнутого тристороннього суспільного, державного та приватного партнерства, яке оформляється за допомогою стратегічного контракту.

Нова генерація національних проектів багато в чому схожа з попередньою генерацією, якщо залишити осторонь кількісні аспекти; разом з тим, у ній здійснено позитивне зрушення щодо забезпечення взаємозв'язку стратегічних цілей, що висувуються, та їх відповідності основним структурним компонентам української соціально-економічної системи, що слід розцінити як суттєве просування шляхом систематизації стратегічних цілей розвитку.

Для забезпечення продуктивності механізму формування державної політики необхідна інфраструктура - платформа сервісного забезпечення спільних потреб суб'єктів зазначеного процесу, яка включає такі основні елементи: депозитарії перспективних ідей державної політики; майданчики для пілотної апробації нових рішень у галузі державної політики та нових механізмів публічного управління; віртуальна інтернет платформа для розвитку комунікацій між суб'єктами формування державної політики.

Перетворена форма міцно відокремлена, відчужена від змісту відносини, яке вона покликана реалізувати. Стосовно перетвореної форми тристороннього партнерства у сфері державної політики таке відчуження забезпечує бюрократизація за допомогою заміщення стратегічної мети збалансованої взаємодії всіх основних учасників цього процесу псевдометою забезпечення інтересів груп чиновників, які експлуатують окремі функції держави. При цьому тристороннє партнерство редукується до рівня двостороннього державно-приватного партнерства, в якому державний партнер повністю домінує над приватним, що створює базу для виникнення «бюрократизованої системи», що виражає узгоджені інтереси двох соціальних груп: групи, що здійснює успішну експлуатацію частини функцій держави у формуванні політики в економічній та соціальній сферах; групи, що представляє інтереси великих корпорацій.

Продуктом діяльності «бюрократизованої системи» як перетвореної форми стратегічного партнерства у формуванні державної політики стає заміщення дійсних, що відповідають суспільним інтересам стратегічних цілей розвитку хибними суспільними цілями, що виражають інтереси учасників зазначеної системи.

Ключовий момент діяльності «бюрократизованої плануючої системи» - здійснення її учасниками контролю за частиною функцій держави в політиці, що дозволяє їм вступати в змову з групою, що представляє менеджмент великих корпорацій і успішно заміщати стратегічні цілі розвитку суспільства іншими цілями на основі узгодження інтересів обох груп. Підсумком заміщення стає прихована трансформація частини ресурсів розвитку в позалегальні доходи бенефіціаріїв.

Отже, визначимо економічний результат функціонування «бюрократизованої системи»: змова учасників зазначеної системи про трансформацію ресурсів, що виділяються на реалізацію заміщених стратегічних цілей розвитку соціально-економічної системи, у позалегальні доходи представників. Такий договір дає можливість «бюрократизованій системі» капіталізувати частину ресурсів розвитку у формі організаційно-бюрократичного капіталу.

Тому розроблено комплекс когнітивних інструментів формування державної політики на основі систематизації стратегічних цілей у складі:

А. Інструмент ініціації ринкового інтересу до стратегічних цілей розвитку соціально-економічної системи, що висуваються. Ситуація дефіциту ресурсів розвитку змушує шукати способи ринкового позиціонування стратегічних цілей, що висуваються.

В. Збалансована система індикаторів державної політики. Сформована компактна сукупність взаємопов'язаних індикаторів для оцінки результатів формування державної політики: на напрямі впливу людського фактора - частка інтелектуального капіталу в загальній вартісній оцінці національного багатства; на напрямі впливу технологічного фактора - нематеріальні активи у структурі основного капіталу національної економіки; на напрямі впливу природно-ресурсного фактора - представництво репродукованих ресурсів у структурі природних ресурсів, залучених у розвиток економіки; на напрямі впливу організаційного чинника - сукупний внесок нових організаційних форм господарювання (кластерів, інтелектуальних корпорацій та ін.) у ВВП; на напрямі впливу інституційного фактора - «адміністративна рента» в інтегральних витратах резидентів національної економіки; на напрямі впливу інформаційного фактора - представництво інтегральних витрат на комунікації у ВВП.

С. Інструмент створення стратегічних ідей державної політики. Це організаційна форма концентрації інтелектуального капіталу, що засновується на базі великого дослідницького університету з партнерською участю наукових структур системи НАН України. У

функціональному відношенні центр генерації стратегічних ідей державної політики забезпечує консолідацію та ефективне застосування ресурсів інтелектуального потенціалу соціально-економічної системи.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Чернявський А.А. Безпека підприємницької діяльності: конспект лекцій. Київ. МАУП, 2018. 124 с.

УДК 336.22

БАРАБАШ Леся,
*кандидат економічних наук, доцент
Уманський національний університет садівництва,
м. Умань, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Податкове регулювання у фінансово-економічному середовищі держави відіграє роль своєрідного каталізатора, що покликаний прискорити чи сповільнити певні процеси заради досягнення відповідних цілей. Його провадження націлене на виконання низки функцій, що відображають сферу впливу: галузево-пропорційну, соціально-економічну та системно-балансуючу. Відтак, за допомогою різнопланових податкових інструментів, на втілення першої функції відбувається формування оптимальних на даному етапі розвитку інфраструктури держави пропорцій розвитку для всіх галузей національного господарства; друга досягається шляхом зменшення розривів між рівнем соціального й економічного розвитку різних верств населення; третя спрямована на вирівнювання економічного та соціального розвитку територій.

Реалізація умов податкового регулювання здійснюється у комплексній взаємодії з податковим плануванням і прогнозуванням, податковим управлінням і податковим контролем, що утворює відповідну модель (рис. 1).

Синтез наведених складових зумовлений тим, що передбачувані плануванням і прогнозуванням показники можуть бути досягнуті виключно за умови раціонального використання інструментів податкового регулювання та логічно вибудованих і справедливих систем податкового управління та контролю.

У ході реалізацій поставлених перед податковим регулюванням функцій, використовується низка інструментів, які можна умовно поділити на системні, комплексні та локальні. Перші відповідають

за загальний вигляд і стан податкової системи, зокрема її структуру та загальний рівень оподаткування. Комплексні спрямовані на забезпечення сприятливих умов розвитку для певних територій, галузей або груп населення. Локальні визначають базові елементи податків, що формуватиме оптимальний рівень податкового навантаження.

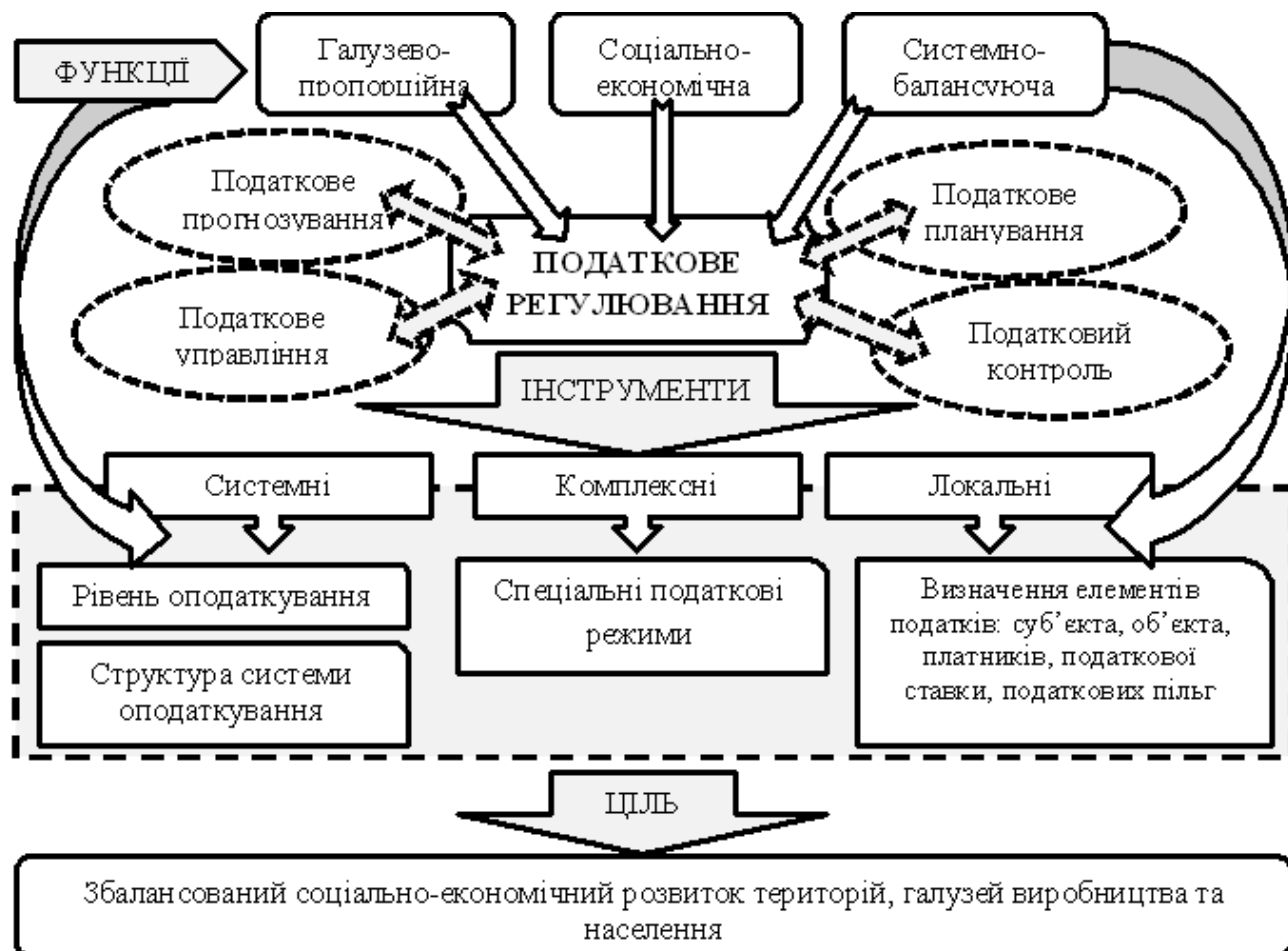


Рис. 1. Модель податкового регулювання [1; 2]

При цьому група комплексних інструментів формується механізмами спеціальних податкових режимів [1, с. 18]. Системні інструменти вбудовуються у систему оподаткування, формуючи її рівні та структуру. Інструменти, що одночасно стосуються декількох ключових податків і зборів та створюють спеціальні умови оподаткування, носять комплексний характер [2, с. 92]. При цьому реалізація регулятивного потенціалу окремих податків об'єднує їх у локальні інструменти, що втілюється за допомогою комбінаторики елементів податку: ставок, об'єктів, суб'єктів, пільг тощо.

Слід зауважити, що податкове регулювання є однією з найефективніших і найнеобхідніших складових державного

регулювання економіки, що, як правило, проявляє власну дієвість лише у поєднанні з іншими прямими й непрямими методами впливу. Тому важливо розуміти, що найкращого ефекту буде досягнуто лише за умови збалансованого використання всіх видів інструментів, вибудованих у логічній послідовності та взаємодії, що прийнятні та вбудовуються у модель податкової політики держави.

Таким чином, за допомогою податкового регулювання держава вибудовує власний вектор і стратегію фінансово-економічного розвитку. Регулюючи обсяги податкових надходжень бюджетів різного рівня, пристосовуючи форми оподаткування до фінансово-економічної ситуації, вибудовуючи систему податкових ставок і тарифів, задіюючи пільги у вигляді звільнення від оподаткування окремих галузей виробництва або виробників, визначених територій чи певних груп населення відбувається стимулювання чи дестимулювання підприємницької активності, формується сприятливе підґрунтя інвестиційної привабливості, вибудовується кон'юнктура внутрішнього та зовнішнього ринків, а також забезпечуються умови для розвитку пріоритетних галузей економіки та закладаються засади для реалізації збалансованої соціальної політики.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Баранник Л. Б. Соціалізація податків як принцип ефективного податкового регулювання в ринковій економіці. *Формування ринкових відносин*. 2013. № 9. С. 15–20.
2. Овчинніков А.В. Державне податкове регулювання як фактор соціального розвитку України: теоретичний аспект. *Економічний вісник*. 2018. № 3. С. 88–99.

УДК 330.3

БЕЛІНСЬКА Яніна,

доктор економічних наук професор,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

БЕЛІНСЬКА Стефанія,

здобувач PhD

Словацький аграрний університет, Нітра, Словаччина

УМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Україна переживає важкий період вимушеної трансформації. Масові руйнації промислових інфраструктурних об'єктів означають не лише необхідність їх майбутнього відновлення, а й можливість формування принципово нової моделі розвитку економіки на

новітній технологічній базі. Україна має всі підстави стати одним з інвестиційних майданчиків, де розвиватимуться нові технології та формуватиметься один із векторів розвитку цивілізації. Для використання цих можливостей необхідно вже на поточному етапі визначити контури і пріоритети майбутньої економічної системи та залучати фінансові джерела інвестування післявоєнної відбудови.

Висловлюються різноманітні точки зору щодо того, як відновлювати зруйновані війною економіку та інфраструктуру України із врахуванням успішного досвіду післявоєнного відновлення Німеччини, Японії, Італії, Південної Кореї, Ізраїлю. Ці країни під час воєн отримали колосальні руйнування, проте зараз вони стали провідними економіками світу. Світові експерти та політики вживають термін "план Маршалла" в контексті майбутньої відбудови України. Це означає, що для світового бізнесу та інвесторів з'являється багато позитивних сигналів, які мають спонукати їх не лише звернути увагу на Україну після перемоги, а й розпочати діяти вже зараз. Велика відповідальність лежить на урядові України, що має усунути перешкоди на шляху інвестицій довоєнного періоду і створити максимально сприятливі умови для приходу іноземних інвесторів.

Першочерговими завданнями є збереження макро-фінансової стабільності в Україні та активна робота над формуванням банку інвестиційних проектів і залученням іноземних інвесторів.

У проекті бюджету-2023 закладено приріст ВВП на 4,6% після прогнозованого провалу на 33,2% у 2022 році. Це свідчить, що розгортання економічної відбудови, яка б дала значний приріст на основі низької бази 2022 року, не очікується. Інфляція запланована на рівні 30,7% та девальвація до 42 грн/дол з виходом на 49 грн/дол наприкінці 2023 року. В складних воєнних умовах макроекономічну стабільність може порушити негативний розвиток подій на фронті, тоді прогноз 4,6% економічного зростання буде завищеним.

Певна песимістичність урядового прогнозу призвела до того, що при очікуваному номінальному прирості ВВП на 37% дохідна частина бюджету за січень-серпень 2022 р. виявилася на 17,6% менша, ніж плановий показник. За планом на 2023 р. дефіцит становитиме 20% ВВП – на 3% більше планового показника 2022 року. Він покриватиметься переважно за рахунок зовнішніх запозичень переважно від інституційних кредиторів у розмірі 1 596 млрд грн., з яких близько 1 180 млрд грн має бути спрямовано на фінансування дефіциту бюджету. Взагалі 95% запозичень планується робити на зовнішньому ринку, що знижує потреб у

емісійному фінансуванні бюджету з боку НБУ. Втім ужорсточення монетарної політики НБУ блокуватиме надходження вкрай необхідних коштів до економіки, що однак, згідно прогнозних показників, не стримує зростання цін. Вплив з боку попиту на економіку буде слабкий через низькі зарплати та падіння видатків на соціальну сферу на 8%.

Аналітики прогнозують, що наслідками проведення жорсткої фіскальної політики стане зменшення сукупного споживчого попиту через реальне скорочення зарплати бюджетників, падіння попиту на товари та послуги значного числа приватних підприємств, які постачали цим установам свою продукцію та виконували для них підрядні роботи [1]. Це означає відчутний негативний кумулятивний ефект від бюджетного стиснення. Вторинним негативним ефектом стане недоотримання податкових надходжень від працівників та підприємств, що втратили доходи, і звуження оборотів торгівлі, що позначиться на доходах державного та місцевих бюджетів. Таким чином, ділова активність бізнесу буде суттєво обмежена.

Монетарні рушії як інфляції так і розвитку теж заблоковані: Лишається девальваційний чинник, який потужно працює, проте в умовах активного припливу зовнішньої допомоги скоріше девальвація йтиме за інфляцією, а не навпаки. Таким чином, отримана фінансова стабільність виявиться стагнацією економіки. Разом з тим, вітчизняний бізнес вижив та адаптувався, а стійкість економіки дозволяє Україні розраховувати на іноземні інвестиції.

Уряд України вже розпочав активну роботу з їх залучення, сформувавши пакет інвестиційних пропозицій на суму понад 400 мільярдів доларів. Презентована платформа для потенційних інвесторів Advantage Ukraine, яка включає понад 500 інвестиційних проектів та можливостей у 10 секторах економіки. Зокрема, йдеться про перспективу співпраці в галузях металургії, енергетики, сільського господарства, інвестиційно-фінансового напрямку [2].

Було проведено успішні зустрічі з компаніями U.S. Steel, Honeywell, Halliburton, на черзі стратегічна комунікація з компаніями ExxonMobil, Chevron, компанією Tesla.

Для мінімізації ризиків інвестування в умова воєнного стану ведеться робота над спрощенням законодавства щодо залучення іноземних інвестицій, дерегуляцією і покращенням умов для ведення бізнесу та механізмом їх страхування, що дозволить гарантувати інвесторам безпеку капіталовкладень в українські активи [3].

Ведуться перемовини з Багатостороннім агентством з інвестиційних гарантій (MIGA), яке входить до групи Світового банку. Дана організація має програми страхування інвестицій в умовах терористичних загроз, тож доступ до її послуг надасть можливість інвестувати вже зараз, в той період, коли воєнні дії ще продовжуються. Для гарантування безпеки, інвестори купуватимуть страховку, вартість якої розраховується в залежності від обсягу інвестицій. У разі форс мажорних обставин інвестор зможе отримати компенсацію цих коштів.

Поєднання статусу кандидата в члени ЄС та “Плану Маршалла” для нашої держави надасть додаткові гарантії інвесторам, а доступ української продукції до ринків країн ЄС та G7 дозволить їм розвивати канали збуту.

Важливою макроекономічною метою на поточному етапі розвитку України є створення робочих місць в Україні, аби люди могли якнайшвидше повернутися додому. Тому важливий будь-який бізнес, який розпочне або відновить свою діяльність в Україні.

Таким чином, втримання макрофінансової стабільності та приплив іноземних інвестицій формують передумови для реалізації масштабного плану відновлення, який сьогодні напрацьовується Урядом. Очікується, що перша фаза відновлення триватиме близько 3-9 місяців. Протягом цього періоду підприємства відновлять свою діяльність, створять робочі місця та вакансії, втрачені під час війни, і повернуться до виробництва товарів та послуг мирного часу. Відновлення інфраструктури та капіталу займе більше часу – до 5-10 років. Економіка почне зростати швидшими темпами, ніж до війни, що приваблюватиме інвестиції в Україну та сформує позитивне коло економічного відновлення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Жаліло Я. Бюджет війни чи бюджет перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/12/692507/>
2. На відкритті торгів Нью-йоркської фондової біржі Україна презентувала платформу залучення іноземних інвестицій URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=2bf3d944-2c98-4b44-a222-d9d72aa41376&title=NaVidkrittiiTorgivNiuiorskoiFondovoiBirzhiUkrainaPrezentuvalaPlatformuZaluchenniaInozemnikhInvestitsiiAdvantageUkraine/>
3. Уряд ініціював зміни до законодавства, спрямовані на створення сприятливого інвестклімату. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=05e3ed14-449f-4454-b830-fda5affb50aa&title=UriadInitsiiuvavZminiDoZakonodavstva-SpriamovaniNaStvorenniaSpriiatlivogoInvestklimatu>

УДК 330.93

БЕРЛОУС Марія,

*асистент кафедри менеджменту та адміністрування
Івано-Франківський національний технічний університет
нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна*

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ

Глобалізація - це суть та квінтесенція сучасного етапу розвитку всього світу; сучасний етап дозрівання цивілізації в масштабах людства; соціальний процес, у ході якого стираються географічні кордони соціальних і культурних систем; поширення західної моделі розвитку на всі інші країни планети, що, фактично, є теоретичним обґрунтуванням однополюсного (універсального, ідеального) світового порядку [1]. Глобалізація супроводжується змінами. Розглянемо найсуттєвіші.

Посилена фрагментація цінового ланцюга. В умовах глобалізації має місце спеціалізація кожної ланки цінового ланцюга. Цьому сприяє збільшення кількості доступних ринків, розширення видів співробітництва, поява нових транспортних засобів, що призводить до вирішення проблем відстані. Разом з цим посилюється конкуренція, адже кожна фірма прагне перевершити інших.

Поява на ринку гравців нового типу. В умовах глобалізації переможцями стають не лише всесвітньо відомі марки. Саме вузька спеціалізація створює активний тип гравців, які в минулому не були відомі.

Підвищена складність. Умови просування товарів на ринок суттєво змінюються. Компаніям слід опановувати нові чинники успіху, зокрема: прораховувати ризики (логістики, політичні, втрати іміджу тощо).

Всі вищезазначені зміни потребуватимуть фахівців здатних адекватно реагувати на ці зміни. Великою мірою успіх компаній залежатиме від компетентностей менеджерів, адже глобалізаційні процеси торкаються і системи управління. Основними причинами змін в управлінні слугують:

- технологічні зміни. Робота кожного співробітника стає більш технологічно складною. Тут роль менеджера зводиться до формування команди, яка здатна реалізовувати стратегію, місію компанії. Він несе відповідальність за розвиток компанії.

**Секція 1. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ФІНАНСИ ТА
БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ
ВНАСЛІДОК ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ В УКРАЇНІ**

- конфлікти між новим поколінням і старим менеджментом, адже глобалізація та реалізація її наслідків потребує фахівців здатних до швидкої реакції на зміни;

- робота менеджера з мультикультурними командами, що ускладнює процес управління.

Таким чином, глобалізаційні процеси впливають на формування компетентностей майбутніх фахівців, у тому числі менеджерів.

«Компетенція – головна риса індивідуума, що причинно обумовлює ефективне та винятково якісне виконання роботи» [2, с. 7].

Для виконання роботи фахівці повинні володіти певними компетенціями. Таких компетентностей є значна кількість та вони здатні змінюватися з часом. Згідно даних оприлюднених за результатами Всесвітнього економічного форуму в Давосі, компетентності фахівців видозмінюються (табл.1.).

Таблиця 1

Перелік основних навичок фахівців [3]

2020	2025
1.Комплексне вирішення проблем	1.Аналітичне мислення та інноваційність
2. Критичне мислення	2. Активне навчання та стратегії навчання
3. Креативність	3.Розв'язання складних проблем
4. Уміння управляти людьми	4. Критичне мислення та аналіз
5. Координація з іншими	5.Креативність, оригінальність та ініціативність
6. Емоційний інтелект	6.Лідерство та соціальний вплив
7. Судження та прийняття рішень	7.Використання технологій, моніторинг та контроль
8. Клієнтоорієнтація	8.Створення технологій та програмування
9. Переговори	9.Витривалість, стресостійкість та гнучкість
10. Когнітивна гнучкість	10. Логічна аргументація, розв'язання проблем та формування ідей

Джерело: [3].

Як бачимо, критичне мислення та розв'язання проблем будуть найпріоритетнішими навичками впродовж наступних трьох років.

Формуванню навичок сприятиме освіта, яка є основою досягнення майбутніх економічних результатів країни. В доповіді Міжнародної комісії з освіти для XXI століття зазначено, що освіта базується на «чотирьох стовпах»: «навчитися пізнавати, навчитися

робити, навчитися жити разом, навчитися жити» [4]. Їх називають основними глобальними компетенціями.

Визначальними рисами глобалізації у сфері освіти є уніфікація знань та прагнення країн досягати вищої якості освіти.

На нашу думку, глобалізація зумовляє посилені вимоги до підготовки менеджерів, адже результат їхньої праці – це постійний синергетичний ефект.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Удовик С. А. Глобализация: семиотические подходы. К.: Ваклер, 2002. 480с.
2. Gareth R. Recruitment and Selection: A Competency Approach. Moscow, 2005: НІРРО.
3. Якими будуть основні 10 навичок у 2025 році – Всесвітній економічний форум опублікував список. URL: <https://nus.org.ua/news/yakymy-budut-osnovni-10-navychok-u-2025-rotsi-vsesvitnij-ekonomichnyj-forum-opublikuvav-spysook/> (дата звернення 9.11.2022).
4. Делор Ж. Образование: сокрытое сокровище. ЮНЕСКО, 1996. 37 с.

УДК 336.02

БЄЛІН Владислав,

аспірант, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

*Науковий керівник: **ОНИШКО Світлана,***

д-р. екон. наук., професор,

Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

ВПЛИВ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ НА СТРАТЕГІЮ РОЗВИТКУ РЕАЛЬНОГО І ФІНАНСОВОГО СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ

Сучасні тенденції, які склалися на рівні міжнародної економіки в ХХІ столітті та рівнях вітчизняного виробництва і корпоративних структур, суттєво вплинули на управління ризиками в умовах невизначеності й хаотичного розвитку реального і фінансового секторів економіки. Насамперед, принципово змінюється співвідношення матеріальної та нематеріальної (цифрової) складової економіки, збільшується розрив у рівнях технологічного прогресу в постіндустріальних країнах і країнах, що розвиваються, що, відповідно, поглиблює диференціацію в рівнях доходів та якості життя загалом, формуючи потребу їх врахування у фінансово-економічній політиці.

Значний імпульс тренд змін отримав під впливом сукупності чинників, ключовими з яких стала пандемія COVID-19. Це знайшло свій прояв у тому, що поряд з якісними змінами в процесах

глобалізації одночасно окреслилася тенденція їх поєднання із зародженням у різних країнах тренду деглобалізації. Це, зокрема, відбувалося через політичний вплив держав із застосуванням політики економічного та технологічного протекціонізму. Торгові обмеження та протекціоністські тенденції посилились ще більше. У період з 2019 року до 2020 року 60% нових торгових заходів, реалізованих країнами G20, були пов'язані з пандемією. Водночас якісна оцінка таких тенденцій дозволяє зробити висновки не лише про кількісні але й сутнісні їх зміни. Так, з торгових заходів лише 30% - це заборони на експорт медичних товарів. Інша частина торгових заходів була спрямована на закріплення захисту власного виробника. Загалом із початку пандемії було вжито 144 заходи щодо торгівлі в цілому, а також щодо торгівлі товарів, реалізованих економіками G20. З них 12 заходів (73%) мають характер, що сприяють торгівлі і 39 (27%) можна вважати обмежувачами для торгівлі. Обмеження на експорт становлять 95% усіх зафіксованих обмежувальних заходів [1].

Вторгнення Росії на територію України, активні воєнні дії визначили подальшу долю означеного тренду змін. Це вторгнення зміцнило політичні та військові союзи, такі як НАТО, та економічні блоки, наприклад, між США і ЄС та між Китаєм і Росією, прискоривши зсув у бік деглобалізації.

Уряди багатьох країн переконуються, що внутрішні проблеми не можливо вирішити виключно через органи міжнародних інституцій та домовленості між країнами. Тому обережно віддається перевага іншому напрямку економічної політики, який, зокрема, пришвидшив темпи прийняття протекціоністських обмежень. Очевидно, що подібні зміни в економічній політиці відображають зміни також і в розумінні глобальних системних ризиків.

Політики все частіше намагаються сформулювати відповідний баланс між глобальними та локальними рішеннями, при цьому все частіше мова йде про дисбаланс по економічним напрямкам. Постає завдання вирішувати комплекс питань: наскільки слід обмежити або полегшити міжнародну торгівлю товарами та послугами.

Сьогодні все очевиднішим є те, що у конструктах сучасної реальності потреба пошуку нових джерел створення та підвищення рівня ВВП, прогресивних точок економічного зростання не здатна бути ефективно реалізованою поза адекватного відображення об'єктивного впливу деглобалізаційних процесів на всі сфери життєдіяльності. Програми економічної політики, що реалізуються

у сучасних державах мають трансформуватися залежно від змін економічної ситуації й одночасно збагачуватися новими науковими розробками, які їх синтезують та одночасно спираються на вивчення наукового доробку багатьох науковців і практиків, адже «...хоч яким новим є напрям наукового дослідження, воно завжди історичне, і будь-яка наука розвивається на основі попередніх досліджень, має свою генезу, еволюцію і період розквіту» [2].

Очевидно, що витoki деглобалізаційних процесів багатоаспектні та потребують відповідного інструментарію їх реалізації з огляду на сутнісні характеристики феномену деглобалізації. Звідси важливий загальний висновок щодо особливої уваги до сутності, особливостей та ролі тих феноменів й інститутів, що характерні сучасному етапу розвитку суспільства і визначають його подальший прогрес.

Важливе зіставлення економічної політики з кінцевими цілями, що безпосередньо спираються на фундаментальні, концептуальні осмислення й прикладні дослідження та висновки, в яких аналізуються причини і наслідки появи феноменів нової реальності і в глобальному, і національному економічному порядку, ігнорування яких здатне мати непередбачувані наслідки.

Базуючись на таких підходах, варто зазначити, що жодним чином не відкидаючи об'єктивної трансформації економічного та фінансового життя українського суспільства в інтегральну глобальну макросистему, важливе пришвидшення можливостей економічного прогресу, можливостей створення національного багатства із чітким розумінням сутнісних і прагматичних аспектів перспектив деглобалізації, що реально набуває у світі подальших запиту та динаміки, пришвидшених, зокрема й через воєнну агресію Росії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Report on G-20 trade measures. World Trade organization https://www.wto.org/english/news_e/news21_e/trdev_28oct21_e.htm
2. Федосов В.М., Юхименко П.І. Українська фінансова наука: генеза, еволюція. Ренесанс // Фінанси України, 2012. - № 3. - С. 3-30.
3. Walden Bello The virtues of deglobalisation. Foreign Policy in Focus (c), IPS <https://www.tni.org/es/node/11276>

УДК [336.71:338.12]

БОЯРКО Ірина

*доктор економічних наук, професор,
Міжнародний європейський університет, м. Київ, Україна*

ВОВЧАК Ольга

*доктор економічних наук, професор,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

ПОТРЕБА І ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕХОДУ ДО МЕЗОПРУДЕНЦІЙНОГО БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ І РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ВПЛИВУ ЗАГРОЗ І РИЗИКІВ ВОЄННОГО СТАНУ

Потреба переходу до мезопруденційного банківського нагляду і регулювання зумовлена суттєвою трансформацією підходів до розвитку банківського нагляду і регулювання в світі в умовах впливу загроз і ризиків воєнного стану, що супроводжується посиленням уваги до проблем забезпечення фінансової стабільності та сталого розвитку економіки, недостатньою ефективністю інших форм пруденційного нагляду і регулювання щодо подолання нових чинників фінансової турбулентності та виникнення фінансово-економічних криз.

Інтегрованим об'єктом мезопруденційного банківського нагляду і регулювання є бізнес-архітектура банківського сектору економіки [1, 2]. Вплив бізнес-архітектури банківського сектору на фінансову стабільність, економічне зростання і сталий розвиток є невід'ємним компонентом сучасно парадигми стратегічного управління як банківською діяльністю, так і соціально-економічним розвитком.

Враховуючи існуючий вплив зміни бізнес-архітектури банківського сектору на економічне зростання, банківський нагляд у сучасних умовах має бути орієнтований також й на запобігання виникненню ризиків погіршення процесів економічного розвитку в країні через формування несприятливої для зростання економіки і підтримки фінансової стабільності бізнес-архітектури банківського сектору. Ефективна реалізація державної фінансової політики потребує регулювання з боку центральних банків не лише діяльності окремих фінансово-кредитних установ, а й виявлення впливу вибору ними власної бізнес-моделі розвитку на формування бізнес-архітектури банківського сектору загалом, а також розширення

системи банківського нагляду в частині аналізу й оцінювання стану формування бізнес-архітектури банківського сектору на фінансову стабільність, економічне зростання та сталий розвиток в країні.

Все зумовлює актуальність і потребу удосконалення механізмів банківського нагляду та регулювання за формуванням і трансформацією бізнес-архітектури банківського сектору економіки, а також впровадження комплексу економічним нормативів банківської діяльності для мезопруденційного нагляду і регулювання, заснованих на оптимальних пропорціях трансформації бізнес-архітектури банківського сектору економіки України на середньо- та довгострокову перспективу для забезпечення фінансової стабільності, економічного зростання і сталого розвитку економіки країни.

Концептуальна ідея формування системи мезопруденційного нагляду і регулювання в банківському секторі економіки полягає у запровадженні економічних нормативів регулювання банківської діяльності, сформованих на основі моделювання впливу бізнес-архітектури на фінансову стабільність, економічне зростання і сталий розвиток.

При цьому основними положеннями, на яких базується концепція мезопруденційного нагляду і регулювання в банківському секторі економіки є такі:

1) вибір бізнес-моделі провадження господарської діяльності банківською установою на основі її ринкової спеціалізації визначає не лише стратегію і тактику розвитку банку, а й має розглядатися як його внесок у формування загальної бізнес-моделі розвитку банківського сектору загалом;

2) характеристики і потенціал розвитку банківського сектору формуються залежно від стану представлення певних бізнес-моделей банків в його структурі; цей стан з урахуванням взаємозв'язків, що опосередковують можливі трансформаційні переходи між стратегіями розвитку окремих банківських установ, створює унікальне економічне явище – бізнес-архітектуру банківського сектору економіки;

3) банківський нагляд і регулювання, метою яких є створення умов для забезпечення економічного зростання і фінансової стабільності, потребують зміну вектору розвитку з переходу від макро- та мікро- до мезопруденційний, який передбачає непряме коригування бізнес-поведінки окремих суб'єктів господарювання з метою стимулювання вибору ними таких бізнес-моделей провадження банківської діяльності, превалювання яких у бізнес-архітектурі банківського сектору забезпечує вищі темпи

економічного зростання і сприяє фінансовій стабільності, економічному зростанню та сталому економічному розвитку.

Вдала адаптація політики Національного банку України у сфері банківського нагляду та регулювання до нових реалій дозволить досягнути довготривалого мультиплікативного ефекту, що забезпечить сталий розвиток та конкурентоздатність нашої державі. Саме тому, враховуючи закріпленій в Конституції України стратегічний курс до повноцінного членства нашої держави в Європейському Союзі, міжнародні зобов'язання України, а також об'єктивні потреби у постійному вдосконаленні системи банківсько нагляду і регулювання, надзвичайно актуальним завданням вдосконалення політики Національного банку України щодо регулювання функціонування банківської сектору економіки є підходів до банківського регулювання і нагляду, оновлення інструментарію розвитку банківського нагляду і регулювання з урахуванням впливу бізнес-архітектури банківського сектору на економічне зростання та сталий розвиток економіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Kuznyetsova A., Boiarko I., Rudevskaya V., Maslov V. Development of business architecture of the banking sector based on public-private partnership. Banks and Bank Systems. 2022. Volume 17, Issue 2, pp. 150-162. [http://dx.doi.org/10.21511/bbs.17\(2\).2022.13](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.17(2).2022.13)
2. Вовчак О.Д., Хуторна М.Е. Типологізація бізнес-моделей банків та інших кредитних інституцій з позиції формування ефективної бізнес-архітектури банківського сектору. Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 23-24 вересня 2022 р.). Одеса, 2022. 596 с. С. 54-57.

УДК 338.242: 330.4: 656.7 (043.2)

БУГАЙКО Дмитро

*доктор економічних наук, професор кафедри логістики,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

СТРАТЕГІЧНІ СЦЕНАРІЇ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Світовий авіаційний транспорт та система авіаційної освіти та науки, як його складова, є системами відкритого типу, на які мають вплив велика кількість, як пов'язаних, так і не пов'язаних між собою чинників. На жаль повномасштабна воєнна агресія Російської Федерації проти України з першої хвилини нанесла руйнівний удар по діяльності авіаційного транспорту в цілому, та на діяльність закладів авіаційної освіти та науки України, зокрема.

З огляду на вищезазначене можливо визначити наступні загрози системі авіаційної освіти і науки України:

- нанесення повітряних та наземних ударів по будівлям, інфраструктурі та обладнанню системи авіаційної освіти і науки,
- загрози життю та здоров'ю науково-педагогічних кадрів,
- загрози навчальному процесу та науковій діяльності системи авіаційної освіти і науки.

Отже вищезазначені загрози призвели до збільшення вразливості авіаційної освіти і науки України, яка виражається у:

- вразливості будівель, інфраструктури та обладнання системи авіаційної освіти і науки в умовах безпосереднього ведення бойових дій.

- вимушеній евакуації провідних науково-педагогічних кадрів, докторантів, аспірантів, студентів з зони бойових дій.

Поєднання зазначених загроз та вразливості призводить до наступних *Наслідків для системи авіаційної освіти і науки України:*

- пошкодження різної міри тяжкості отримали будівлі, інфраструктура та обладнання системи авіаційної освіти і науки, яка станом на травень 2022 року, продовжує знаходитись під загрозою ударів з повітря та землі;
- зупинення чи переведення на дистанційну форму навчального процесу та наукової діяльності системи авіаційної освіти і науки України;
- суттєвого зниження фінансування авіаційної освіти і науки в умовах значного зниження ВВП.

Основним негативним результатом вищезазначеного стало *зниження рівня ефективності та безпеки діяльності системи авіаційної освіти і науки України*, яке полягає у:

- суттєвій руйнації будівель, інфраструктури та обладнання системи авіаційної освіти і науки України;
- зниження ефективності навчального процесу та наукового пошуку в умовах дистанційного спілкування;
- зниження рівня навчального та наукового процесу в умовах скорочення фінансування України.

Пропонуємо розглянути *оптимістичний, реалістичний та песимістичний стратегічні сценарії післявоєнного відновлення та сталого розвитку системи авіаційної освіти і науки України.*

Сценарій оптимістичний включає в себе:

- розроблення та імплементацію національної програми підготовки авіаційних кадрів та наукових досліджень у галузі авіації з метою післявоєнного відновлення та сталого розвитку авіаційного транспорту України;

**Секція 1. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ФІНАНСИ ТА
БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ
ВНАСЛІДОК ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ В УКРАЇНІ**

- припинення руйнації будівель, інфраструктури та обладнання системи авіаційної освіти і науки;
- комплексну відбудову системи авіаційної освіти і науки;
- відновлення повноцінного офф-лайн навчального та наукового процесу;
- поступовий вихід на рівень фінансування системи авіаційної освіти і науки на другий рік після війни.

Сценарій реалістичний включає в себе:

- розроблення та поступова імплементацію національної програми підготовки авіаційних кадрів та наукових досліджень у галузі авіації з метою післявоєнного відновлення та сталого розвитку авіаційного транспорту України;
- незначне подальше пошкодження будівель, інфраструктури та обладнання системи авіаційної освіти і науки у наслідок воєнних дій;
- покрокову відбудову системи авіаційної освіти і науки;
- часткове відновлення повноцінного офф-лайн навчального та наукового процесу;
- поступовий вихід на рівень фінансування системи авіаційної освіти і науки на третій рік після війни.

Сценарій песимістичний включає в себе:

- розроблення та відкладену імплементацію національної програми підготовки авіаційних кадрів та наукових досліджень у галузі авіації з метою післявоєнного відновлення та сталого розвитку авіаційного транспорту України;
- значне подальше руйнування та пошкодження будівель, інфраструктури та обладнання будівель системи авіаційної освіти і науки у наслідок воєнних дій;
- часткову відбудову системи авіаційної освіти і науки;
- неможливість відновлення повноцінного офф-лайн навчального та наукового процесу;
- поступовий вихід на рівень фінансування системи авіаційної освіти і науки на п'ятий рік після війни.

Різноманітним аспектам стратегічного управління безпекою світового авіаційного транспорту та системи авіаційної освіти та науки, як його складової, присвячена низка публікацій автора [1-5]. Відновлення та розвиток системи авіаційної освіти та науки у повоєнний період є запорукою відбудови та сталого розвитку національної економіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Харазішвілі Ю.М., Бугайко Д.О., Ляшенко В.І. Сталий розвиток авіаційного транспорту України: стратегічні сценарії та інституційний супровід: монографія / за ред. Ю.М. Харазішвілі; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2022. 276 с.
2. Dmytro Bugayko, Yuliya Ierkovska, Fariz Aliev, Mariia Bahrii. The Concept of National Integrated Risk Management of Aviation Transport of Ukraine. Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management. The electronic scientifically and practical journal v.10 (2021). ISSN 2708-3195 <https://smart-scm.org>. P.6 – 18.
3. Dmytro Bugayko, Yuliya Ierkovska. Institutional Measures of Air Transport Safety Strategic Management at the Level of State Regulation. Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management. The electronic scientifically and practical journal v.9 (2021). ISSN 2708 - 3195. <https://smart-scm.org>. P.6 – 19.
4. Bugayko D., Ierkovska Y., Aliyev F., Zamiar Z. Problems of training professional staff in logistics in a global competitive environment: Proceedings of the XIX International Scientific and Practical Conference. - National Aviation University. - Kyiv, 2022. P. 9 -12.
5. Шевченко О.Р., Бугайко Д.О., Попковський Т. Перспективи розвитку міжнародної авіаційної освіти на прикладі Національного авіаційного університету // Світові виміри освітніх тенденцій : збірник наукових праць / за заг. ред. Г. В. Межжеріної, О. Ю. Корчук. - Навчально-науковий інститут міжнародного співробітництва та освіти. Національний авіаційний університет. - Київ, 2022. - С. 90-94.

УДК 330.4: 656.7

БУЛГАКОВА Катерина,

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Державний торговельно-економічний університет,
м.Київ, Україна*

Науковий керівник:- **ВАВДІЙЧИК Ірина,**

*канд. екон. наук, доцент,
Державний торговельно-економічний університет,
м.Київ, Україна*

СТАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ВІЙНИ

Загострення військової ситуації Росії з Україною почалося в 2014 році. Однак досягло свого піку наприкінці зими 2022 року. Масштабне вторгнення країни-агресора на території України відбулося 24 лютого. Майже одразу військам Росії вдалося захопити Херсонську та частину Запорізької областей. Вони продовжили свій рух на сході, де загарбали ще декілька важливих великих населених пунктів. Щодня країна потерпає від масштабних ракетних ударів, ударів артилерії та інших видів озброєння. Аби не втратити значну кількість цінних територій, Україні доводиться діяти рішуче та без зволікань. Саме це спровокувало різку потребу у покращенні стратегічного менеджменту, який сприяє просуванню наших військ вперед та підтримці морального стану усього населення.

Ведення війни неможливо без стратегічного планування. Це - невід'ємна та визначна складова інструментарію рішення різнопланових проблем під час війни. Стратегія впливає на розвиток подій, час виконання завдань, керування процесами та кінцевий результат. Тільки продуманий стратегічний менеджмент може привести країну до перемоги.

Термін «стратегія» грецького походження. Історично він склався та набув визначеного змісту в військовій лексиці, де означав «мистецтво розгортання військ у бою» [1]. Стратегічний менеджмент визначає цілепокладання, загальний план та систематичне впровадження заходів протидії супротивникові з урахуванням постійної зміни бойового простору. Аби не зазнати поразки на полі, головнокомандуючі будують стратегію, яку можна назвати теоретичним фундаментом ведення війни. Теоретична підготовка наступних дій допомагає запобігти розгубленості військових, неготовність завдати удару у відповідь та невміння тримати опору.

Стратегія – це зобов'язання діяти певним чином: таким, а не іншим [2]. З цього випливає, що стратегію можна вважати методом розподілу ресурсів між поточними і майбутніми видами діяльності, спрямованого на досягнення мети. Стратегічний менеджмент вивчає характер воєнних конфліктів та шляхи їх упередження. Основні принципи підтримання постійної готовності військ та сил до захоплення або нанесення чергового удару визначаються саме головнокомандувачами, які повинні бути фахівцями з такого виду менеджменту. Зосередження зусиль у вирішальний момент слугує ключовим фактором розвитку війни, саме тому командири повинні добре розумітися на прийнятті курсу дій і розподілу ресурсу.

На жаль, іноді важливість стратегії недооцінюють, вважаючи, що діяти потрібно по мірі розгортання подій. Однак, ця думка є помилковою, адже саме стратегія є рушійною силою при реалізації воєнних операцій. Стратегія допомагає передбачити задуми противника та підібрати вірні ключі їх розв'язання на користь нам. Над створенням плану дій працюють колективно, адже це є напружена довготривала робота. Більш того, одна особа не здатна врахувати усі моменти та аспекти поведінки агресора, тому вибудовувати інструкцію до дій потрібно осмислено та перспективно. Під час підготовки стратегії головнокомандуючі повинні виховувати новий тип мислення, аби не бути передбачуваними й не втілити очікувань противника.

Стратегія – це загальний, усебічний план досягнення цілей. Україна наразі має міцну стратегію, аби досягти перемоги з найменшими втратами наших солдат. Стратегія ЗСУ в війні проти країни-агресора полягає у комбінації постійних ударів по пунктах постачання та мобільних атак. Нюанси військової стратегії України передбачають відмову від лобових зіткнень, де противник має перевагу в артилерії. Водночас українські сили постійно б'ють по вогневій могутності Росії, руйнуючи центри постачання, й водночас проводять мобільні атаки, аби досягти мети з мінімальними втратами. «Ми досягаємо цього, завдаючи ударів по вогневій потужності противника, його артилерії, уникаючи лобових атак на користь рейдів та маневрів, атакуючи з флангів та з тилу. Ми створюємо умови, за яких ми можемо змусити ворога нервувати, зазнавати втрат і залишити свої позиції» [3].

Останніми тижнями Україна змінила свою стратегію за допомогою нової зброї і досягла успіху, принаймні на даний момент, в уповільненні просування Росії. Завдаючи ударів у глибокому тилу ворога, українці виснажують бойовий потенціал Росії, сповільнюючи її просування на сході та створюючи нові вразливі місця на півдні [4].

Сьогодні вже можна побачити, що ця стратегія має певні результати. На даний момент українським солдатам вдалося зупинити стрімке просування російських військ. Завдяки надходженням озброєння останнім часом українські війська активно повертають території в різних напрямках. Щодня вдається запобігати активним втратам на полі бою. Однією з останніх великих досягнутих цілей можна назвати повернення Херсону. Ця подія є визначною, адже ця територія знаходила під окупацією майже рік. Такі здобутки на полі бою допомагають вибудувати більшу впевненість, виховати нескореність у людей та підтримати тих, хто потерпав від дій загарбників понад дев'ять місяців. Це вже маленька перемога для кожного українця, яка стимулює й підкріплює віру в ЗСУ.

Отже, стратегія – це план, який спрямований на визначення функціонування та розвитку бойових дій. Побудова продуманої стратегії є запорукою перспективної перемоги у війні. Оволодіння систематикою стратегічного мислення допомагає дійти до далекосяжних цілей, активно давати опір і відвойовувати території назад. Саме дякуючи головнокомандуючим та їхнім знанням, ЗСУ активно рухаються вперед, щодня демонструють неперевершені результати, допомагають не занепадати духом населенню. Сподіваємося, що вже незабаром українські прапори замайорять у всіх українських містах без виключення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Сумець О.М. «Стратегічний менеджмент». URL: http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/10134/Stratehichnyi%20menedzhment_Sumets_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. Могильна Л.М. Вдосконалення стратегічного управління сільськогосподарським підприємством. URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/64.pdf
3. Унікаємо лобових атак: у ЗСУ розкрили нюанси військової стратегії України. Слово і діло. Аналітичний портал. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/24/novyna/bezpeka/unukayemo-lobovux-atak-zsu-rozkryly-nyuansy-vijskovoyi-stratehiyi-ukrayiny>
4. Україна з новою зброєю змінює свою військову стратегію – NYT» Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/08/14/7363160/>

УДК 338.45;338:504

ГАМОВ Михайло,
*здобувач 2-го курсу освітнього рівня «магістр»,
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна*
Науковий керівник: **РЕЗНІКОВА Наталія,**
*д-р. екон. наук., професор,
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗМІСТОВНОГО НАПОВНЕННЯ БІЗНЕС- МОДЕЛЕЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КРИЗИ

Дискусії навколо пошуку оптимальної бізнес-моделі в умовах невизначеності точаться навколо двох підходів. Перший, більш класичний, базується на критеріях чіткої логіки прийняття рішень або архітектури створення, доставки і концентрації вартості, яку фірми використовують для ведення бізнесу. Такий спосіб мислення про бізнес-моделі доречний, коли мова йде про такі компанії, як Ryanair, Ікеа, Apple, Hilti, Bosch або Caterpillar, які винайшли цінність для своїх клієнтів, створюючи принципово нові ціннісні пропозиції та активно розвиваючи свій бізнес. Другий підхід — це розуміння бізнес-моделі як «відомого способу ведення справ», концепція, аналогічна до теорії бізнесу Пітера Друкера або поняття домінуючої логіки. «Відомий спосіб ведення справ» відноситься до загального знання компанії, до того що компанія знає, з чим вона

знайома і що розуміє. Наприклад, відомі клієнти, відомі канали продажів, відома маркетингова модель, відомий спосіб ціноутворення, відомі потреби клієнтів чи відомі способи їх забезпечення. Відтак бізнес-модель як «архітектура створення, надання та концентрації цінності» та «відомий спосіб ведення справ», є можливими проявами та навіть інтерпретаціями ідеї бізнес-моделі в часи невизначеності. Але це різні інтерпретації, які мають на увазі дуже важливу відмінність, яка, на нашу думку, є детермінуючою для розуміння інноваційної бізнес-моделі під час кризи. Часто, коли менеджери заявляють, що «інновація бізнес-моделі є пріоритетом» або, що аналогічно, вони очікують, що їхня бізнес-модель зміниться, що вони можуть робити в умовах значної невизначеності, вони неявно посилаються на другий підхід, який передбачає можливість передбачити способи корекції «відомого способу ведення справ» згідно нових умов господарювання.

Інноваційні бізнес-моделі можуть стати джерелом прориву і засобом нових пропозицій, які трансформують існуючу або пропонують нову цінність клієнтам, відтак вони можуть перевизначити цілі галузі, і навіть допомогти розкрити здатність організацій робити свій внесок у створення цінності, що відповідає концепту сталості. Всі ці міркування викликали інтерес до бізнес-моделей та тенденцію розглядати бізнес-моделі як важливий засіб зростання, інновацій та конкурентної переваги. Відтак твердження про те, що «інновація бізнес-моделі є пріоритетом» означає, що відомий спосіб ведення справ, ймовірно, перестане діяти у майбутньому, але ми не знаємо, як і коли. З управлінської точки зору це поверховий прояв сприйняття складної та, можливо, навіть неприємної ситуації. Це стосується ситуації, в якій керівництво «відчуває» або усвідомлює, що, здебільшого через зовнішні зміни, відомий спосіб ведення справ скоро перестане бути достатнім, але водночас час і напрямок змін вкрай невизначені.

У спробі охарактеризувати різні прояви невизначеності глобальної економічної кон'юнктури, експерти вдаються до використання термінів «швидкість змін» або «турбулентність та волатильність», що зазвичай використовуються для позначення умов, в яких ринкові можливості постійно змінюються. Поняття «складності ведення бізнесу» передбачає, що сукупність екстерналій у зовнішньому середовищі, з якими необхідно мати справу одночасно, підвищує запит на ризик-менеджмент діяльності. Інший термін, який використовувався для позначення глобальної невизначеності, це термін «тектонічні зміни», що означає великі, можливо, несподівані події, що викликають великі зміни та

умови невизначеності у зовнішньому середовищі організації. Незалежно від цих відмінностей, підкреслюється, що те, що добре працює в одному контексті, в іншому може виявитись нерезультативним.

Про хаотичний контекст глобальної економічної кон'юнктури [1, с.124] здебільшого мислять в термінах невизначеності. У свою чергу, на практиці невизначеність можна розглядати як стан, при якому є багато припущень, але дуже мало фактів. За наявності невизначеності, тобто у ситуації, коли мало що відомо про речі, які невідомі, обрати непрацюючу бізнес-модель означає нездатність реалізувати бажаний результат. Виходячи з того, що недоступні факти й непрогнозовані зміни не можуть бути достовірними, як це продемонструвала пандемія Covid-19, трансформація бізнес-моделей характеризується значною невизначеністю, а відтак керівництво має розглянути можливість організації впровадження інноваційних ініціатив та процедур, щоб: зробити припущення явними (наприклад, про майбутній стан, поведінку клієнтів тощо); перевірити припущення, тобто проводити форсайт-аналізи, щоб зрозуміти, чи правильні припущення, і вчитися у процесі корегувати складові бізнес-моделей. Це означає можливість постійно, швидко і ресурсно експериментувати, щоб цілеспрямовано вчитися, виявляти нові припущення та непередбачувані обставини, які були невідомі насамперед, і безперервно повторювати дії, щоб успішно справлятися з невизначеністю, можливо навіть перетворюючи її на можливість для інновацій [2].

Ідея невизначеності та ідея співвідношення між припущеннями і невідомим та знаннями й фактами, можливо, корисні, але вони мають одне принципове методологічне обмеження, адже, концентруючись на зовнішніх контекстах або екстерналіях, вони, по суті, мало концентруються на організації, що впроваджує бізнес-модель, як таку. Організаційна криза — це малоймовірна ситуація із потужними наслідками, яка сприймається ключовими зацікавленими сторонами як загроза життєздатності організації та суб'єктивно сприймається цими стейкхолдерами як особиста та соціальна загроза. Неясність причин, наслідків та засобів вирішення організаційної кризи призведе до руйнування загальноприйнятих переконань та цінностей та основних припущень щодо діяльності організації. Такий підхід передбачає, що: криза стосується всіх зацікавлених сторін (як наслідок, важливий діалог із стейкхолдерами); криза суб'єктивно

переживається всіма учасниками створення цінності та її використання (споживачами) [3]; трансформація бізнес-моделі супроводжуватиметься радикальною зміною мотивів діяльності організації (зокрема, тих, що описуються критеріями ESG-інвестування). Таке визначення дає основу для визнання характеру впливу кризи на соціально-поведінкові аспекти організації, акцентування уваги на людському вимірі (на відміну від ринкового чи ділового) та непрямого акценту на важливості лідерства, діалогу та взаємодії із зацікавленими сторонами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Резнікова Н. В. Економічна кон'юнктура розвинених країн: навч. посіб. у 2-х ч. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. Ч.1. 422 с.
2. Резнікова Н.В., Рубцова М.Ю., Іващенко О.А. Особливості міжнародної маркетингової стратегії високотехнологічних компаній в умовах глобального інноваційного суперництва. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2019/17.pdf
3. Відякіна М.М., Резнікова Н. В. Детермінанти кризових потрясінь: макроекономічні виміри. *Вісник Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2013. Вип. 33 (Ч. II). С. 96-101.

УДК 005.934.5:658.818]:355.01

ГЕРАСИМЕНКО Валерія,

здобувач освітнього ступеня «бакалавр»

Державний торговельно-економічний університет,

м. Київ, Україна

*Науковий керівник: **МИКИТЕНКО Неля,***

канд. екон. наук, доцент,

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Воєнні умови суттєво вплинули не тільки на всіх українців, але й на всі сфери їх життєдіяльності.

Насамперед, воєнна агресія Російської Федерації проти України вплинула на сферу обслуговування споживачів. Раніше суб'єкт господарювання керувався Постановою Кабінету міністрів України № 833 від 15 червня 2006 р. «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» та був зобов'язаний забезпечити:

- відповідність приміщення необхідним санітарним нормам;

- наявність куточка споживача на доступному місці та розміщення ліцензії (торговельного патенту);
- продаж та обмін товарів відповідно до норм;
- одержання споживачами потрібної, правдивої та актуальної інформації щодо послуг та товарів;
- проведення перевірок безпеки, цін, якості, міри, комплектності та ваги товарів за заявами споживачів;
- власних співробітників медичними книжками встановленого зразка;
- дотримання принципу товарного сусідства, санітарних норм, норм складування і вимог протипожежної безпеки [1].

На сьогодні основним законом, яким можуть встановлюватись обмеження щодо діяльності суб'єктів господарювання у сфері обслуговування споживачів, є Закон України «Про правовий режим воєнного стану» [2].

Крім того, окремі особливості здійснення діяльності із надання послуг, продажу товарів, визначені наступними постановами Кабінету Міністрів України: «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану» від 18 березня 2022 р. №314 [3] та «Деякі питання реалізації прав, свобод і законних інтересів фізичних та юридичних осіб» від 28 лютого 2022 р. №165 [4].

Нині ж однією із обов'язкових умов діяльності сфери товарів та послуг є вимога стосовно використання державної мови, що регламентовано Законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [5]. Відповідно до ст. 30 даного Закону, суб'єкти господарювання, що обслуговують споживачів, повинні проводити обслуговування і представляти інформацію щодо товарів та послуг, також за допомогою інтернет-магазинів або каталогів, державною мовою [5]. Втім по факту далеко не всі підприємства дотримуються зазначеного правила.

Надважливим на сьогодні є забезпечення підприємствами безпеки обслуговування споживачів.

Зокрема, наказами ряду військових частин та військових адміністрацій в Україні було заборонено підприємствам обслуговувати населення під час повітряної тривоги, а відповідним споживачам перебувати у торгових приміщеннях у такому випадку. Проблемою є те, що за порушення вказаних вимог не встановлено жодної відповідальності.

Крім того, абсолютно кожен суб'єкт господарювання зобов'язаний дотримуватись вимог законодавства із охорони праці та цивільного захисту у будь-яких приміщеннях.

Разом з тим, в період воєнного стану в Україні здійснюється суворий ціновий контроль щодо цін на товари першої необхідності, наприклад, на крупи, м'ясо, лікарські засоби, паливо тощо. 18 березня 2022 року було створено Бюро економічної безпеки України, яким здійснюються необхідні заходи у сфері необґрунтованого підвищення цін на споживчі товари та послуги. До завдань цього органу входять:

- оформлення аналітичних висновків та надання рекомендацій державним органам задля підвищення результативності прийняття ними відповідних управлінських рішень стосовно регулювання відносин у галузі економіки;

- знаходження ризикових економічних зон;

- збір та аналіз відомостей щодо економічних правопорушень;

- гарантування економічної безпеки країни за допомогою виявлення, запобігання, розслідування, припинення кримінальних правопорушень, що впливають на функціонування державної економіки;

- планування заходів з протидії згаданим вище кримінальним правопорушенням;

- оцінювання загроз та ризиків економічній безпеці держави, пошук способів їх мінімізації та ліквідації [3].

Загалом від початку війни українська економіка втратила близько 30-50% виробничих потужностей, які були розташовані на тимчасово окупованих територіях. Попри це, існує високий відсоток компаній, які на сьогодні вже відновили свою діяльність, зокрема, в наступних сферах:

- 1) 18% – нерухомість та будівництво;

- 2) 17% – виробництво;

- 3) 13% – ритейл/e-commerce;

- 4) 11% – обслуговування;

- 5) 1% – IT/Software [6].

Таким чином, незважаючи на нові реалії у воєнних умовах, українські підприємства та підприємці зберегли досить високий рівень якості обслуговування споживачів. Разом з тим, нормативно-правове забезпечення та передбачені практичні заходи щодо діяльності відповідних суб'єктів господарювання потребують щоденного оновлення з огляду на існуючі та перспективні реалії функціонування..

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про затвердження порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування споживачів на ринку споживчих товарів» від 15.06.2006 р. № 833 : Постанова Кабінету міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення 11.11.2022р.).
2. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 р. № 389-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#n189> (дата звернення 12.11.2022р.).
3. Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану: постанова Кабінету Міністрів України від 18.03.2022 р. №314. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/314-2022-%D0%BF#Text/> (дата звернення 12.11.2022р.).
4. Деякі питання реалізації прав, свобод і законних інтересів фізичних та юридичних осіб: постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2022 р. №165. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/165-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення 13.11.2022р.).
5. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» від 07.05.2022 №2229-IX // Верховна Рада України завдання. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення 13.11.2022р.).
6. Дослідження стану українських індустрій під час війни: наявні проблеми, стратегічні фокуси, завдання. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/doslidzhennya-stanu-ukrayinskyh-industrij-pid-chas-vijny-nayavni-problemy-strategichni-fokusy-zavdannya/> (дата звернення 13.11.2022р.).

УДК 336.14:352

ГНИЛЮК Вікторія,

здобувачка 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна
Науковий керівник: **НЕІЗВЕСТНА Олена,**

канд. екон. наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ УЧАСНИКІВ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Негативний вплив воєнних дій на території України та неможливість наразі визначити наслідки російської агресії унеможливають розроблення реалістичних прогнозів економічного і соціального розвитку країни та, як наслідок, бюджетних показників на середньостроковий період. В умовах воєнного стану надзвичайно важливим є забезпечення

оперативного, належного та безперервного виконання місцевих бюджетів. Отже, актуальним стає внесення певних змін в організацію роботи учасників бюджетного процесу на місцевому рівні під час воєнного стану.

Особливості організації бюджетного процесу в Україні досліджували вчені С. І. Юрій, В. Г. Дем'янишин, О.П. Кириленко, А.І. Крисоватий, Л.В. Лисяк та ін. Водночас питання бюджетного процесу на місцевому рівні потребує поглибленого дослідження, особливо в умовах воєнного стану.

Бюджетний процес – регламентований бюджетним законодавством процес складання, розгляду, затвердження, виконання бюджетів, звітування про їх виконання, а також контролю за дотриманням бюджетного законодавства. Учасниками бюджетного процесу є органи, установи та посадові особи, наділені бюджетними повноваженнями – правами та обов'язками з управління бюджетними коштами.

Бюджетний процес на місцевому рівні, а саме забезпечення функціонування його основних стадій, складання, розгляду, затвердження, виконання місцевих бюджетів, звітність про їх виконання, регламентоване статтями 75-80 Бюджетного кодексу України [1]. Однак після повномасштабного вторгнення росії в Україну, виникла необхідність ввести певні зміни щодо організації бюджетного процесу в умовах воєнного стану. Кабінет Міністрів України постановою «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 11.03.2022 р. № 252» [2-3] визначив особливості формування та виконання місцевих бюджетів у період воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24.02.2022 р. № 641 [4].

Внесені зміни спрощують організацію бюджетного процесу на територіях, які після 24 лютого 2022 року є тимчасово непідконтрольними українській владі, тимчасово окупованими або на яких ведуться бойові дії, а також удосконалюють організацію роботи учасників бюджетного процесу на місцевому рівні у період дії воєнного стану.

Зокрема зазначеною постановою Уряду передбачено доповнення щодо особливостей виконання місцевих бюджетів у період дії воєнного стану, які було затверджено постановою Кабінету Міністрів від 11 березня 2022 року № 252, відповідно до яких [5]:

- визначено спрощені умови виконання бюджетних повноважень військовими адміністраціями населених пунктів, обласними, районними та Київською міською військовою адміністраціями;

▪ надано право начальникам військових адміністрацій населених пунктів у період дії воєнного стану на територіях, які після 24 лютого 2022 року є тимчасово непідконтрольними українській владі, тимчасово окупованими або на яких ведуться бойові дії, здійснювати повноваження місцевих фінансових органів, у разі неможливості їх функціонування;

▪ врегульовано питання погодження проектів рішень про передачу коштів у вигляді міжбюджетного трансферту.

Відповідно до вимог Бюджетного кодексу України місцеві фінансові органи забезпечують складення проектів місцевих бюджетів, які затверджуються рішеннями виконавчих комітетів відповідних місцевих рад чи розпорядженнями місцевих державних адміністрацій, військово-цивільних адміністрацій або військових адміністрацій.

Державна казначейська служба України забезпечує розрахунково-касове обслуговування місцевих бюджетів та складення звітності про виконання місцевих бюджетів із застосуванням електронних носіїв під час обміну [6].

Таким чином, місцеві фінансові органи та головні розпорядники коштів стикаються з важкими викликами, пов'язаними з війною. Кожне рішення, кожна вказівка – мають бути особливо зваженими та чітко підкріпленими нормами законодавства, що інтенсивно змінюється.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2010. № 50-51. ст. 572.
2. Деякі питання формування та виконання місцевих бюджетів у період воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.03.2022 р. № 252. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/252-2022-%D0%BF#Text>.
3. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 11.03.2022 р. № 252: Постанова Кабінету Міністрів України від 04.11.2022 р. №1239. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1239-2022-%D0%BF#Text>.
4. Про введення воєнного стану: Указ Президента України від 24.02.2022 р. №64/2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text>.
5. Децентралізація дає можливості: Офіційний сайт. URL: <https://decentralization.gov.ua/en/news/15718>.
6. Про затвердження Порядку виконання повноважень Державною казначейською службою в особливому режимі в умовах воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 09.06.2021 р. № 590. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/590-2021-%D0%BF#Text>.

УДК 338.24

ГУСАК Вікторія,

аспірантка,

Одеський національний морський університет, м. Одеса, Україна

НАСЛІДКИ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА НАПРЯМКИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Воєнно-політична ситуація на Україні несе значні виклики, загрози і проблеми для розвитку держави як у короткотерміновому, так і у довготерміновому періоді.

Ключовими факторами, які перешкоджають процес забезпечення стійкості економіки та збереження економічного потенціалу держави в умовах воєнного стану є:

- порушення внутрішньодержавних економічних зв'язків;
- збій логістичних процесів постачання та збуту;
- ослаблення трудового потенціалу через вплив людей із країни;
- складність організації майданчиків для розташування підприємств;
- переміщення значної кількості працівників, що ускладнене проблемою забезпечення їх базовими соціальними послугами;
- ускладнена логістика та перевезення промислового обладнання у місця релокації.

Для вирішення цих складностей ведення бізнесу в Україні необхідне формування ефективної та послідовної стратегії управління у всіх пріоритетних сферах суспільної життєдіяльності, яка дозволить запустити механізми збереження економічного потенціалу та відновлення економіки держави в умовах воєнного стану. Пріоритетними кроками для усунення можливих загроз зниження ділової активності повинні стати:

– сприяння релокації бізнесу на безпечні від активних бойових дій території, запуск нового бізнесу на таких територіях. Це дозволить створити нові робочі місця, сприятиме збереженню населення від від'їзду за кордон.

- сприяння у просуванні вітчизняної продукції на ринку;
- актуалізація державно-приватного партнерства в контексті створення нової та реконструкції пошкодженої інфраструктури. Інструментом до активізації інвестування у межах державно-приватного партнерства може стати введення податкових преференцій.

- державна фінансова підтримка національних підприємств (а саме - розширення програми безвідсоткового кредитування бізнесу на період воєнного стану);
- прискорення процесу підключення підприємств до інженерних мереж;
- впровадження механізму приєднання релокованих підприємств до правового режиму наявних індустриальних парків, які знаходяться на території визначених більш безпечних регіонів.

Крім того, національна економіка є експортоорієнтованою – понад третина ВВП України формується за рахунок надходжень від експортних операцій. Відтак експортний потенціал без перебільшення є одним із гарантів економічної безпеки нашої країни [1, с. 29].

У структурі українського експорту традиційно найбільшу частку займали такі види сировинні як чорні метали, зернові культури, руда, жири та олії.

Скорочення експорту металів обумовлене двома причинами, першою з яких є падіння виробництва. Цьому сприяло руйнування «ММК Ілліча» та «Азовсталь», а також Авдіївський коксохімічний завод, який доповнює дані заводи у виробничому ланцюгу. Крім того, слід відзначити значне зниження потужності підприємств з видобутку залізної руди.

Другою причиною скорочення українського експорту є кардинальне порушення логістики, передусім морської (блокаду морських портів).

Унаслідок блокування портів найбільше постраждав аграрний експорт, а також спостерігається суттєве скорочення експортного потенціалу олійно-жирового сегмента АПК, який також реалізовувався через морські шляхи. У зв'язку з цим визначились такі основні проблеми, як необхідність вивозу зерна та олійних минулого року, а також питання зі зберіганням нового урожаю.

Також скорочення експорту зернових вантажів поставив більш широке питання глобальної продовольчої безпеки у світі [2]. Крім того, українське зерно стає все більш важливим для запобігання голоду в країнах, що розвиваються.

Задля подальшого забезпечення глобальної продовольчої безпеки була створена Угода про відновлення експорту зерна з України.

Загалом у нинішній ситуації необхідно закласти основу для широкомасштабної програми імпортозаміщення, на початковому етапі сфокусовану на тих переробних виробництвах, для розвитку

яких Україна володіє достатнім сировинним потенціалом. Ідеться про агропереробку і виробництво готових металевих виробів. Надалі необхідно налагоджувати виробництво продукції з високою доданою вартістю, що, своєю чергою, дозволить змінити товарну структуру українського експорту в напрямку збільшення у ній частки готової продукції переробних виробництв і машинобудування (в ідеалі – середньо- та високотехнологічних секторів).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Економіка регіонів України в умовах війни: ризики та напрямки забезпечення стійкості : науково-аналітичне видання / наук. ред. Сторонянська І. З. Львів, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». 2022. 70 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»)
2. Зернова угода: подовжити не можна припинити. URL: <https://elevatorist.com/spetsproekt/180-zernova-ugoda-podovjiti-ne-mojna-pripiniti> (дата звернення: 15.11.2022).

УДК 330.55

ДАЦЕНКО АНДРІЙ,

*здобувач освітнього ступеня «молодший бакалавр»,
Вінницький торгово економічний університет, м. Вінниця, Україна*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙНИ

Фінансовий сектор України тривалий час виступає як рушієм економічного зростання й фінансового розвитку, так і джерелом фінансово-економічних криз. Протягом останніх декількох місяців фінансовий ринок України динамічно деградує. Сукупні активи фінансових посередників зменшилось за останні пару місяців у 5 разів ,а обсяги торгів на організованому фондовому ринку – більше ніж вдвічі. Проте загальний рівень розвитку фінансового ринку залишається досить високим. Найрозвинутішою складовою ринку залишаються комерційні банки при тому, що інші інститути та ринки дуже сильно відстають у своєму розвитку.

Добре розвинені банківські установи, пенсійні фонди, страхові компанії та інші сегменти фінансового ринку є гарантією стабільного розвитку економічної системи в країні. Для України становлення та подальший розвиток фінансового ринку є передумовою появи потужного джерела інвестицій, що будуть спрямовуватися в сектори економіки держави, шляхом акумуляції вільних грошових коштів.

Функціонування фінансового ринку неможливе без роботи фінансової системи, що забезпечує його нормальне існування і розвиток. Такий стан розвитку ринку фінансових послуг в Україні неповною мірою відповідає загальносвітовим тенденціям, що призводить до його суттєвого відставання, неконкурентоспроможності, ізольованості та неготовності увійти у глобальну фінансову систему.

На фінансовому ринку існує багато проблем, пов'язаних з недостатньою ефективністю діяльності фінансового сектора країни, низьким рівнем економічної грамотності та поінформованості споживачів фінансових послуг.

В Україні модель регулювання фінансового ринку поєднує як державне регулювання, так і саморегулювання всередині різних сегментів ринку. Якщо саморегулювання сприяє розвитку ринкових відносин, то державне регулювання – захисту прав власників. У країнах з перехідною економікою модель державного регулювання має бути досить жорсткою, оскільки в умовах транзитивної економіки набагато більше спроб порушити закон.

Проаналізувавши дослідження українських вчених можна виділити такі основні проблеми функціонування ринку фінансових послуг під час військових умов. Серед них:

- –відсутність належних правових засад для повноцінного розвитку ринку фінансових послуг;
- –розбіжності в законах, які регулюють діяльність як самого фінансового ринку, так і окремих фінансових установ;
- –недостатнє державне регулювання та нагляд за діяльністю банківських і небанківських фінансових посередників, здатних забезпечити цивілізованість, відкритість і доступність ринку фінансових послуг;
- –невідповідність законодавчого регулювання окремих видів фінансових послуг європейським нормам;
- –нерозвиненість інфраструктури ринку фінансових послуг, зокрема – депозитарної системи;
- –недостатність капіталу та низький рівень професійної підготовки працівників значної частини небанківських фінансових установ;
- –відсутність якісної системи обліку, звітності, розкриття інформації щодо діяльності фінансових установ в Україні;
- –наявність факторів великих “ризиків” для інвесторів, позичальників і інших користувачів фінансових послуг;

▪ –значний ступінь недовіри з боку пересічних громадян до частини небанківських фінансових установ зокрема, довірчих товариств, інвестиційних та пенсійних фондів.

Для вирішення цих проблем і формування досконалого фінансового ринку, який згодом стане повноцінним учасником світової фінансової системи потрібно:

1. Удосконалити правову базу для усунення асиметричного розвитку серед представників фінансового посередництва з посиленням конкуренції, поміж яких створюватимуться передумови для подальшого розвитку ринку фінансових послуг.

2. Сприяти регіональній збалансованості ринку фінансових послуг.

3. Затвердити чітку концепцію інтеграції України у світовий економічний простір.

4. Посилити чинники стабілізації фінансової системи через усунення наслідків фінансово – економічної кризи в Україні, яка спричинила роздробленість посередників на ринку фінансових послуг і потребує, як наслідок, укрупнення капіталів фінансових інститутів.

Крім того, з огляду на об'єктивні тенденції сучасного фінансового ринку, необхідне формування адекватної фінансової політики на макрорівні. Державна фінансова політика повинна бути спрямована на вдосконалення ринкового ціноутворення та ефективності ринкової інфраструктури.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Дробязко С.І. «Сучасний стан та тенденції розвитку ринків фінансових послуг в Україні»: *Інвестиції: практика та досвід : наук.-практ. журн.* 2016. Випуск 14. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/14_2016/6.pdf.

2. Фандеєва Н.В. «Основні проблеми розвитку ринку фінансових послуг України»:

URL:http://www.rusnauka.com/19_NNM_2007/Economics/22976.doc.htm

3. Кучерепа Н. «Проблеми та перспективи розвитку ринку фінансових послуг в Україні», 2016: URL: <http://libfor.com/index.php?newsid=2738>

4. Лютий І., Дрозд Н. Вплив держави на ринок фінансового капіталу України. *Фінанси України.* 2010. №8. С. 63–72.

5. Голуб С.М. «Тенденції та особливості розвитку фінансових ринків світу та України»: *Наукові праці НДФІ.* 2016. № 1 (74). URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_F

[ILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npndfi_2016_1_10.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_F)

6. Урсова З. П., Ярмош В. В. Проблеми та перспективи розвитку ринку фінансових послуг в Україні URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/visnyk/2014/02/29.pdf>

7. Пшик Б. І. Глобальні та національні проблеми в економіці. *Ринок фінансових послуг*. 2017. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/16-2017/195.pdf>

8. Бучма І.І. Напрями вдосконалення системи державного регулювання ринку фінансових послуг. URL: <http://libfor.com/index.php?newsid=2918>

9. Аналітичний огляд ринку небанківських фінансових послуг України за 9 місяців 2018 року. URL: http://rurik.com.ua/documents/research/non_banks_3_2018.pdf

UDC 336

DMYTRENKO Yana,

second-year Bachelor's student,

State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

Scientific supervisor: **VAVDIYCHUK Iryna,** *PhD in Economics, docent,*

State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

FINANCIAL REPORTING OF ENTERPRISES DURING MARITAL LAW IN UKRAINE

Financial reporting is a key element in the operations of any company as it provides important information that shows financial performance over time. Because of the fluctuation of the economic sphere of Ukraine, new obstacles to the functioning of enterprises appear such as unjustified risks, unforeseen costs, losses of enterprises and others. Now when preparing financial statements and conducting general financial analysis, Ukrainian companies need to evaluate the impact of war on their activity. This article aims to study what transformations we have in the financial reporting system during martial law time [4].

On the 24th of February state of Ukraine announced martial law for 30 days which continues till this time. Martial law for the economy of the state and the enterprise in accounting is interpreted as activity during extraordinary events. It has a direct and noteworthy impact on the accounting system and financial reporting in terms of displaying the results of operations and financial conditions. Submission and publication of financial statements under current conditions differ from the non-force-majeure ones [1, p. 94].

Undoubtedly, the economic consequences of war affect the accounting and reporting of companies. The state realized that the negative factors of the war changed a lot of things in business activity and for it they developed norms adapted to current realities. At the beginning of the March of the 2022 year, the council of the chamber of auditors of Ukraine published information on how Russian aggression

impacted the financial reporting system and auditing of our state. It consists of the outcomes of the war on financial reporting, new timelines for submission and publication of the reports and other spheres. Accordingly to this letter, enterprises are required to prepare financial statements based on accounting data, which in turn are based on the principles defined by the applicable conceptual framework. The result of reports now depends on such factors as dependence on the Russian or Belarusian markets; availability of subsidiaries or assets in Russia, Belarus or a war area; connection with persons under sanctions and others. These factors must be reviewed regularly in the activity of the organization as the further development, duration and impact of war cannot be foreseen [2, p.100].

Also, all enterprises must reveal information about the potential impact on the next reporting period in the notes to the financial statements. In addition to the impact on the continuity of operations, businesses must constantly review all areas of financial accounting that are affected by the uncertainty of decisions. The given factors and circumstances will affect the indicator's financial statements, which must be formed according to the methodology of global and nationwide standards.

If possible it will be good for the company to carry out a sensitivity analysis of several possible scenarios of actions based on their strategy. Also, it is useful to determine whether there is a material uncertainty about the company's ability to continue on a going concern basis. This may require additional disclosure in the financial statements. Moreover, in some circumstances, it may be necessary to consider the feasibility of reporting based on the principle of continuity of activity. For this, all available information about the impact of events on the future activity should be analyzed for at least 12 months from the reporting date or the date of signature financial reporting. As a result, there may be an objective need to provide additional disclosures in the financial statements. Importantly that this assessment should be continuously updated until the date of acceptance of the financial statements.

There are some changes in the publication of these reports during the martial law time as well. For example, now it's required within three months after the termination or abolishment of martial law or the state of war for the entire period of non-submission of reports or obligation to submit documents. Moreover, during the period of military law as well as within three months after its termination, administrative and/or criminal liability for non-submission or late submission of reports shall not be set.

The National Commission for Securities and the Stock Market established that during the period of martial law issuers of securities are released from the obligation to disclose regulated information within the time limits established by the current legislation. After the end of martial law, regulated information is informed by issuers of securities in the following terms:

- annual regular information for the 2021 reporting year is disclosed within 90 days after the ending of martial law;
- temporary regular information for the corresponding quarter of 2022 is disclosed together with annual regular data for 2021;
- special information about the facts that emerged during the period of martial law is disclosed within 30 days after the end of military law [3, p. 1 – 6].

For all parts of the business military law is a period of huge challenges. The financial side of the company's activity is an important factor which can't be neglected at that time. Now we observe a lot of changes in the Ukrainian system of financial reporting. Companies should consider disclosing the potential effects of war in management's report by reporting about the main risks and uncertainties if further possible events could lead to negative deviations from the company's forecasts. With the help of these tools each company ensure appropriate compliance with norms and help business to flourish.

REFERENCES:

1. Lovinska L. G., Ozeran A. V., Korshikova R. S. Accounting and financial reporting under martial law in Ukraine. "Finances of Ukraine". 2022. P. 92–103
2. Kononenko G.I. Peculiarities of financial reporting of enterprises during the martial law in Ukraine. 2022. P. 100–101.
3. Council of the Audit Chamber of Ukraine, Information sheet on the impact of military aggression on financial reporting and audit reports. 2022. P. 1–6. URL: 1_Інф.лист_ВПЛИВ-ВІЙСЬКОВОЇ-АГРЕСІЇ-РФ-НА-ФІН.ЗВІТНІСТЬ-ТА-АУДИТОРСЬКІ-ЗВІТИ.pdf (apu.com.ua)
4. What is financial reporting?. 2021. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-financial-reporting>

УДК 005.915:355

ДУБОВИК Ольга,

*кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет,*

м. Одеса, Україна

МАРТИНЮК Ірина,

*кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет,*

м. Одеса, Україна

ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ У ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

З огляду на ситуацію, що склалася у зв'язку із воєнною агресією Росії, бюджетна система України як ніколи потребує державного втручання та регулювання. Податки – основне джерело наповнення бюджету нашої країни. За підсумками 2021 р. вони складають 87,5 % доходів зведеного бюджету. Але ж податковий борг платників податків невпинно зростає через нестабільну економічну і політичну ситуацію в країні. Станом на початок 2022 р. налічувалося майже 790 тис. податкових боржників. За час ведення активних бойових дій в Україні податковий борг збільшився на 15 % або на 16,8 млрд. гривень. Наразі сума заборгованостей по податках становить понад 124 млрд. грн. [1]

Одним із найважливіших аспектів ефективного податкового менеджменту держави є вирішення та врегулювання проблеми визначення оптимального податкового навантаження та виявлення ступеня його впливу на економічну ефективність підприємств. Розрахунки свідчать, що останніми роками податкове навантаження на економіку України (з урахуванням всіх податків та страхових внесків) становить 33 % (рис. 1).

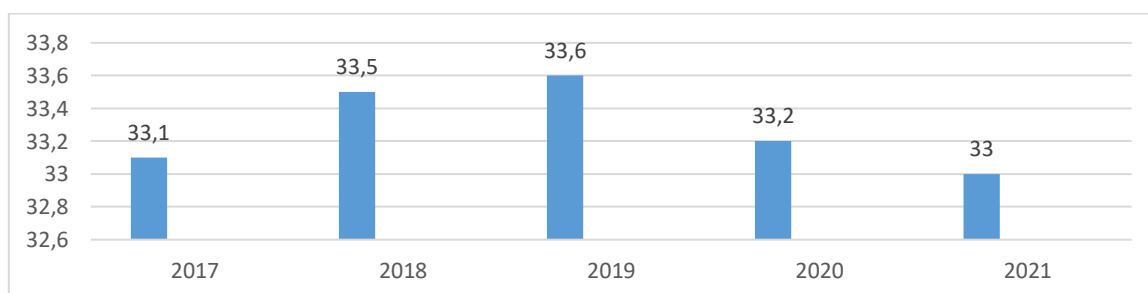


Рис. 1. Динаміка рівня податкового навантаження на економіку України, %

З позицій намірів нашої країни стати повноправним членом ЄС, необхідно відповідати вимогам Співтовариства щодо основ

формування податкової системи, у т. ч. і з боку податкового навантаження. В Євросоюзі є країни, де рівень податкового навантаження значно вищий за Україну (у Данії він становить 45,9 %, Франції – 45,3 %, Бельгії – 44,2 %) та дещо менший (в Ірландії – 24,4 %, Румунії – 28 %). У середньому по країнах ЄС-27 рівень податкового навантаження на економіку дорівнює майже 40 %. З огляду на ці факти, українська економіка не схильна до занепаду через вкрай високий податковий тягар.

Війна внесла свої корективи у повсякденне життя. Зараз бізнес як ніколи потребує підтримки, однак необхідно пам'ятати і про забезпечення всім необхідним армії та громадян. Загально відомо, що у кризові періоди податковий тиск на економіку країни необхідно зменшувати з метою державної підтримки суб'єктів господарювання, створення більш сприятливих умов для їх функціонування та виживання. Законом України № 2118-IX передбачено, що «тимчасово, на період до припинення або скасування воєнного стану на території України, ... у випадку відсутності у платника податків можливості своєчасно виконати свій податковий обов'язок, зокрема щодо дотримання термінів сплати податків та зборів, подання звітності, платники податків звільняються від передбаченої Податковим кодексом України відповідальності з обов'язковим виконанням таких обов'язків протягом трьох місяців після припинення або скасування воєнного стану в Україні». [2]

Сьогодні, внаслідок прийняття низки законів, юридичні і фізичні особи-підприємці мають можливість перейти на спрощену систему оподаткування III групи за ставкою єдиного податку 2 % на період дії воєнного стану.

Для покращення ситуації з паливом під час війни запроваджено звільнення від акцизного податку паливо, скраплений газ та нафтопродукти, імпорт броньованих автомобілів для цілей оборони і відсічі агресії, а також операції щодо фізичної передачі підакцизних товарів Збройним Силам України та іншим воєнізованим формуванням або державі як гуманітарної допомоги чи в порядку примусового відчуження/вилучення для потреб оборони. Також зменшено ставку ПДВ до 7 % на імпорт бензину, важких дистилатів, скрапленого газу, нафти і сирих нафтопродуктів. [3]

Відбулася законодавча підтримка об'єктів, розташованих на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської

Федерації. Вони звільнені від плати за землю, від загального мінімального податкового зобов'язання з власників землі, від екологічного податку, від податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки.

Наразі відбувається адаптація податкового законодавства до умов воєнного часу. Адже економіка країни повинна працювати, не дивлячись на численні перешкоди. Управління оподаткуванням повинно бути ефективним знаряддям сучасної економічної політики держави.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua/>
2. Закон України від 03.03.2022 р. № 2118-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану».
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI, зі змінами і доповненнями. URL: <https://tax.gov.ua/nk/>

UDC 338.763

ZHYTAR Maksym

*Doctor of Economics, Associate professor,
International European University, Kyiv, Ukraine*

SOME ASPECTS OF CONSTRUCTING THE FINANCIAL ARCHITECTURE OF THE ECONOMY

The exploration of the financial architecture of the economy includes the development of a model that allows conducting the analysis and predicts its behavior in the range of appropriate conditions of functioning, as well as solving tasks of structural components at different levels of the hierarchy [1-2]. Depending on the goals and objectives, modeling can be carried out at different levels of abstraction.

The description should correspond to the concept of financial architecture development and meet particular requirements [3-4]:

- it should be transparent and allow the possibility of expanding (narrowing) the range of functions and tasks implemented as part of the financial architecture;
- it should provide the possibility of shifting from one level of the hierarchy to another, ensuring the construction of virtual models of the financial architecture.

Such a description of the financial architecture covers a wide range

of its properties. Given below is the formalization of certain properties of constructing the financial architecture of the national economy.

Emergence. The regularity of integrity / emergence is manifested in the financial architecture in case of the appearance of new properties that are absent in its structural components.

Homeostasis. The hierarchy is created by level factorization of processes $\{F_i\}$ using generalized parameters $\{Q_i\}$, which are features $\{F_i\}$. It is assumed that the number of parameters is much smaller than the number of variables on which the processes of dynamic changes in the state of the financial architecture over time depend. This way of the description allows us to define the relationship between properties of structural components interacting with the environment and the efficiency of the financial architecture itself.

Holisticity. This term is often used as a synonym for integrity. However, some researchers distinguish this regularity as an independent one in order to stress the interest not in the external factors of integrity but in the deeper reasons for the emergence of this property, in factors keeping the integrity of financial architecture configuration.

Functionality. The functional description of the financial architecture should include such characteristics as parameters, processes and hierarchy.

The total efficiency of the financial architecture is a functional vector $E = \{E_s\}$. The efficiency of the financial architecture depends on the combination of internal and external factors of influence. It is extremely difficult to imagine this dependence in an obvious form, and the practical value of this concept is insignificant because of its multidimensionality and multi-connectedness. The rational way to form the functional description is to apply a multilevel hierarchy of descriptions where a higher-level description will depend on the generalized and factorized variables of a lower level.

Structurization. When describing the financial architecture, we will consider it as a structure into which any variable describing the functioning of a separate structural component can be introduced at certain moments of time, and from which such variable (or a set of them) can be derived at certain moments of time. Thus, the architecture itself will have a dynamic character with a set of relationships with the external environment.

Synergy. As part of the research of the synergy property, the financial architecture has the following main characteristics: a multitude of heterogeneous components; activity (purposefulness) of

components; a set of different relationships between components; semiotic (weakly formalized) nature of relationships; coordinated behavior of components; transparency; distribution; dynamics; ability to adapt; evolutionary potential; uncertainty of external environment parameters.

Adaptation. Such property of constructing the financial architecture of the national economy as its adaptability to changes in the external environment to achieve the goal can be represented formally via the concept of the financial architecture as a goal-oriented system.

$$S_{fa} : X \rightarrow Y \quad (1)$$

There are two ways of defining this system S_{fa} as the goal-oriented system.

Therefore, due to the regularity of communicativity manifested not only between the financial architecture and its external environment but also between the levels of the hierarchy of this architecture, each level of hierarchical arrangement has a complex relationship with the higher and lower levels. Each level of the hierarchy has the property of direction to a lower level, has the nature of the autonomous whole (system), on the one hand, on the other hand, is directed to the node (top) of the highest level, and shows properties of the dependent part (a structural component of the financial architecture). This specification of the hierarchical regularity explains the ambiguity of the use of concepts of system and subsystem, goal and means (the element of each level of the hierarchical structure of goals acts as a goal in relation to the lower and as a lower-level goal, and starting from some level, as the means in relation to the higher-level goal) in such complex organizational systems as the financial architecture of the national economy, which is frequently observed in real conditions. The most important specific feature of the hierarchical arrangement as the regularity is the fact that the regularity of integrity / emergence (namely qualitative changes in properties of the higher-level components are combined by the lower-level components) is manifested in it at each level of the hierarchy. At the same time, the combination of structural components within the configuration of the hierarchical structure of the financial architecture leads not only to the emergence of new properties of the configuration, which are combined by components of some of its own properties, but also to the fact that each structural component at different levels of the hierarchy acquires new properties that are absent in the isolated state.

REFERENCES:

1. Schmoller G. Grundriss der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre: Duncker & Humblot, 1923. P. 74.
2. Chugunov I., Sidelnykova L., Sosnovska O., Zhytar M., Navolokina A. Tools for Assessing the Level of Adaptivity of the Financial Architecture of Economy to Financial Globalization Conditions based on the Capacity of Banks, Non-Banking Financial Institutions and Stock Market. *WSEAS Transactions on Business and Economics*. 2022. № 19. P. 1075-1084.
3. Zhytar M., Navolokina A. Areas of Ensuring the Development of Financial Architecture on the Context of Globalization and European Integration. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія", Серія "Економіка"*. 2021. № 23 (51). P. 62-66.
4. Merton R., Bodie Z. Conceptual Framework for Analyzing Financial Environment. in: *Global Financial System: A Functional Perspective* / D.B. Crane et al. (eds.). – Boston: 1995. – P.3-31.

УДК.65.011

ЗЕЛІСКО Інна,

*доктор економічних наук, професор,
академік Академії економічних наук України,
Державний університет телекомунікацій, м. Київ, Україна*

ІННОВАЦІЙНА ПАРАДИГМА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Інноваційна складова конкурентоспроможності в умовах сучасних глобалізаційних трансформацій набуває вагомого значення, тому що інновації уможливають формування таких конкурентних переваг, які сприяють отриманню лідерських позицій для підприємств, цілих галузей та національних економік. Інновації, інноваційна діяльність, інноваційна активність та інноваційний потенціал - найважливіші складові формування конкурентних переваг у всіх галузях економіки та зростання конкурентоспроможності економіки України на глобальному світовому ринку.

Впровадження інноваційних технологій, бізнес-моделей, які уможливають інноваційний прорив та розвиток підприємств - головний тренд інноваційного розвитку галузей національної економіки, що забезпечить зростання її конкурентоспроможності. Тобто досягнення високого рівня інноваційності та забезпечення на цій основі зростання конкурентних позицій на світовому ринку є стратегічним суспільно-господарським вектором розвитку економіки України.

Для ідентифікації країн щодо їх інноваційного розвитку та наявного інноваційного потенціалу, існує велика кількість індексів та рейтингів, які визначаються міжнародними фінансовими організаціями та інституціями. На підставі цих індикаторів уможливується оцінка стану і потенціалу інноваційного розвитку та конкурентоспроможності країн. Глобальний індекс інновацій (Global InnovationIndex) є найпоширеним для відображення потенціалу інноваційної діяльності та основних результатів його реалізації в країні [1]. Так, Глобальний індекс інновацій (Global InnovationIndex), презентує середнє значення двох субіндексів - Інноваційні витрати (Innovation Input) та Інноваційні результати (Innovation Output).

У 2021 р. рейтинг України погіршився у порівнянні з останніми чотирма роками - Глобальний індекс інновацій склав 49. Наявне незначне покращення позиції України у порівнянні з попереднім роком за рівнем розвитку бізнесу – 53, проте не досягнутий рівень 2018-2019 років. Позитивним слід зазначити стабільність позиції України за такими складовими Глобального індексу інновацій як розвиток людського капіталу та досліджень, знання і результати технічного та технологічного наукового пошуку та креативність (результати творчої діяльності). Такі результати є цілком очікуваними, тому що важливим трендом вітчизняної інноваційної конкурентоспроможності є розвиток людського капіталу, знання та результати наукового пошуку.

У всьому світі визнаним є високий рівень і потенціал українського людського капіталу. Тому створення відповідних умов для формування, прояву та ефективного реалізації такого цінного ресурсу - визначальна конкурентна перевага національної економіки в світі. Необхідним є сприяння з боку держави формуванню та зростанню освітнього та наукового потенціалу, забезпеченню сучасними висококваліфікованими фахівцями.

Негативним трендом для України є низька позиція в інституційній сфері, у стані інфраструктури та розвитку ринкового середовища. Така ситуація є проявом військових подій в країні, політичної, економічної та соціальної нестабільності, що періодично виникають, а також непослідовності проведення економічних реформ і відсутності чіткої та дієвої стратегії розвитку країни .

Надзвичайно актуальним для України є позитивний світовий досвід економічно розвинутих країн щодо стимулювання інноваційної діяльності підприємств, підвищення інноваційної активності та забезпечення інноваційного розвитку галузей, що сприяють формуванню конкурентоспроможної національної

економіки. Вкрай необхідною є державна підтримка інноваційної діяльності та розвитку підприємств і галузей для формування потужного інноваційного потенціалу країни.

Розглянемо досвід США, на долю цієї країни припадає 43% ринку інтелектуальної власності. Такі досягнення пояснюються як суб'єктивними, так і об'єктивними чинниками. Підприємливість та схильність до нестандартного мислення американців, як культурна та історична спадщина поєднуються із провідною роллю держави, яка підтримує, стимулює та заохочує підприємців до наукових досліджень, винаходів, інновацій, інноваційного поступу та венчурного бізнесу. Інноваційна діяльність компаній націлена на створення нових технологій, товарів і послуг та зорієнтована на створення і реалізацію ефективних інноваційних рішень, що сприяють формуванню інноваційних конкурентних переваг на світовому ринку. Результатом чого є постійне світове інноваційне лідерство, конкурентоспроможна інноваційна діяльність та потужна національна економіка [2].

Достатньо неординарним є японській досвід інноваційного поступу. Головним його трендом є не розробка, а придбання за кордоном сучасних технологій, а також їх технічне, організаційне вдосконалення та застосування. Після другої світової війни відродження Японії та японське економічне диво було сформовано саме за рахунок імпорту передових технологій та результатів іноземних фундаментальних розробок. Працелюбність, наполегливість і згуртованість, командний стиль праці японців, як національна філософія і стиль життя, дали свої феноменальні економічні та фінансові результати. Японські традиції та культурні цінності уможливають швидку реалізацію і підтримку ідей, не дивлячись на існуючу проблематичність щодо індивідуальної творчої активності на старті інноваційного процесу. Гармонійне поєднання професійної влади та інноваційної активності бізнесу сформувало провідну економіку світу [2, 3].

Щодо економічного змісту інноваційної діяльності через призму конкурентоспроможності, О. Коюда та В. Колісниченко презентують інноваційну діяльність, як діяльність щодо використання та комерціалізації наукових, техніко-технологічних досліджень та розробок учасниками інноваційного процесу для випуску та реалізації нових конкурентоспроможних товарів (послуг, робіт), технологій, організації управління, гнучкої структури, механізму прийняття рішень й координації науково-інноваційного процесу [4].

Як зазначає Юринець З.В., інновації відіграють визначальну роль у діяльності сучасних підприємств, а інноваційний розвиток виконує роль драйвера їх конкурентоспроможності: інновації ґрунтуються на новизні, яка уможлиблює якісні динамічні трансформації різноманітних векторів діяльності та розвитку підприємств; інновації є взаємозалежними із іншими чинниками, що впливають на діяльність підприємств та призводять до якісних позитивних трансформацій, проявом яких є зростання конкурентоспроможності; інновації позитивно впливають на формування попиту на продукцію та послуги підприємств, що в свою чергу формує конкурентоспроможну позицію підприємства на ринку [5].

Отже, ключовим завданням ефективної конкурентної політики кожного підприємства слід вважати підвищення його конкурентоспроможності на інноваційних засадах і створення для цього відповідних умов.

Фактично доведено, що сильні конкурентні позиції мають ті учасники ринку, які активно впроваджують інновації. На підвищення конкурентоспроможності підприємств істотно впливає ринкове оточення, в якому функціонує підприємство, а також його особливості. Вимога конкурентного середовища – завжди дотримуватись вимог технічного, технологічного, інформаційного прогресу і швидко змінюватись відповідно постійних мінливих умов. В сучасних умовах поглиблення глобалізації та постійного загострення конкурентної боротьби основою конкурентоспроможності виступають інновації, які дозволяють підприємствам, що володіють інноваційними конкурентними перевагами, займати гідне місце в масштабах світої економіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

- Global Innovation Index 2021. Global Innovation Index. URL:<https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
- Данілова І. С. Досвід здійснення інноваційної діяльності в Україні та світі. *Економіка і суспільство*. 2018. № 15. С. 285–289.
2. Чалмерс Джонсон Японське економічне диво. Як професійна влада та бізнес збудували провідну економіку світу. Передклад з англійської Роман Клочко. К.: Наш Формат, 2022. 456с.
4. Коюда О.П., Колісниченко В.Ф. Інноваційна діяльність: від оцінки привабливості до інвестиційного забезпечення. Харків: ХНЕУ, 2009. 276 с.
5. Юринець З. В. Взаємозв'язок рівнів конкурентоспроможності крізь призму створення інновацій. *Економічний простір*. 2013. № 10. С. 141–149.

УДК 336.7

ЄВТУХ Любов,
*кандидат економічних наук, доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

ФІНАНСОВІ СУПЕРМАРКЕТИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

Військова агресія росії в Україні значно вплинула на економіку не лише України, але й цілого світу. Багаторічні світові економічні відносини порушилися, змінилися ланцюжки постачання сировинних товарів, зросли світові ціни на продукти харчування та енергоносії. Як зазначають експерти МВФ, темпи глобального зростання можуть уповільнитись майже вдвічі порівняно з 2021 роком [1, с.10]; інфляція навпаки зростає, в окремих розвинутих країнах станом на жовтень 2022 року темпи інфляції сягають двохзначних показників (Великобританія 11,1%, Німеччина 10,4%, Італія 12,6%) [2], не зважаючи на жорсткіші монетарні заходи їх центральних банків. Інфляція веде за собою падіння реальних доходів населення, безробіття, закриття підприємств, соціальні проблеми.

Попри все, зберігається потреба споживачів в отриманні фінансових послуг. На перший план виходять ті фінансові установи, що можуть надавати різноманітні послуги водночас. Їх ще називають фінансовими супермаркетами, які забезпечують «надання різноманітних фінансових послуг клієнтам з врахуванням їх потреб через єдиний канал (в одному місці), під одним брендом банківськими, страховими та інвестиційними компаніями з метою розширення спектру послуг і отримання низки переваг» [3]. В основному неформального статусу фінансового супермаркету в Україні може бути банк, адже на сьогодні найбільше фінансових і супутніх послуг надають банківські установи, що тісно співпрацюють у різних формах з страховими компаніями, фінтех-компаніями, недержавними пенсійними фондами чи інвестиційними компаніями.

Зважаючи на сьогоднішній день, споживачу фінансових послуг краще орієнтуватись на фінансову установу, банк, де поряд з традиційними послугами з кредитування, оформлення депозиту чи відкриттям рахунку, розрахунково-касовим обслуговуванням, можна відкрити рахунок в цінних паперах; придбати ОВДП, іноземну валюту чи пам'ятні монети, орендувати сейфову скриньку,

або ж придбати страховий поліс. Також, перевагу мають ті банки, що мають добре функціонально розроблені онлайн сервіси.

Економіка України переживає складні умови. ВВП у 2022 році в Україні за попередніми оцінками може скоротитись на третину [1], в основному макростабільність базується на міжнародній підтримці. Надійно функціонуючі банки – важливий елемент підтримки населення та підприємств різних сфер та галузей, особливо тих що задіяні в сільському господарстві, переробній промисловості, енергетиці та інших інфраструктурних галузях. Банки на сьогодні потребують сприяння держави. НБУ ініціював низку заходів, зокрема розширено банкам доступ до рефінансування; призупинено заходи впливу НБУ за порушення банками пруденційних нормативів; відтерміновано впровадження або призупинено низку регуляторних вимог що обмежували діяльність банків; на час воєнного стану дозволені «кредитні канікули» позичальникам та встановлене повне гарантування депозитів фізичних осіб ФГВФО [1, с.21]. Також, більш активно здійснюється кредитування банками суб'єктів підприємництва за підтримки КМУ в рамках Державної програми «Доступні кредити 5-7-9%».

		Для споживачів фінансових послуг	Для фінансового супермаркету	Для країни в цілому
Види	Економічний ефект	Можливість отримати весь спектр фінансових послуг в одному місці; зменшення витрат та поліпшення сервісу обслуговування	Нарощення прибутку, покращення фінансових показників діяльності установ, розширення ринку збуту	Розвиток фінансового ринку, зростання ВВП, зростання надходжень податків та зборів до бюджетів усіх рівнів
	Соціальний ефект	Відновлення довіри до фінансового ринку, підвищення фінансової грамотності населення, спрощене отримання фінансових послуг	Підвищення іміджу фінансових установ; підвищення престижу професії банківського працівника, фінансового консультанта, страхового агента	Підвищення добробуту, якості життя. Врахування потреб суспільства в отриманні фінансових послуг

Рис. 1. Ефекти від розширення діяльності фінансових супермаркетів

Джерело: Складено автором самостійно.

Отже, суб'єкти фінансової системи мають певну підтримку, у таких умовах створюються передумови для наступного зростання як в сфері виробництва, так і фінансів. Розширення діяльності фінансових супермаркетів в Україні позитивно вплине в першу

чергу на фінансове становище учасників фінансового супермаркету (банків, страховиків, фінансових компаній, інвестиційних компаній та ін), але враховуючи вимоги ринку, переваги отримують також споживачі фінансових послуг та економіка країни в цілому, рис. 1.

Для того, щоб розвивався фінансовий ринок України та покращувалася й модернізувалася діяльність фінансових посередників, що функціонують на ньому, потрібно стимулювати виникнення фінансових супермаркетів не лише на основі банків, а й на базі інших фінансових установ, а це потребує законодавчого регулювання та зростання потенціалу фінансово системи.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Звіт про фінансову стабільність, червень 2022 р., НБУ https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2022-H1.pdf?v=4.
2. RateInflation: Inflation Rates and CPI <https://www.rateinflation.com/inflation-information/>.
3. Лапішко, З., & Євтух, Л. (2022). Перспективи діяльності фінансових супермаркетів в умовах цифрової трансформації в Україні. *Економіка та суспільство*, (40). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-70>.

УДК: 005.511

ЄЛІСЄЄВ Вадим ,
*здобувач освітнього ступеня «доктор філософії»,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*
БАЙ Сергій.,
*д-р. екон. наук, професор,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*
ДРОЗДОВА Юлія,
*канд. псих. наук, доцент
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТОРГІВЛІ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Сьогодні підприємствам торгівлі доводиться вести діяльність в умовах макроекономічної нестабільності спричиненої низкою кризових явищ локального і глобального характеру. В цих умовах для більшості підприємств стали типовими порушення ланцюгів

постачання, неякісне виконанням контрагентами своїх зобов'язань, втрата налагоджених каналів збуту, загальне зниження попиту, втрата прибутку через валютні коливання, тощо. Причинами виникнення кризової ситуації для практично усіх галузей господарства стали не тільки пандемія корона вірусу і воєнний стан, але й не адекватна вимогам сьогодення система управління на підприємствах торгівлі, оскільки використання застарілих методів управління виявилось неефективним у боротьбі з значною кількістю проблем. Як було згадано, кризові явища початку 2020х років сильно змінили бізнес-середовище, зокрема, пандемія корона вірусу призвела до значного зниження ділової активності. Падіння промислового виробництва у квітні 2020 року до квітня 2019 року становило 16,2%, у травні – на 12,2% та у червні – на 5,6% відповідно. Значно більш відчутним було падіння у сфері перевезень: вантажообіг у квітні скоротився на 27,2%, у травні – на 26% та у червні – на 18,3% відповідно; пасажирообіг у квітні скоротився на 95,9%, у травні – на 92,3% та у червні – на 72% відповідно[1].

Наступна криза спричинена військовою агресією мала ще важчі наслідки. За оцінкою Світового банку тільки прямі збитки завдані Україні, у вигляді пошкодження чи знищення активів та продукції, транспорту, житлового фонду та ін. сягають 97 мільярдів доларів США. Тоді як втрати та недоотримані прибутки, через порушення ланцюгів поставок та торгових потоків, оцінюються у 252 мільярди доларів. Окрім того близько п'ятої частини населення – залишили країну або стали внутрішніми переселенцями, що чинить тиск на систему соціального захисту та зменшує пропозицію економічно активного населення[2].

Недосконала система управління підприємством у поєднанні з реалізацією глобальних кризових явищ становили найбільшу небезпеку для українських підприємств протягом останніх років. Саме тому в нинішній ситуації стає надзвичайно актуальним перегляд принципів організації управління підприємством і їх адаптація до викликів сьогодення задля якісної протидії кризовим ситуаціям та пост-кризового відродження нормального перебігу торговельної діяльності. Одним з основних факторів який дозволяє підприємству уникнути банкрутства в кризовій ситуації є досвід і компетенції лідера, а також вміння вдало їх реалізувати. Компанію визначають її людські ресурси, корпоративна культура і спосіб організації управління, не в останню чергу лідерство лідерство її генерального директора чи акціонера. Якість лідерства полягає в тому, щоб об'єм компетенцій власника завжди був більший, ніж

поточний рівень розвитку компанії. Коли для управління компанією необхідно більше навичок, ніж має її власник, потрібно або продавати бізнес або розвивати ці компетенції самому лідеру. Для власника компанії вкрай важливий постійний «апгрейд», постійне навчання[3]. Крім того важливим елементом управління є довгострокове планування, при чому, з розглядом саме песимістичних сценаріїв, підприємець має вибудувати мультисценарну стратегію на випадок “коли настане криза” (не “якщо”, а “коли”!). Важливою антикризовою стратегією є диверсифікація шляхом розширення на нові географічні території, такий підхід дозволить спростити релокацію у випадку якщо це буде критично необхідно. Особливу увагу потрібно приділяти формуванню «фінансової подушки» яка дозволить протриматися необхідну кількість часу під час кризових обмежень і мати достатньо ресурсів для перезапуску[4].

Можна зробити висновок, що управлінські практики вироблені і в період кризи, поза сумнівом, є цінними і можуть бути застосовані для пом'якшення впливу майбутніх кризових явищ і використані для формулювання принципів нової моделі управління, які будуть більш адаптованими до надзвичайних ситуацій і таким чином матимуть більшу ефективність у забезпеченні стабільної, безперервної і прибуткової діяльності підприємств торгівлі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Ukraine: Request for Purchase Under the Rapid Financing Instrument-Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for Ukraine *International Monetary Fund*. 2022. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2022/10/19/Ukraine-Request-for-Purchase-Under-the-Rapid-Financing-Instrument-Press-Release-Staff-524913?cid=em-COM-123-45549>.
3. Євтушенко С. З кризи України витягнуть новітні технології та інтелект наших людей *Delo.UA*. 2022. URL: elo.ua/business/z-krizi-ukrayinu-vityagnut-novitni-texnologiyi-ta-intelekt-nasix-lyudei-golovni-insaiti-vebinaru-sergiya-jevtusenka-na-stab-kvartiri-401560/.
4. Авдєєва М. 7 уроків війни *Delo.ua*. 2022. URL: <https://delo.ua/uk/business/yakshho-odnogo-razu-vi-pobuduvali-uspisnii-biznes-vi-zrobite-ce-shhe-raz-7-urokiv-viini-vid-marini-avdjejevoyi-u-projekti-stab-kvartira-401289/>.

УДК 378.1

КАЛІНІЧЕНКО Олег,
*аспірант кафедри менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ

Військова агресія Російської Федерації спричинила не лише велику кількість жертв серед населення України, а й системну кризу в усіх сферах життєдіяльності. Дефіцит бюджету, значний ріст державного боргу, десятки тисяч зруйнованих об'єктів інфраструктури, збільшення безробіття – все це лише мала частина наслідків війни, які отримала держава. Ці деструктивні процеси відбуваються в усіх сферах, тому не минули вони і вищу освіту. Так, за оцінкою Київської школи економіки, задокументовані збитки освітній сфері станом на 1 вересня 2022 року сягають \$6,95 млрд [1, с. 8], частка з яких припадає, в тому числі, на заклади вищої освіти (інститути, університети, академії).

Сфера вищої освіти – це ключовий аспект забезпечення економічного розвитку будь-якої країни. Наявність лівової частки висококваліфікованих фахівців формує економічний потенціал, в тому числі для післявоєнного відновлення. Враховуючи те, що 23 червня 2022 року Україна набула статусу держави-кандидата на членство в Європейському Союзі, процес відбудови буде відбуватись у напрямку поглиблення співпраці з ЄС. Зрозуміло, що освітня сфера, в тому числі, посилить вектор гармонізації та інтеграції до Європейського освітнього середовища. Це відкриває нові можливості та інструменти для подальшого розвитку вищої освіти.

В Національному плані відновлення, який було презентовано на Міжнародній конференції з питань відновлення України (URC 2022) у м. Лугано, Швейцарія, закладено концептуальні засади освітньо-наукової відбудови: *“Покращення освіти з фокусом на основні компетенції та інновації”* [2, с. 37]. Саме в рамках цієї концепції і буде здійснюватись стратегічне управління у сфері вищої освіти (рис. 1).

Синхронізація стандартів якості освіти – процес, який вже активно діє в українських реаліях ще з початку євроінтеграційного руху. Ключовими орієнтирами в цій сфері є Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). ESG використовуються закладами освіти та

агентствами забезпечення якості як рекомендаційний документ для формування та функціонування систем забезпечення якості [3, с. 6]. В рамках їх реалізації в Україні функціонує Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО), відбуваються акредитація освітніх програм, аудит систем забезпечення якості закладів вищої освіти тощо. Наявні процеси синхронізації потребують чіткого та прозорого підходу до їх виконання та управління, забезпечення принципів прозорості та доброчесності.

синхронізація стандартів якості освіти та гармонізація системи управління якістю з ЄС;

розвиток ІТ-сфери та інноваційної інфраструктури закладів вищої освіти;

забезпечення функціонування системи грантів на засадах ефективності та прозорості.

Рис. 1. Ключові напрями стратегічного менеджменту у сфері вищої освіти в умовах післявоєнної відбудови

Джерело: авторська розробка.

Розвиток ІТ-сфери та інноваційної інфраструктури закладів вищої освіти – вимога неупинного технологічного прогресу. Цифрова трансформація освіти має відбуватись на засадах “Освіти 5.0” – концепції, яка пов’язує цифрові та технологічні знання з соціальними та емоційними навичками людини, її досвідом. Реалізація цієї концепції забезпечується створенням та функціонуванням ефективної інноваційної інфраструктури. Елементи цієї інфраструктури створюють та імплементують інновації до освітнього процесу, науково-дослідної частини та системи менеджменту.

Активна українська зовнішня політика під час військової агресії забезпечила впровадження спеціальних інструментів фінансування. Нарощення обсягів європейських грантових програм дозволяє прискорити процеси відбудови та синхронізації вищої освіти України та ЄС. Залученість науковців до спільних проєктів пришвидшує гармонізацію освітніх систем і відкриває додаткові фінансові можливості. Важливим завданням стратегічного менеджменту вищої освіти в цьому напрямі є

забезпечення функціонування системи грантів на засадах ефективності та прозорості.

Виконання запропонованих завдань стратегічного менеджменту у сфері вищої освіти дозволить не лише долучитись до Європейського освітнього середовища, а й зробити Україну одним із провайдерів його розвитку.

Військова агресія проти України – злочин проти людяності, що спричинив неймовірні втрати, як людські, так і економічні. Державі та суспільству потрібно бути готовими до того, що процес післявоєнної відбудови всіх сфер буде складним та довготривалим. Вища освіта, як ключовий елемент забезпечення економічного розвитку, повинна забезпечити швидку розбудову та ефективний розвиток за рахунок дієвого стратегічного менеджменту в умовах залучення до Європейського освітнього середовища. Створення інноваційної та прогресивної освітньої складової дозволить забезпечити Україну значним інтелектуальним потенціалом, відкрити нові можливості для економіки, гарантувати поступальний розвиток українського суспільства, як повноправного члена європейського співтовариства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. KSE Institute. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 вересня 2022 року [Електронний ресурс] / KSE Institute // Проект «Росія заплатить» KSE Institute. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/10/Sep22_FINAL_Sep1_Damages-Report.docx.pdf.
2. National Recovery Council. Ukraine's National Recovery Plan [Електронний ресурс] / URC 2022. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: https://uploads-ssl.webflow.com/621f88db25fbf24758792dd8/62c166751fc41105380a733_NRC%20Ukraine%27s%20Recovery%20Plan%20blueprint_ENG.pdf
3. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – К.: ТОВ “ЦС”, 2015. – 32 с.

УДК 331.101.3

КАРНАУХОВА Валерія,

здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,

Міжнародний європейський університет, м. Київ, Україна

*Науковий керівник:- **ЗАЙЦЕВ Юрій.**, д-р. екон. наук, професор,*

Міжнародний європейський університет, м. Київ, Україна

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Кожна людина – це окрема система. Кожна компанія, кожна організація – це окрема система, і світ в якому ми живемо – це також система. Але все між собою пов'язано.

Світ постійно змінюється (епідемія Covid - 19, війна) і разом з ним змінюється наше життя та розвиток бізнесу в новому світі.

Щоб людина знову змогла відчувати впевненість в тому що вона міцно «стоїть на ногах», потрібно по-новому осмислити цей світ, як він змінився, та знайти до нього новий підхід.

Люди скрізь – як на територіях, де ведуться бойові дії, так й у відносно спокійних місцях – перебувають у стані сильного стресу. Багато хто дезорієнтований, розгублений або зневірений. Усе це накладає відбиток на робочу атмосферу. Через це багато команд в Україні мають великі проблеми з працездатністю та ефективністю. Для українських керівників постає новий виклик - повернути співробітникам бажання жити та працювати попри тяжкі воєнні умови.

Вести бізнес під час війни надзвичайно складно. А про роботу бізнесу в гарячих або окупованих територіях взагалі не може бути й мови. Після звільнення міст від окупації люди почали поступово повертатися додому, і підприємці починають поступово відновлювати свою діяльність. Під час війни бізнес мотивований не тільки питанням самозбереження, але й більш глобальним завданням - забезпечити громадян роботою (відповідно, засобами існування), допомогти нашим захисникам та підтримати національну економіку країни.

В умовах війни мотивувати співробітників в 10 разів складніше, ніж у мирний час. В такому положенні перебуває величезна кількість керівників та власників бізнесу. Дев'ятий місяць як Україна живе у стані війни і бізнес скорочує витрати на програми підтримки персоналу. Це може бути великою помилкою, адже команда зараз як ніколи потребує турботи та підтримки з боку керівництва.

Якщо згадати піраміду потреб А. Маслоу, в якій він виділив 5 рівнів потреб, а саме:

1. Фізіологічні потреби
2. Потреба в безпеці
3. Потреба в належності
4. Потреба в повазі
5. Потреба в самовираженні [1, с. 245].

Можна зазначити, що якщо людина не задовільнила свої базові потреби - вона не зможе ефективно працювати й повноцінно віддаватися роботі. В теперішній час головними аспектами для людей залишаються перші два рівня - фізіологічні потреби та потреба в безпеці.

Наразі, більша частина співробітників стикається з такими проблемами як: складнощі з концентрацією уваги; розгубленість;

стан наближений до депресії; страх невизначеності; проблеми зі сном; зниження енергії; постійна сонливість; відсутність позитивних емоцій; складнощі у спілкуванні. Як наслідок - зниження продуктивності.

Багато керівників зараз задаються питанням, що робити з персоналом? Як втримати компанію на плаву, зберегти свій бізнес та команду в цей складний час?

Існують два шляхи вирішення цієї проблеми: 1) скоротити штат своєї команди та виплачувати в повному обсязі довоєнну заробітну плату; 2) зберегти команду але скоротити всім заробітну плату.

Багато компаній обирають другий варіант та скорочують розмір оплати праці від 10% і більше. На мою думку, цей варіант є більш оптимальним рішенням, адже таким чином компанія зберігає робочі місця, а персонал отримує зарплатню, це набагато краще ніж взагалі втратити роботу та залишитись без засобів існування в такий складний для всіх час. Водночас, шляхом скорочення заробітної плати, бізнес має можливість підтримати ліквідність фірми у середньостроковій перспективі. Зменшення необхідно здійснювати за принципом соціальної захищеності, тобто співробітник з більшою зарплатою отримує більший відсоток її зменшення. Таким чином ті, хто має меншу зарплату, менше постраждають в цей складний час.

Такі «форс мажорні» обставини дають нам зрозуміти, наскільки важливо для бізнесу закладати в бюджет окрім основних, ще й додаткові витрати на обставини, які не піддаються нашому контролю. Адже компанії, в яких було закладено в бюджеті на непередбачуванні обставини, змогли вистояти в перші дні війни, коли ні власники бізнесу, ні персонал не знали – що буде далі.

Тоді постає питання: «Як змотивувати команду працювати з повною віддачею та отримати бажаний результат від роботи, якщо немає можливості в матеріальному стимулюванні праці? Більше хвалити, цікавитися самопочуттям та здоров'ям співробітника та його сім'ї, адже це не вимагає жодних фінансових витрат.

У багатьох компаніях працівникам стали пропонувати наступні бенефіти:

- безкоштовні консультації психолога;
- запрошувати волонтерів, які проводять інструктаж з першої медичної допомоги у разі поранення, панічних атаках та як себе поводити при хімічній або ядерній загрозі;
- допомога з переїздом у більш безпечні регіони;
- можливість працювати віддалено.

Зараз команда, як ніколи потребує підтримки та турботи яку необхідно їй надати, адже саме люди є найбільш важливим ресурсом для кожного бізнесу.

Мотивація під час війни передбачає такі складові.

1. Дисципліна. На сьогоднішній день це надважливо і це дозволяє покладатись на своїх співробітників, це рушійна сила порядку й довіри, тому що ми зараз перебуваємо в стані хаосу і дисципліна зараз надважлива.

2. Навчання. Обставини змінюються занадто швидко й постійне навчання дозволяє бути гнучким та ефективним. Це не лише вебінари, якісь матеріали, книги, кожен день який настає, кожна робота яку ми робимо, кожне рішення, які ми приймаємо - це і є навчання. І дуже важливо розуміти цю роботу та вчитися на цьому досвіді.

3. Лідерство. На сьогоднішній день це є надважливим мотиватором. Лідерство зараз має бути прикладом у всьому і довіряти людям з якими ми працюємо і довіряти команді з якою ми працюємо. Тоді команда і люди з якими ми працюємо зможуть діяти тоді коли лідера не буде поруч.

В арсеналі лідера залишаються інструменти, здатні витягнути команду з найважчих ситуацій. Його головним завданням в умовах війни є збереження команди та відновлення її продуктивності.

Для мотивації дуже важлива дія і результат. Навіть якщо цей результат не такий як ви планували, тому що наявність результату дає поштовх до мотивації.

УДК 336.713

КАРЧЕВА Ганна,

*доктор економічних наук, професор,
м. Київ, Україна*

КАРЧЕВА Ірина,

*кандидат економічних наук,
ТОВ «ШОП ЖСМ», м. Київ, Україна*

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ – НЕОБХІДНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТІЙКОСТІ В ПЕРІОД ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ

Основним трендом діяльності банків в умовах воєнного стану є активна цифровізація їх діяльності, яка стала необхідною умовою їх виживання, забезпечення стійкості та адаптованості до нових загроз і викликів. Передумовою такої моделі діяльності банків в умовах агресивного мінливого середовища є їх стабільна діяльність

в довоєнний період та своєчасне розроблення стабілізаційних механізмів на випадок фінансової нестабільності. Завдяки ефективній політиці НБУ, ТОП-менеджменту банків та його активній взаємодії з акціонерами, впровадженню цифрових технологій, міжнародних стандартів регулювання та нагляду, більшості банкам вдалося забезпечити необхідний потенціал стійкості (рівня капіталізації, ліквідності, прибутковості, мінімізації ризиків тощо), узгодженості, збалансованості функціонування окремих підсистем і характеристик, а також виробити адекватні стабілізаційні інструменти для забезпечення стабільного функціонування банків у біфуркаційний період воєнного стану, які передбачають ідентифікацію проблем, пошук найбільш ефективних шляхів їх вирішення і практичну реалізацію цього рішення. Прийнято виділяти два види механізмів адаптації банків до мінливого внутрішнього і зовнішнього середовища [1, с. 61-62]:

1) банки мають володіти певним потенціалом стійкості у вигляді капіталу, ліквідності, прибутковості, резервів на відшкодування можливих втрат за активними операціями, що дозволить поглинати збудження, обумовлені впливом зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих факторів і тим самим забезпечувати ефективне виконання функцій, підтримувати рівновагу, не допускати перевищення заданих відхилень від траєкторії стабільного функціонування та розвитку банків;

2) банки мають володіти верифікованим стабілізаційним (адаптаційним) механізмом, який забезпечуватиме підтримання стабільної діяльності банку відповідно до визначеної системи цілей в межах обраної моделі функціонування, недопущення виникнення паніки серед клієнтів. Такий стабілізаційний механізм включає нормативно-правове регулювання та цілеспрямовані впливи НБУ, включаючи надання кредитів рефінансування для підтримки ліквідності банків, і керівних органів банків, а також процеси адаптації та самоорганізації в самому банку.

Саме за наявності такого стабілізаційного механізму, а також активній цифровізації діяльності, банкам вдалося не допустити паніки серед клієнтів, загрози втрати ліквідності і платоспроможності. Важливу роль відіграло й те, що банківська система України напередодні війни, як ніколи була стабільною, що підтверджується параметрами економетричних моделей (табл.), побудованих за даними генеральної сукупності банків. Зауважимо, що дана модель працює з 1999 року і тільки в період «банкопаду» (очищення банківської системи в 2015-2017 рр.) модель не спрацювала, оскільки була порушена структурна стійкість.

Таблиця 1

Параметри економетричної моделі (1) для банківської системи України (за даними 2020-2022 рр.)

Дата	a ₀	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	a ₅	R ²
01.01.2020	-388,2	-0,043	-0,111	0,916	-0,806	0,175	0,913
01.01.2022	-137,3	-0,029	-0,059	0,854	-0,046	-0,498	0,953
01.07.2022.	-41,5	-0,036	0,031	0,3	-0,051	-0,299	0,846
01.10.2022	-177,3	-0,021	-0,067	0,632	-0,051	-0,065	0,869

Джерело: розроблено автором за даними офіційного сайту НБУ

$$Y_{01.10.2022} = -0,021X_1 - 0,067X_2 + 0,632X_3 - 0,051X_4 - 0,065X_5 - 177,3 \quad (1)$$

$$R^2 = 0,869,$$

де: Y – фінансовий результат; X₁ – загальні активи; X₂ – високоліквідні активи; X₃ – балансовий капітал; X₄ – резерви на покриття ризиків за активними операціями; X₅ – адміністративні витрати; R² – коефіцієнт детермінації.

Більшість банкірів вважають, що війна прискорила процеси цифровізації діяльності банків і була важливим фактором забезпечення фінансової стійкості і прибутковості їх діяльності [2, с.11-13]. Важливу роль у недопущенні банківської кризи відіграв розвиток ІТ-технологій, зокрема переведення серверної інфраструктури у «хмару», активне впровадження банками дистанційного обслуговування, розроблення зручних для клієнтів функціоналів, якими вони могли б скористатися незалежно від місця знаходження – в Україні на окупованих територіях чи за кордоном. Особлива увага приділялася клієнтоорієнтованості діяльності, оцінюванню їх раціональних очікувань і недопущенню паніки. І це банкам вдалося вперше, чого не було досягнуто за 4 попередні кризи (1998 р., 2004 р., 2008-2009 рр., 2015-2016 рр.). Банківська система була стійкою напередодні війни і їй вдається зберегти фінансову стійкість і прибутковість діяльності в умовах війни, що підтверджується побудованою регресійною моделлю станом на 01.10.2022 р (1).

Одним з основних трендів інноваційного розвитку банків в умовах цифровізації вважається зміна пріоритетів банків - від скорочення витрат до пошуку нових доходів. Вважається, що існує прямий кореляційний зв'язок між рівнем цифрової зрілості і прибутковості банків. Більш того, розрив у показниках між технологічними лідерами і банками, відстаючими у впровадженні цифрових технологій, буде зростати [3, с. 206-226].

Втім перехід до дистанційного обслуговування клієнтів не означає, що відділення не потрібні. Вони відіграють важливу роль

в умовах війни і надалі залишатимуться важливим каналом обслуговування клієнтів. Хоча з впровадженням цифрових технологій значення відділень банків як каналу обслуговування клієнтів постійно буде знижуватися. В умовах гіперпідключеного світу, де цінність визначається швидкістю виходу на ринок та швидкістю реагування, відділення перетворилися в менш важливий канал банкінгу для багатьох клієнтів через активний розвиток каналів дистанційного банкінгу, який є більш ефективний порівняно з традиційним обслуговуванням. Хоча все більше клієнтів відмовляється від отримання банківських послуг у відділеннях, водночас багато з них вважають, щоб для зручності вони мають бути, у разі, якщо виникне необхідність у відвідуванні відділення. Довіра до банку, що має відділення, особливо характерна для клієнтів старшого віку [3, с. 246-251].

Вважається, що цифровізація вимагає значних витрат, але водночас вона дозволяє забезпечити не тільки високу прибутковість, але й фінансову стійкість в стабільних і екстраординарних умовах, клієнтоорієнтованість, про що свідчить діяльність таких високотехнологічних банків, як АТ КБ «Приватбанк», monobank, що працює за банківською ліцензією АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК". Так, в умовах воєнного стану в АТ КБ «Приватбанк» доходність активів (у річному вимірі) за 9 місяців 2022 р. становила 7,32% (по групі банків з державною часткою – 5,56%; по системі банків – 6,14%), а рентабельність активів (ROA) склала 2,11% (0,36% і 0,48% відповідно). АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК" (за ліцензією цього банку працює monobank), має доходність активів 11,07% (по групі банків з приватним капіталом – 7,89%), а рентабельність активів (ROA) склала 1,0% (по порівняльній групі – 0,32%).

Отже, можна стверджувати, що в умовах воєнного стану розпочався новий етап діджиталізації діяльності банків, співпраці з клієнтами, цифровізації бізнес-процесів. Клієнти хочуть оперативності і йдуть до банків з найбільш розвинутим цифровим функціоналом, зручним для клієнтів. Цифровізація, якість сервісу стали не тільки необхідною умовою їх виживання, але й забезпечення стійкості банків в умовах нових викликів і загроз воєнної агресії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Карчева Г.Т. Ефективність функціонування та перспективи розвитку банківської системи України : монографія / Г.Т. Карчева ; НАН України ; Ін-т екон. та прогноз. К., 2012. 520 с.
2. Карчева Г.Т. Особливості функціонування банківської системи України в

умовах воєнного стану. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії» (31 серпня 2022 р.). Університет Григорія Сковороди. Переяслав. 2022. С. 11-13.

3. Карчева Г.Т., Карчева І.Я. Інноваційний розвиток та ефективність діяльності банків в умовах цифрових трансформацій : Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика: колективна монографія/ за заг. ред. д.е.н., професора Витвицької О.Д. Київ: ТОВ «АГРАР МЕДІА ГРУП», 2021. С. 206 - 226.

4. Карчева І.Я. Дистанційний банкінг – інноваційна форма ведення банківського бізнесу : Банківський менеджмент: інноваційні концепції та моделі [Електронний ресурс] : моногр. / за заг. та наук. ред. проф. Л. О. Примостки. К. : КНЕУ, 2017. С. 207-270.

УДК 352.07

КАТРИЧЕВ Павло,

здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна
Науковий керівник: ***БАРАБАНОВА Валентина,***

канд. екон. наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна

ФОРМУВАННЯ СПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ТА ЇХ ІНФРАСТРУКТУРИ

Систему організації влади на рівні міста, за якої місцеві громади набувають реальної можливості самостійно і незалежно від держави вирішувати свої проблеми організації життєдіяльності відповідно до проведеної реформи в Україні є місцеве самоврядування. Основою місцевого самоврядування є територіальна громада, тобто населення (територіальна громада) яке мешкає на певній території й має право вирішувати свої інтереси на місцевому рівні.

Основою та найпершим етапом загальної реформи з децентралізації влади для подальшого впровадження реформ є об'єднання територіальних громад й одним з елементів реформи адміністративно-територіального устрою.

Як стверджують експерти, метою реформи децентралізації є надання та передача публічних послуг від центральних органів влади до органів місцевого самоврядування, спроможної територіальної громади, тобто до кожного громадянина України.

Для цього потрібно створити об'єднану спроможну територіальну громаду, яка спроможна виконувати усі покладені на них обов'язки й надавати якісну послугу усім хто проживає на території громади.

Актуальним напрямом дослідження є визначення теоретичних засад формування спроможності територіальних громад в Україні.

Напрями розвитку територіальних громад, та процеси та умови формування спроможних територіальних громад розглянуті в наукових працях та публікаціях науковців таких, як Рошило В. І.[1], Бриль М.[5], Врублевський О.[5], Данчева О., Чубаров Е.[5], Патицька Х.[6] та інших.

Сутність терміну «територіальна громада» має довгий історичний шлях, визначення законодавче закріплено в Конституції України, ЗУ«Про місцеве самоврядування», та інші. На думку експерта Беспалько О.М. «... об'єднана територіальна громада – це громада, яка спроможна через відповідні органи місцевого самоврядування забезпечити для своїх жителів належний рівень освіти, культури, охорони здоров'я, соціального захисту, житлово-комунального господарства, включаючи економічно-фінансові спроможності розвитку»[7, стр.126].

Поняття терміну «територіальна громада» має декілька різних авторських визначень, однак дослідивши їх можна окреслити основні складові:

По- перше має право та повноваження вирішувати питання на місцевому рівні [2].

«...По -друге є основним носієм функцій і повноважень місцевого самоврядування, первинним суб'єктом місцевого самоврядування, його складовою системи» [3].

«...По- третє становить територіальну основу для реалізації місцевого самоврядування її жителів» [4].

Реформа децентралізації в Україні розпочалася у 2014рй проходить по цей час. У 2020р. на основі добровільності відбулося об'єднання, укрупнення територіальних громад. Переглянута фінансова складова наповнення місцевих бюджетів на таких самих засадах, як і нинішні міста обласного значення. За ними закріплені 60% податку на доходи фізичних осіб, податок на доходи державних та комунальних підприємств територіальної громади.

«Це кошти на утримання дитячих садочків, шкіл, клубів, бібліотек, спортивних закладів тощо. Держава надаватиме субвенції на освіту, медицину, а за нестачі коштів – дотацію вирівнювання. Держава ще стимулюватиме громади, які вирішили добровільно об'єднатися, додатково виділятиме кошти та

сприятиме залученню міжнародних фінансів для проектів із реконструкції закладів бюджетної сфери» [6].

Створення об'єднаних територіальних громад передбачає подолання багатьох проблем: фінансову залежність територій від центру; інфраструктурна слабкість громад; занепад сільських громад; високий рівень дотацій територіальних громад; низький рівень інвестицій територій тощо.

1. Залучає інвестиції, розвиває власну економіку, сприяє місцевому підприємництву
2. Прозоро планує місцевий розвиток, ставить та виконує стратегічні завдання
3. Розвиває місцеву інфраструктуру, раціонально освоюючи отримані субвенції з Державного бюджету
4. Ефективно використовує механізми співробітництва територіальних громад для вирішення питань місцевого значення
5. Мешканці швидко за місцем свого проживання отримують адміністративні та соціальні послуги
6. Сучасні заклади освіти, медицини, культури та спорту
7. Якісні та доступні кожному дороги, транспорт з маршрутами сполучення всередині громади та за її межі
8. Органи самоорганізації населення ефективно взаємодіють з органами місцевого самоврядування
9. Найбільш активні члени територіальної громади ефективно використовують законодавчо передбачені інструменти місцевої демократії

Рис. 1. Переваги спроможної територіальної громади.

Джерело: [5]

На думку О. Врублевського, «....утворення спроможних територіальних громад є важливою метою впровадження реформ в Україні. Процес утворення спроможних громад можна умовно поділити на три етапи, кожен з яких складається із низки кроків, які є послідовними та взаємодоповнюючими...»[5]:

«I. Розроблення, схвалення та затвердження перспективного плану формування територій громад області.

II. Добровільне об'єднання територіальних громад.

III. Формування органів місцевого самоврядування утворених територіальних громад» [5].

Сьогодні місцеве самоврядування в Україні є дійсно вмотивованим для того, щоб розвивати місцеву економіку і таким чином збільшувати свою фінансову спроможність та задовольняти потреби громад. Перевагами спроможної територіальної громади можуть бути: розвиток місцевої інфраструктури, раціонально освоюючи субвенції Держбюджету, залучення інвестицій, розвиток власної економіки, розвиток місцевого підприємництва, надання якісних послуг транспорту з маршрутами сполучення всередині громади та за її межами, медицини, освіти, тощо, рис. 1

Таким чином, визначено, що сильною та спроможною територіальною громадою є тільки та громада, яка забезпечує на місцевому рівні надання всіх необхідних громадянам публічних послуг, тобто стає спроможним адміністративним центром з надання послуг населенню. Визначено, що наскільки обґрунтовано будуть проведені процеси створення «спроможних» об'єднаних територіальних громад настільки швидко будуть розвиватимуться територіальні громади, від цього залежить їх роль в житті кожного регіону, кожної людини та всієї держави, залежатиме майбутній розвиток України та успіх реформ.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Рошило В. І. Формування спроможних територіальних громад у контексті бюджетної децентралізації. *Гроші, фінанси та кредит*. 2018. Вип. 23. С. 531-536.
2. Конституція України : Закон України від 28 черв. 1996 року № 254к/96-вр [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
3. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21 трав. 1997 року № 280/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80/page>
4. Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад : постанова Кабінету Міністрів України від 08 квіт. 2015 року № 214 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-%D0%BF#Text>
5. Успішна територіальна громада: будуємо разом. Бриль М., Врублевський О., Данчева О., Сеїтосманов А., Чубаров Е. Харків : Видавничий будинок Фактор, 2018. 128 с.
6. Патицька Х. Фінансово-економічний потенціал територіальних громад: механізми функціонування та активізації: монографія ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2019. 209с.
7. Беспалько О.М. Роль територіальних громад у забезпеченні місцевого економічного розвитку: теоретичні засади дослідження. *Економіка і організація управління*. № 1 (33) 2019. С.116-123.

УДК 351: 658.171

КАЦУК Олександр,
аспірант

*Таврійський національний університет
імені В.І. Вернадського, м. Київ, Україна*

СТРАТЕГІЧНИЙ КАДРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У МЕХАНІЗМІ РОТАЦІЇ НА ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ

Успішний стратегічний кадровий менеджмент у механізмі ротації на державній службі дозволяє суб'єктам управління успішно вирішувати такі завдання, як навчання та професійний розвиток службовців на робочих місцях; забезпечення взаємозамінності працівників; створення необхідних організаційних умов для службового, особистісного та професійного зростання; формування кадрового складу державної служби; підготовка керівних кадрів та ін. Водночас ротація кадрів виступає інструментом профілактики та протидії корупції в середовищі державних службовців, що забезпечує підвищення ефективності державної служби. Ротація розглядається як обов'язковий і внутрішньо властивий кар'єрі державного службовця елемент з позицій єдності цілей особистісного та організаційного вдосконалення [1].

Ротацію кадрів доцільно розглядати: як складову (статусну) частину проходження державної служби; як механізм оновлення, якісного зміцнення та раціонального використання кадрів; як об'єктивно обумовлене соціально-управлінське явище; як механізм раціональнішого використання професійно-особистісних здібностей працівників; як стимул підвищення рівня професійної компетентності держслужбовців; як елемент керування службовою кар'єрою, формуванням резерву кадрів; як фактор набуття працівником, призначеним на нову посаду в порядку ротації, нових знань та оволодіння передовим досвідом в іншій організації; як механізм боротьби з корупцією серед державних службовців; як інструмент розвитку прозорості та відкритості у кадровій політиці державних органів.

Ротація кадрів повинна мати обов'язковий характер, це відповідає специфіці професійної діяльності та особливостям кар'єри держслужбовців, дозволяє формувати необхідні мотиваційні установки професійної поведінки державних службовців. Введення обов'язкового порядку призначення цивільних службовців на інші посади в тому ж чи іншому державному органі дозволить найповніше розкрити потенціал цієї

кадрової технології та результативно використовувати його для розвитку кадрового складу, протидії корупції та підвищення ефективності функціонування системи державної служби.

Ротація кадрів не зводиться лише забезпечення соціальної мобільності, а й досліджується у межах системного і структурно-функціонального підходів; розглядається як необхідний елемент системи кадрових технологій, що забезпечують розвиток людського та кадрового потенціалу; досліджується у контексті співвідношення раціонального та ірраціонального в бюрократичній системі управління, у тому числі з точки зору формування управлінської еліти, здатної професійно вирішувати завдання державного управління при ефективній взаємодії держави та суспільства.

Подібне трактування дозволяє обґрунтувати необхідність і можливість управління ротацією кадрів державної служби та інтерпретувати ротацію як об'єкт управління, що має на меті, завдання, комплекс заходів для вирішення цих завдань у встановлені терміни з використанням наявних ресурсів. Дослідження ротації кадрів державної служби доцільно проводити на основі розгляду пов'язаних ключових понять: державна служба як управлінське та соціальне середовище; державні службовці як об'єкт ротації; ротація як кадрова розробка; соціально-управлінські бар'єри ротації; соціальний механізм ротації.

Проведений у роботі аналіз вітчизняних та зарубіжних практик застосування ротації [2, 3] показує, що ефективна реалізація потенціалу ротації кадрів значною мірою визначається результативним процесом, у якому мають бути задіяні всі функції управління: планування, що базується на прогностичних оцінках перспектив розвитку відповідного державного органу, потреби у службовців, необхідних ресурсах тощо; організація; аналіз; контроль; оцінка та коригування виконання управлінських рішень щодо ротації кадрів. Тому проведення ротації можна як управлінський цикл, реалізований суб'єктом управління.

Послідовне виконання дій з управління ротацією державних службовців відповідно до запропонованого алгоритму забезпечить системне використання управлінського потенціалу ротації. Важливим є виділення етапу "Моніторинг, аналіз та оцінка результатів ротації". Моніторинг процесу ротації дозволяє виявити основні тенденції та труднощі ротації кадрів державної служби, оцінити відповідність фактично досягнутих та запланованих результатів, провести оперативне коригування процесу ротації з метою його оптимізації, а також сформувати бібліотеку актуальних даних.

Функціонування соціального механізму ротації передбачає взаємодію зовнішнього управлінського впливу за допомогою нормативно-правового, фінансово-економічного, організаційного, методичного, інформаційного забезпечення та супроводу ротації кадрів державної служби, а також внутрішньої саморегуляції свідомої соціально-професійної діяльності держслужбовців у процесі проведення ротаційних процедур та проходження служби.

Усі елементи соціального механізму взаємопов'язані і доповнюють дію один одного. Так, розвиток інформаційного та методичного забезпечення ротації, розробка організаційних заходів щодо ротації визначають необхідність удосконалення нормативно-правової бази проведення ротації. Основну увагу необхідно приділити нормативно-правовому, організаційному та фінансовому забезпеченню ротації державних службовців, оскільки саме за цими напрямками формуються основні бар'єри, що перешкоджають розвитку ротації. У складі структурних елементів соціального механізму ротації кадрів державної служби слід особливо виділити систему додаткових гарантій, стимулюючих заходів та немонетарних пільг, призначених для підвищення мотивації держслужбовців при їх переведенні в порядку ротації на інші посади.

Під соціально-управлінськими бар'єрами ротації слід розуміти зовнішні обмеження, зумовлені управлінськими та організаційними невідповідностями в нормативному, фінансовому, організаційно-правовому, інформаційному, господарсько-побутовому забезпеченні ротації кадрів, та внутрішні обмеження, пов'язані з мотиваційними, основу яких визначають ціннісно-мотиваційні установки працівників державної служби та рівень їхньої професійної підготовки.

Недостатньо високий професійний рівень, невідповідність профілю наявного у співробітника базової освіти змісту посадових обов'язків на державній службі також можуть бути серйозним бар'єром розвитку ротації. Нерозуміння особливостей проходження служби, необхідності ротації не тільки з точки зору підвищення ефективності служби, але і власного професійного розвитку та службового зростання формує у співробітників неприйняття та опір ротаційним процедурам. Чим вище професіоналізм держслужбовців, у тому числі і за формальними ознаками (рівень освіти, стаж і досвід роботи в межах однієї або кількох державних структур), тим адекватніше ставлення до призначення на нове місце служби в порядку ротації, оскільки такі службовці мають більш широке бачення і розуміння професійних проблем і завдань.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Хміль Ф.І. Управління персоналом: підручник. Київ: Академвидав, 2006. 488 с.
2. Потяка В. Ю. Стратегічне управління людськими ресурсами як елемент модернізації системи державної служби: навч. посібник. Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації. Івано-Франківськ, 2012. 193 с.
3. Маркова С. В. Управління персоналом. Запоріжжя: ЗНУ, 2013. 80 с.

УДК 336:330.15

КЛИНОВИЙ Дмитро,

*кандидат економічних наук, доцент,
Державна установа «Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку Національної академії наук України»,
м. Київ, Україна*

ПЕТРОВСЬКА Ірина,

*кандидат економічних наук, доцент,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського,
м. Київ, Україна*

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ СИСТЕМИ СТАЛИХ ФІНАНСІВ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В останній час в умовах продовження воєнного конфлікту в Україні актуалізується питання формування в нашій державі сталих фінансів, тобто такої фінансової системи, яка сама є стійкою до екзогенних та ендогенних чинників впливу і в той же час забезпечує фінансування потреб сталого розвитку. На сьогодні цьому сприяє низка міжнародних організацій, насамперед - Програма розвитку ООН. Відповідно до стратегічної мети ПРООН – допомогти Україні в реалізації Цілей сталого розвитку – 2030, було підготовлено концептуальний документ - дорожню карту «Сталі фінанси. EU Green Deal» [1], який містить загальний алгоритм формування в нашій країні системи сталих фінансів з урахуванням викликів, загроз і ризиків сьогодення.

У документі насамперед констатується той факт, що сталі фінанси відіграють ключову роль у досягненні цілей Європейської зеленої угоди, а також міжнародних зобов'язань ЄС з досягнення цілей сталого розвитку та боротьби зі зміною клімату. Механізмом досягнення цих цілей є спрямування приватних інвестицій на проекти, що відповідають критеріям сталого розвитку, кліматичної нейтральності, стійкості до змін клімату. Таким чином, стале фінансування забезпечуватиме підтримку сталій економіці та

відповідне відновлення від пандемії COVID-19 та наслідків бойових дій на території нашої держави. Зазначається, що основи сталих фінансів були закладені у Паризькій кліматичній угоді (2015 р.), яка включає зобов'язання узгодити фінансові потоки з напрямками досягнення низьковуглецевого та кліматично дружнього розвитку. Також наголошується на необхідності організації публічно-приватного партнерства у сфері сталих фінансів. Визнається, що масштаби інвестиційної проблеми виходять за межі можливостей лише державного сектору. Фінансовий сектор відіграє ключову роль у досягненні цих цілей. Відповідно, за активної участі бізнесу можна переорієнтувати інвестиції на більш сталі технології та бізнеси; фінансувати економічне зростання згідно з принципами сталого розвитку на довгостроковій основі; сприяти створенню низьковуглецевої, кліматично стійкої та циркулярної економіки [1].

Очевидно, що основними шляхами формування системи сталих фінансів в Україні є імплементація у національну господарську систему відповідних фінансових механізмів забезпечення сталості господарювання та їх складових – фінансових методів, важелів та інструментів. Так, шлях, пов'язаний із імплементацією у національну фінансову систему комплексу фінансових методів забезпечення сталого господарювання, тобто фінансового управління, планування, контролю, забезпечення і регулювання, пов'язується насамперед із стратегічними пріоритетами, національними індикаторами і 17 Цілями сталого розвитку ЦСР-2030; з фінансовим плануванням в рамках реалізації програм та проєктів сталого розвитку територіальних утворень, а також з корпоративними і територіальними стратегіями для сталого розвитку; з фінансовим управлінням в рамках реалізації поточних завдань сталого розвитку та оперативним реагуванням на біфуркаційні зміни системного гомеостазу у соціо-еколого-економічній господарській системі; відповідальним формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів для цілей сталого розвитку; оцінкою ризиків та фінансового стану в державному, муніципальному та корпоративному секторах фінансової діяльності за допомогою ESG-критеріїв; організацією фінансових фондів сталого розвитку; рентно-орієнтованою фіскальною політикою; адекватним екологічним бюджетуванням; імплементацією механізмів публічно-приватного партнерства тощо.

Шлях, пов'язаний із фінансовими важелями сталого господарювання, у свою чергу, включає в себе, насамперед - формування нормативно-правової та організаційної систем, які

забезпечуватимуть регулювання сталого господарювання за рахунок норм права уповноваженими регуляторами у фінансовій сфері (НБУ, Мінфін, НКЦПФР та ін.), у тому числі – ідентифікацію та імплементацію у національне законодавство самого поняття «сталі фінанси»; здійснення регуляторної політики держави у фінансовій сфері через фінансові регулятори державного рівня (облікова ставка НБУ, норма резервування, норма депонування), регулювання обсягів грошової маси, міжнародних резервів, суверенних накопичень тощо; трансформацію бюджетної системи і бюджетної політики держави відповідно до екологічних, соціальних та управлінських ESG-критеріїв, включаючи створення бюджетних фондів для сталого розвитку, насамперед – для «зеленого» переходу; імплементацію ESG-критеріїв у кредитно-фінансову політику держави; використання фіскальних інструментів для сталого розвитку, включаючи розширення прав громад у встановленні місцевих податків і зборів; формування системи нагляду (контролю) у фінансовій сфері уповноваженими органами та особами, згідно з принципами сталої фінансової діяльності; імплементацію системи фінансових обмежень та стимулів для сталого розвитку, відповідно до європейської практики селективного фінансування, з використанням інструментарію таксономії видів економічної діяльності; запровадження принципів прозорості та фінансових нормативів, пов'язаних із ESG-критеріями; запобігання монополізації на ринку фінансових послуг; формування сприятливого інвестиційного середовища для кліматичних та інших природоохоронних інвестицій та системи управління ризиками, пов'язаними з ESG-проблематикою і відповідної фінансової звітності, яка розкриватиме фінансову діяльність компаній у сфері сталого розвитку для усіх зацікавлених сторін – влади, бізнесу і населення.

У свою чергу, шлях, який включає розвиток фінансових інструментів сталого господарювання, пов'язується: з появою та поширенням на фондовому ринку країни структурованих «зелених» фінансових продуктів пайового капіталу, інвестиційних пулів проектних компаній SPV у природно-господарській сфері, сформованих за механізмами сек'юритизації; формуванням «зелених» інвестиційних фондів, фондів суверенного та квазісуверенного фінансування сталого розвитку; розвитком «зелених» облігацій та структурованих інструментів боргового капіталу, іпотечних цінних паперів, кредитів, сертифікатів кредитного плеча та інших «зелених» фінансових інструментів у вигляді прав; розвиток ринків похідних фінансових інструментів,

як засобів хеджування ризиків, у т.ч. кліматичного та екологічного характеру; застосуванням сталих фінансових стратегій, включаючи фінансування форсайт-проектів сталого розвитку; запровадженням прогресивних механізмів застави (операційного та фінансового лізингу, зворотної оренди, кредитів РЕПО), позик під заставу і гарантій, у т.ч. – публічного сектору для зміцнення кредитно-фінансових відносин; запровадження «зелених» і природно-ресурсних біржових індексів та пулів активів; формування інформаційного нормативно-правового та організаційного забезпечення функціонування «зелених» фондових ринків тощо.

У цілому, становлення сталих фінансів в Україні потребуватиме внутрішнього та зовнішнього балансу у застосуванні вказаних складових фінансового механізму таким чином, що має одночасно забезпечуватися системно скоординований підхід до повноцінного формування усіх трьох шляхів розвитку сталого фінансування всередині країни та узгодження цих шляхів із заданим ззовні вектором структурних перетворень, що відповідає настановам ООН, насамперед – Фінансової ініціативи ООН з навколишнього середовища UNEP FI у царині сталих інвестицій, банкінгу, страхування та фондового ринку, а також ключовим трансформаціям і заходам з виконання національно визначеного внеску до Паризької угоди, пов'язаного з мінімізацією кліматичних змін. Все це вимагатиме запровадження у національне законодавство під егідою НБУ та НКЦПФР принципів сталого фінансування, які відповідають міжнародним нормам і практиці сталого фінансування. Очевидно, що в Україні реалізація політики сталого фінансування має відбуватися поступово з урахуванням процесів децентралізації влади та потреб забезпечення збалансованого і сталого розвитку регіонів таким чином, щоб з одного боку – виконувались би принципи сталої фінансової діяльності, а з іншого боку – не гальмувались би процеси фінансового забезпечення потреб галузей і територій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Сталі фінанси. EU Green Deal. UNDP [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-08/5%20FINAL_Tree_Sustainable_finance_strategy_297x210mm_4%2B4_web_180822.pdf (дата звернення 12.10.2022).

УДК: 334-044.247 : 330.47

КНЯЗЄВА Олена,

доктор економічних наук, професор

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку,

м. Одеса, Україна

ОДИНЕЦЬ Діана

здобувач 2-го курсу освітнього рівня «магістр»

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку,

м. Одеса, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ФОРМ РОЗВИТКУ ОПЕРАТОРІВ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Питання розвитку підприємств в умовах воєнної економіки є наразі дуже актуальними. Важливого значення у цей період набуває не лише розвитку військово-промислового комплексу (ВПК), а й забезпечення безперебійної праці інших ланок економіки, промислових, логістичних, управлінських підприємств, а також операторів сфери зв'язку та інформатизації. Стале функціонування економічних суб'єктів сприятиме формуванню ефективного тилового забезпечення та розвитку економіки у складні часи.

Втім, складна економічна ситуація, внутрішня та міжнародна міграція населення, наявність тимчасово окупованих територій, захоплених та зруйнованих підприємств, мобілізація частини працездатного населення та інші чинники вимагають перегляду підходів до розвитку підприємств. Одним з цих підходів є інтеграція, яка сприятиме (завдяки об'єднанню ресурсної бази, управлінських та фінансових можливостей) підвищенню ефективності діяльності інтегрованих структур.

Інтеграція доцільна для підприємств усіх розмірів та форм власності. Оператори поштового зв'язку не є виключенням, оскільки вони частково втрачають активи, логістику, кваліфікованих працівників тощо. При цьому вони стають важливим джерелом забезпечення інформацією, фінансовими послугами (пенсії та грошова допомога) та торгівельними послугами (он-лайн торгівля). Тому ці підприємства потребують як державної підтримки, так і підтримки з боку потенційних партнерів, зацікавлених у скорішому відновленні поштової мережі з точки зору як комерційної, так і соціально-значущої структури.

Для вибору потенційних партнерів для інтеграції доцільно проводити аналіз першорядних аспектів діяльності потенційного партнера з метою визначення обсягів дотичності ресурсної бази та

господарчих процесів, за якими можлива інтеграція. Критерії аналізу наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Критерії аналізу потенційного партнера

Критерії аналізу	Сутність аналізу
Науково-технічний та технологічний	Аналіз технічного рівня продукції підприємства, перевірка технологічної бази та виробничих можливостей, організація науково-дослідницьких робіт і витрати на них
Соціально-культурний та організаційний	Дослідження організаційної структури управління підприємством, корпоративної культури, лояльність персоналу, психологічного клімату в колективі, можливість модифікації структури управління
Економічний	Аналіз фінансового-економічного стану підприємства, динаміки та структури витрат та доходів, рівня плинності кадрів, ліквідності, платоспроможності, рентабельності тощо.
Територіально-логістичний	Визначення географічного розташування та логістики партнера, його можливостей щодо переведення виробництва у безпечну зону, маневреність потенціалу
Юридичний	Визначення норм та правил діяльності підприємства, ступені узгодженості статутів та інших юридичних документів тощо.

Проведення порівняльного аналізу цих аспектів надасть можливість вивчити та визначити оптимальних партнерів для інтеграції незалежно від сфери економічної діяльності. Для оцінки кожного з критеріїв необхідно сформулювати відповідну систему показників та методичні підходи до їх розрахунку із врахуванням вагомості тих чи інших показників у загальній системі оцінок.

Проведені дослідження дозволили встановити, що оптимальними для інтеграції підприємства поштового зв'язку (за сферами діяльності) є:

- в сфері надання фінансових послуг оптимальним є державна фінансова установа ПАТ Ощадбанк, яка має розгалужену мережу та може підтримати поштового оператора;
- в сфері надання традиційних та торгівельних послуг доцільно інтегруватися із великими та середніми торгівельними об'єктами, в яких можна розташовувати постійні або тимчасові відділення поштового зв'язку;
- в сфері митно-брокерських послуг оптимальними партнерами можуть бути регіональні брокерські компанії;
- в сфері логістики доречним є поєднання логістичних можливостей конкурентів – операторів поштового зв'язку з метою

об'єднання зусиль задля збереження клієнтської бази та маршрутів перевезень на усій території країни;

▪ в сфері інформаційної підтримки (трекінг, електронні повідомлення) доцільно укладати договори про співпрацю з низкою підприємств задля диверсифікації ризиків та забезпечення сталого зв'язку за будь-яких умов.

Інтегровані структури можуть генерувати синергетичний ефект, який буде відбиватися у вигляді збільшення показників ефективності діяльності усіх підприємств інтегрованої системи. До того ж, знаходження та розвинення оптимальних моделей партнерських відносин (як з внутрішніми, так і зовнішніми партнерами) сприятиме прискоренню післявоєнного відновлення країни як в сфері надання послуг зв'язку та інформатизації, так і в інших сферах економічної діяльності

УДК 336.64

ЛЕВЧИНСЬКА Інна,

*здобувачка 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського,
м. Київ, Україна*

Науковий керівник: **КЛИМЕНКО Оксана,**
канд. наук з держ. упр., доцент,

*Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського,
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Фінансові ресурси значною мірою характеризують фінансовий потенціал, здатність підприємства витратити кошти з метою отримання доходу. Як і трудові та матеріальні ресурси, фінансові ресурси є важливою частиною ресурсного забезпечення акціонерних товариств.

Метою роботи є дослідження особливостей управління фінансовими ресурсами акціонерних товариств.

Управління фінансовими ресурсами є ефективним інструментом підвищення ефективності бізнесу, оскільки передбачає вирішення тактичних і стратегічних завдань, які формують потенціал зростання будь-якого підприємницької справи. Західні автори підкреслюють, що управління фінансовими ресурсами є основою економічної діяльності будь-якої компанії, будь то корпорація чи невелике індивідуальне підприємство.

Враховуючи важливість організації фінансових ресурсів для господарської діяльності акціонерних товариств, особливого значення набувають питання їх ефективного формування та використання. Щоб краще зрозуміти теоретико-економічний зміст даної фінансової категорії та покращити процес управління фінансами в акціонерних товариствах, необхідно розглянути та детально проаналізувати види фінансових ресурсів підприємств.

Акціонерні товариства у своїй діяльності можуть використовувати власні фінансові ресурси, тобто сформовані за рахунок власних коштів (статутний капітал, додатковий і резервний капітал, нерозподілений прибуток), та залучені фінансові ресурси – позичені фінансові ресурси (кредити та позики, кредиторська заборгованість, інші зобов'язання). Вони використовуються за типовими ознаками.

За джерелом формування є зовнішні фінансові ресурси (залучення акціонерного капіталу або додаткових внесків власників, отримані кредити, облігаційні позики, фінансова допомога) та внутрішні (реінвестування прибутку, рефінансування дебіторської заборгованості, вилучення капіталу тощо) [1, с. 98].

Перехід економіки України на принципи ринкового господарювання робить актуальною проблему вдосконалення управління фінансовими ресурсами.

Фінансові ресурси – грошові засоби, що є в розпорядженні підприємств, тобто усі грошові фонди й та частина грошових засобів, яка використовується в нефондовій формі [2, с. 13].

Система управління фінансовими ресурсами – це сукупність форм і методів управління грошовим обігом і фінансовими ресурсами. Вона буде вважатися ефективною тільки в тому випадку, якщо вона не тільки дає можливість раціонально використовувати наявні ресурси, але і забезпечує систематичний пошук можливостей для подальшого розвитку бізнесу.

Управління фінансовими ресурсами акціонерних товариств науковці пояснюють так [3]:

- один із найважливіших чинників забезпечення ефективної фінансово-господарської діяльності в сучасних умовах;
- заходи, спрямовані на оптимізацію фінансових механізмів підприємства, координацію фінансових операцій, забезпечення їх організованості та кращого «балансування»;
- система управлінських дій у сфері створення та використання накопичувальних фондів і позафондових фінансових ресурсів.

Тривалий час у вітчизняній практиці фінансові відділи акціонерних товариств не мали самостійного значення. Переважно

їх діяльність зводилася до проведення та обслуговування розрахунків з використанням чітко визначених документарних форм, складання простих фінансових бюджетів, планів і звітів, що не мали реально важливого значення щодо стратегії розвитку бізнесу.

Тільки бухгалтерська робота давала реальний ефект, тобто фінансову роботу було зручно поєднувати з роботою бухгалтерською в рамках однієї служби – бухгалтерської. Така практика організації фінансової діяльності і дотепер існує в переважній більшості українських акціонерних товариств. При цьому керівники повинні враховувати, що хороший бухгалтер не завжди є хорошим фінансистом.

У діяльності сучасних акціонерних товариств управління фінансовими ресурсами має бути спрямоване на досягнення наступних цілей: виживання компанії в умовах військової агресії, блекаутів, конкуренції; уникнення банкрутства та фінансового краху; збільшення ринкової вартості компанії; зростання темпів приросту виробництва, торгівлі і реалізації; збільшення виручки та зниження витрат; забезпечення прибуткової діяльності та ін. [4, с. 196-197].

В управлінні фінансовими ресурсами акціонерних товариств необхідно використовувати системний підхід, який підпорядкований загальним цілям розвитку і визначає доцільність управлінських рішень, роблячи кореляцію на ситуацію, а також ендогенні та екзогенні фактори впливу на бізнес-процеси.

Процес управління фінансовими ресурсами акціонерних товариств у сучасних умовах господарювання включає такі основні фази:

- 1) визначення та постановка проблеми;
- 2) вивчення досвіду ефективних фінансових менеджерів;
- 3) генерування альтернативних рішень;
- 4) прийняття оптимального управлінського рішення;
- 5) практична реалізація обраного рішення;
- 6) оцінка ефективності результатів імплементації рішень [3].

Під час першої фази процесу управління фінансовими ресурсами менеджери акціонерного товариства визначають проблеми та нереалізовані можливості на основі оцінки попередніх рішень.

Під час другої фази фінансові менеджери аналізують виникнення подібних проблем і застосовують отриманий досвід, виходячи з поточних можливостей акціонерного товариства.

Протягом третьої фази головне – це дослідити та розглянути різні альтернативні варіанти та вибрати той, який забезпечить найбільший ефект.

Фаза 4 і фаза 5 тісно взаємодіють одна з одною. Під час четвертої фази аналізують можливі наслідки альтернативних варіантів і вибирають той, який найбільше відповідає поставленим цілям акціонерного товариства. П'ята фаза пов'язана з впровадженням раніше обраного варіанту рішень шляхом науково-обґрунтованого планування та підвищення кваліфікації працівників товариства.

Під час шостої фази оцінюють ефективність отриманих результатів після імплементації затвердженого варіанту рішення. При цьому проводять опитування працівників товариства, здійснюють перевірки якості виконання поставлених завдань, виконують контрольні та внутрішньо аудиторські функції, визначають соціально-матеріальний рівень задоволення співробітників і контрагентів. Механізм фінансового забезпечення підприємств спрямований на отримання максимального прибутку при мінімальних витратах фінансових ресурсів та з мінімальним ризиком для підприємства [5, с. 51].

Таким чином, одним з найважливіших факторів у сучасних нестабільних умовах, що зумовлює масштаби і темпи розвитку акціонерних товариств, їх місце та стратегію на ринку є ефективність управління фінансовими ресурсами. Пошук фінансових джерел функціонування та розвитку, забезпечення диверсифікованого інвестування фінансових ресурсів набувають все більшої ваги у їх фінансовій роботі в умовах загальної ринкової трансформації національної економіки.

REFERENCES:

1. Кулик Н., Соколенко Т. Технологія адаптації у системі управління підприємством. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 14. № 3. С. 96-100.
2. Пилипенко О.О., Ру І.І. Фінанси підприємства : навч.-метод. пос. Київ : Університет економіки та права «КРОК», 2011. 236 с.
3. Джерелейко С.Д. Управління фінансовими ресурсами промислових підприємств. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2010_1/156.pdf
4. Богма О.С., Павлова А.С. Особливості управління фінансовими ресурсами вітчизняних підприємств. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. №1(13). С. 195-199.
5. Румик І.І., Пилипенко О.О. Фінансове забезпечення підприємств: можливості використання когнітивного моделювання. *Вчені записки Університету «КРОК»*. №2 (66), 2022. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-66-44-52>

УДК 656.078.12

ЛИТВИШКО Лілія,

кандидат економічних наук, доцент,

Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

ВИСОЧИЛО Оксана,

старший викладач кафедри менеджменту,

Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

НЕЗДІМІНОВА Милослава,

здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,

Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

ЗБЕРЕЖЕННЯ РИНКУ ПАСАЖИРСЬКИХ І ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах, в період бойових дій на території України, дослідження ринку транспортних послуг є актуальним, оскільки багато логістичних ланцюгів було порушено, а сфера транспорту та логістики є однією з найбільш активних на нашому ринку транспортних послуг.

Транспорт є важливою складовою соціальної системи, має стратегічне значення для національної економіки, без ефективної роботи якого неможливе подальше підвищення суспільного добробуту. До основних завдань транспорту, можна віднести: своєчасне, якісне і комплексне задоволення потреб галузей економіки і населення в перевезеннях, підвищення економічної вигоди від роботи транспорту. Пріоритетним напрямом національної транспортної політики є формування національного ринку транспортних послуг.

На ринку перевезень транспортні компанії реалізують споживачам (вантажовідправникам і пасажирів) свій основний продукт - право на доставку вантажів, пасажирів, багажу до місця призначення, а також послуги, що супроводжують перевезення [1].

З початком війни, пасажирський транспорт України виявився надійним партнером держави і суспільства, але транспортна галузь зіткнулася з багатьма серйозними проблемами: як захистити свої підприємства та колективи за відсутності відповідного законодавства.

Виклики, які постали перед транспортною галуззю, виникли ще за роки до російсько-української війни. Через пандемію ринок почав прискорювати локалізацію та зміщення ланцюгів поставок ближче до країн, де виробляється або продається продукт. Але в 2022 році, при прийнятті управлінських рішень, перед

українськими транспортними компаніями постали такі проблеми, як [2]:

- відмова від накопичення. Чим більше товарів на складах, тим більша сума заморожених коштів; небезпечним є тривале зберігання товарів на складах – у разі ворожої атаки, вони можуть бути втрачені;
- зміна умов зберігання. Найбільші хаби (70-80% спеціалізованих складських площ) центральної та східної України, з початком бойових дій, були змушені перевезти товари на захід країни;
- складнощі з придбанням товарів. Проблеми пов'язані з обмеженим асортиментом і постачальниками, блокуванням портів і навантаженням на залізничну інфраструктуру;
- складність логістичних операцій. Блокпости, перевірки, комендантська година ускладнюють доставку вантажів. Крім того, резервні маршрути необхідно планувати заздалегідь через ризик нових ворожих атак.

Але незважаючи на проблеми, велика кількість українських транспортних компаній продовжує працювати. Підприємці закупають товари за кордоном, переважно в Європі, Америці і продають їх в Україні. Європейські та американські виробники вражають різноманітністю, якістю товарів і цінами, що робить імпорт вигідним, навіть, з урахуванням витрат на логістику.

Тому, в умовах реформування економіки України, необхідна виважена національна транспортна політика, яка враховуватиме специфіку галузі та її роль у процесі економічної та соціальної трансформації. Для створення ефективної системи правового регулювання ринку транспортних послуг, важливим є формулювання та закріплення основних положень національної транспортної політики. У сфері організації транспортних послуг, можна виділити такі напрямки: асортимент запропонованих послуг, має бути зорієнтований на потреби клієнтів; формування попиту на транспортні послуги, з метою прибуткової реалізації вже існуючих послуг.

Сьогодні транспортна галузь України задовольняє основні транспортні потреби населення та економіки в перевезеннях за обсягом. Сучасний стан транспортної галузі не повною мірою відповідає вимогам для ефективної реалізації процесу євроінтеграції в Україні та інтеграції національної транспортної мережі в транс'європейську транспортну мережу [3].

Тому транспортний комплекс країни в роки війни, в умовах

різкого збільшення частки міжнародних перевезень у загальному обсязі перевезень, потребує реформування та оновлення основних фондів; відповідно до вимог ринкової економіки, європейських та світових стандартів якості, удосконалення технології та підвищення якості транспортних послуг.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Маркетинг транспортних послуг: Навч. посібник / О. І. Зоріна, В. А. Волохов, І. В. Волохова та ін.; за ред. О. І. Зоріної. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 305 с.
2. Електронний ресурс: URL: <https://firtukr.org/shhodo-zberezheniya-rynku-pasazhyrskiyh-perevezen-pid-chas-vijny/>
3. Литвишко Л.О. Регулювання інноваційних процесів у транспортній галузі України. Інноваційний розвиток транспортного комплексу: монографія / за ред. проф. О.М. Ложачевської. Київ, 2021. С. 53–55.

УДК 378.1

ЛІСНІЧУК Оксана,

кандидат економічних наук, доцент,

Міжнародний європейський університет, м.Київ, Україна

ЦИФРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: РЕАЛІЇ ТА НОВІ МОЖЛИВОСТІ

Основним механізмом, що зумовлює все наростаючий розрив в якості і рівні життя, є міжнародний поділ праці який тягне за собою те, що за умов глобалізації через міжнародний поділ праці світ виявився поділеним на дві нерівні частини: відносно невелику групу економічно розвинених країн і велику кількість залежних від них країн. Можна назвати дві причини, що пояснюють це явище: під впливом початку масового виробництва, з одного боку, збільшився попит на сировину, з другого – здешевілося виробництво. Усе це, як і переворот у засобах транспорту та зв'язку, послужили «зброєю для завоювання іноземних ринків» [2].

Особливе місце займає предмет цифрового менеджменту – цифрові ресурси, що включають цифрові знання, цифровий капітал, цифрові активи, цифрові трудові ресурси і цифрове підприємництво, як основні виробничі фактори цифрової економіки.

Зазначимо, що методичний інструментарій цифрового менеджменту, як і його об'єктно-суб'єктна система, спрямовані на досягнення головної мети управління – інтегрованого, гармонійного розвитку держави, організації та особистості в умовах цифрової економіки.

Слід сказати, що нині досягнення цифрового менеджменту стають основою управління процесами включення компаній до

системи сучасного міжнародного поділу праці та у виробничу кооперацію з урахуванням поточних тенденцій цифрової трансформації управлінських процесів.

В наш час провідні компанії по всьому світу з різних галузей, починаючи від роздрібною торгівлі, фінансів та охорони здоров'я до державного сектора, запускають проекти цифрової трансформації для покращення якості обслуговування клієнтів та підвищення операційної ефективності враховуючи тенденції міжнародного поділу праці та потреб виробничої кооперації.

Компанії, що рухаються цією тенденцією, різноманітні: деякі з них є стартапами, інші – лідерами цифрової економіки, деякі, як і раніше, є традиційними фірмами, які адаптуються до більш цифрового світу, «платформної економіки» та екосистемних стратегій.

У зв'язку з цим виникає питання: що означає цифрова трансформація для бізнесу сьогодні, коли інвестиції в технології досягнуть 2,3 трлн дол. до 2023 року? [4].

Відповідаючи на це запитання, вкажемо на те, що цифрова трансформація унікальна, вона виглядатиме по-різному для кожної компанії, у зв'язку з чим важко дати їй вичерпне визначення, яке стосується всіх учасників ринку.

Проте у доповіді Всесвітнього економічного форуму та компанії Accenture цифрова трансформація у широкому розумінні визначається як «зміна галузей шляхом руйнування існуючих бізнес- та операційних моделей» [3].

На рівні компанії це означає інтеграцію цифрових рішень у саму суть бізнесу, глибокі зміни через створення нових бізнес-процесів, досвіду клієнтів та організаційної культури, маючи на увазі, що цифрова трансформація – це не просто зміна технологічних чи операційних рішень для бізнесу, скоріше – перетворення всіх сфер роботи організації – від того, як вона працює всередині, через цифровий досвід клієнтів, до цінності, яку клієнти отримують через послуги зовнішньоторговельної компанії.

Нині така форма трансформації має вирішальне значення для зростання бізнесу – вона дає компаніям можливість повною мірою розкрити свій потенціал, дозволяючи ефективно масштабуватись, охоплюючи нових клієнтів з мінімальними операційними накладними витратами, починаючи з фінансів, маркетингу та закінчуючи обслуговуванням клієнтів.

Хоча цифрова трансформація буде широко змінюватись в залежності від конкретних завдань та вимог зовнішньоторговельної організації, існує кілька спільних тем серед існуючих досліджень,

які керівники бізнесу повинні враховувати, коли вони приступають до цифрової трансформації [1].

В даний період виявлено п'ять операційних моделей для активного включення компаній до сучасного міжнародного поділу праці та у виробничу кооперацію: клієнт-центрована, ощадлива, побудована на аналітиці даних, «скайнет», відкрита.

Таблиця 1

Особливості операційних моделей включення компаній у процеси міжнародного поділу праці та виробничу кооперацію в умовах розвитку цифрової економіки

Операційна модель	Організаційна структура	Процеси	Люди	Культура	KPI
Клієнт-центрована	Децентралізована	Фронт-офіс	Розширення прав та можливостей фронт-лінії	«Спочатку клієнт»	Чистий дисконтований дохід (NPV)
Ощадлива	Стандартизована	Постачання та виробництво, підтримуючі функції	Оптимізація процесу	«Менше, значить більше»	Вартість
Побудована на аналітиці даних	Центр компетенцій / удосконалення передових технологій (CoE)	Підтримується можливостями глибокої аналітики	Швидке тестування та навчання	«Інтуїтивна прозорливість»	Повернення інвестицій (ROI)
Скайнет	Стандартизована	Виробництво	Автоматизація	«Інженерне мислення»	Співвідношення працівників, зайнятих повний робочий день
Відкрита	Локальна	Постійний діалог із зовнішнім світом	Співробітництво	«Спільне використання»	Чистий дисконтований дохід (NPV)

Джерело: складено за даними [3]

Відповідно, у клієнт-центрованій операційній моделі основні компоненти клієнт-орієнтованості: продукт, сервіс, відносини з клієнтами стають цифровими, організаційні структури децентралізованими, розширюються права та можливості фронт-лінії, використовуються різноманітні цифрові канали комунікації, інтегровані з продажами, для побудови взаємин із клієнтами та просування продукції.

Впровадження цифрових технологій кардинальним чином змінює середовище спільної діяльності та управління співробітниками у цифровій економіці. Завдяки використанню онлайн-інструментів, таких як Teams, Slack, співробітники можуть не тільки швидко обмінюватися будь-якою інформацією, але й глибше розуміти обмеження та залежність процесів, що покращує співпрацю. Більше того, цифрове середовище пропонує компаніям більше можливостей для співпраці, таких як ефективна віддалена робота, використання ринків професійних послуг або реалізація проектів у розподілених середовищах з кількома постачальниками, що було б неможливо без цифрової трансформації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бут-Гусаїм О. Г., Ковтуненко К. В. Цифровий менеджмент: проблеми та перспективи розвитку // Бизнес Інформ. 2020. №6. С. 297-304.
2. Abuselidze G., Mohylevska O., Kompanet N., Iushchenko L. Modern concepts and methodological recommendations for teaching economic disciplines: tasks of the course "Digital Management of Transport Infrastructure". Transportation Research Procedia. Vol. 63, 2022, pp. 2759-2766.
3. Digital Transformation Initiative in collaboration with Accenture: Unlocking \$100 Trillion for Business and Society from Digital Transformation. Executive summary. 2017. P. 16-17.
4. Przybysz-Smęda K. What Is Digital Transformation? Complex Guide for 2022. URL: <https://www.netguru.com/glossary/digital-transformation>

УДК 331.101.3

МАТІЯШКО Дарина

*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», м.Київ, Україна
Науковий керівник – **ВОНБЕРГ Тетяна**, канд. екон. наук, доцент,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», м.Київ, Україна*

УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ В НОВИХ СОЦІОЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Останні роки стали насправді великим потрясінням для українського бізнесу. Пандемія COVID 19, оголошення воєнного стану, економічна криза призвели до того, що багато великих, середніх та малих компаній виживають виключно завдяки своїй гнучкості та адаптивності. Нові підходи потребує і система управління персоналом в цілому та кожен її процес зокрема. Саме

тому важливим постає питання нового інноваційного погляду на систему управління мотивацією персоналу в нових реаліях.

Нагадаємо, що основний вектор процесу мотивації персоналу – це отримання максимальної віддачі від використання наявних працівників, що дає змогу підвищити загальну ефективність та результативність діяльності організації [1, с. 111]. Керівництво будь-якої організації має чітко усвідомлювати, що саме спонукає до праці її працівників; розуміти, як направити ці спонукання до досягнення цілей компанії.

Нестабільне зовнішнє середовище, загострення кризових явищ, руйнівні процеси в економіці України диктують необхідність розробки нової ефективної системи, в якій мають бути охоплені всі види потреб людини – фізіологічні, потреби у безпеці, належності, повазі, самореалізації.

Дослідження Forbes Ukraine показало дієвість таких заходів нематеріальної мотивації: навчання самостійного волонтерства (співробітники почали залучатись та очолювати волонтерські напрями компанії); фокус на фізичне та ментальне здоров'я (здоровий сон, інформаційна гігієна, кімнати реабілітації, спортивні зали, гаряча лінія психічної консультації, тренінги для керівництва); організація дитячого центру. Одна з компаній замість фактичної заробітної плати зафіксувала планову; введено бонуси за добровільну роботу під час сирен, за роботу на території де немає бойових дій, але є певна напруга, одноразова премія волонтерам. Компанія «Київстар» наперед виплачує річну премію, не чекаючи оголошення за рік, і додала виплати на релокацію, оренду житла, підтримку фахівців та їх сімей, які постраждали через військові дії. [3] Дослідження показали, що для побудови найбільш ефективної мотиваційної системи керівництву варто звернути увагу на нематеріальні винагороди, розвивати системи комунікації та базуватись на аналізі потреб людей (особливо в безпеці).

Очевидно, управління процесом мотивації персоналу в нових соціоекономічних умовах відіграє важливу роль. Адже, на сьогоднішній день російська агресія не перестає існувати, тому першочерговим є стимулювання працівників до діяльності, підтримання економіки України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Білик О.М., Полошко А.В. Формування ефективної корпоративної системи мотивації праці на підприємстві. *Інфраструктура ринку праці*. Одеса, 26 2018. Випуск 17. С.111-118. Режим доступу: http://market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/21.pdf
2. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник. К.: КНЕУ, 2014. 479 с.

3. Міроненко Т. HR під час війни. Як підтримувати та спрямовувати тисячі співробітників під час кризи. Кейси трьох великих українських компаній. Forbes. 2022. Режим доступу: <https://forbes.ua/inside/hr-pid-chas-viyni-yak-pidtrimuvati-ta-spryamovuvati-tisyachi-spivrobotnikiv-pid-chas-krizi-keys-trokh-velikikh-ukrainskikh-kompaniy-21042022-5566>

УДК 338

НЕБЖИЦЬКИЙ Богдан,

*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний
інститут, м. Хмельницький, Україна*

Науковий керівник: **НИКОЛЬЧУК Юлія**, *к-т. екон. наук, доцент,
завідувач кафедри фінансів, обліку та аудиту,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний
інститут, м. Хмельницький, Україна*

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найбільш важливих складових, які характеризують інноваційний потенціал підприємств, та одночасно є необхідною умовою його інноваційної діяльності, є фінансова стійкість. В науковій економічній літературі присутні різноманітні трактування фінансової стійкості, проте загальним її визначенням є наступне - це здатність системи зберігати свої якості в середовищі, яке динамічно розвивається, поверталися до початкового стану при виникненні певних порушень функціонування, долати можливі негативні впливи. Основою фінансової стійкості суб'єктів господарської діяльності є їх спроможність існувати та розвиватися в сучасному висококонкурентному середовищі, яке повсякденно змінюється, використовуючи наявні фінансові ресурси у відповідності до власних потреб та потреб ринку [1].

Вважаємо, що фінансова стійкість підприємства являє собою такий стан її фінансових ресурсів, при якому підприємство здатне своєчасно та в повному обсязі виконати взяті на себе зобов'язання перед усіма суб'єктами за рахунок власних та залучених коштів.

Для успішного управління фінансовою стійкістю необхідно чітко розуміти одну з головних складових її забезпечення – стабільна платоспроможність, за рахунок достатньої частини власного капіталу у складі джерел фінансування. Це дозволяє підприємству бути незалежним від негативних впливів ззовні, до того ж забезпечується незалежність від кредиторів і тим самим знижується можливий ризик банкрутства.

Зазначимо, що інноваційний розвиток підприємства в науковій літературі ототожнюється з поняттями інноваційного процесу, інноваційного потенціалу, інноваційної діяльності, розвитком інновацій.

Студіювання наукових джерел дозволило трактувати інноваційний розвиток як процес пошуку та створення нової продукції, ідей, використовуючи при цьому сукупність усіх наявних засобів та можливостей підприємства, що призводить в майбутньому до зростання конкурентоспроможності, формування нових ринків збуту та підвищення фінансової стійкості підприємства. Ключовими передумовами для інноваційного розвитку сучасних підприємств є висока інтенсивність нецінової конкуренції на ринку, наявність на підприємстві потужного інноваційного потенціалу для ефективного трансферу технологій та стійкий фінансовий стан.

Джерелами фінансування інноваційних розробок підприємства є власні або запозичені кошти, вибір джерела фінансування залежить від наявності у підприємства коштів, її фінансової стійкості, а також від цілей інноваційного розвитку того чи іншого проекту або самого підприємства.

В цілому фінансова стійкість підприємства визначає його конкурентні позиції на відповідному ринку, створює необхідні умови для інвестиційної діяльності та розвитку бізнесу на основі інновацій. При цьому варто враховувати дію внутрішніх та зовнішніх чинників, які здійснюють безпосередній та непрямий вплив на фінансову стійкість підприємства.

Зовнішні чинники, які необхідно враховувати для забезпечення стабільного фінансового стану підприємства включають макроекономічні, галузеві, правові та інші групи чинників, на які підприємство не має можливості впливати. Правові фактори – це передусім законодавчі зміни, зміни нормативів, які регулюють діяльність підприємств, макроекономічні фактори впливають на фінансову стійкість підприємства у зв'язку зі зміною наступних параметрів: темпи економічного зростання, рівень інфляції, рівень платоспроможності населення, структурні зміни, кон'юнктура відповідного ринку, зміна споживчих переваг тощо.

На внутрішні чинники, які забезпечують фінансову стійкість, підприємство може вплинути, до них належать, наприклад, організаційна структура та структура управління, характер інвестиційної політики, ступінь поширеності інновацій, рівень підготовки персоналу, рівень розвитку та тип організаційної культури підприємства.

Внутрішні фактори характеризують внутрішні можливості підприємства протистояти негативному впливу зовнішніх загроз та використовувати внутрішні можливості для ефективного розвитку, в тому числі і за рахунок широкого використання інновацій [2].

Розглядаючи фінансову стійкість як необхідну умову та основу розвитку інноваційного потенціалу підприємства, варто врахувати, що фінансова стійкість виступає результативним показником ефективності діяльності підприємства. З метою її поліпшення потрібно вітчизняним підприємствам збільшити обсяг власних фінансових ресурсів, розробити оптимальне співвідношення елементів капіталу, при якому у підприємства буде можливість вільно використовувати грошові кошти, при цьому буде забезпечено безперервне виробництво та реалізація.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ковальчук Н. О. Фінансова стійкість вітчизняних підприємств як передумова їх стабільного функціонування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. В.11. С. 368-371.
2. Токарев О.М., Гук О.В. Фінансова стійкість підприємств як передумова його інноваційного розвитку. *Сучасні підходи до управління підприємством: збірник наукових праць*. Київ, 2018. С. 284-291.

УДК 336

НЕЧИПОРЕНКО Аліна,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ, Україна*

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах постійних викликів на нестабільності зовнішнього економічного середовища надзвичайний інтерес становить концепція стратегічного менеджменту в банківських установах, адже ключового значення нині набуває саме стратегія розвитку, що полягає в пошуку дієвих напрямів та інструментів подолання конкуренції на ринку.

Стратегічний менеджмент в банківських установах є управлінським процесом підтримки рівноваги між цілями та задачами банку й наявними ресурсами в умовах постійних змін ринку і правил державного регулювання. Основною метою стратегічного банківського менеджменту є розробка, впровадження й розвиток таких напрямів банківської діяльності і банківських продуктів, котрі забезпечили б зростання доходів

банку в результаті встановлення ринкової вартості кредитної організації [1, с.88].

Стратегія банку розробляється та реалізовується упродовж тривалого періоду й стосується концептуально важливих для банку напрямів діяльності. Розробка стратегії починається передусім із визначення системи стратегічних цілей банку. Тобто здійснення стратегічного управління припускає вибір стратегії і розроблення плану заходів щодо її реалізації.

Структуру стратегічного менеджменту можна представити такими етапами, реалізація яких уможливить ефективне стратегічне управління сучасною банківською установою [1-3]:

1. Здійснення діагностики стану банківської установи (аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища; визначення факторів впливу тощо).

2. Визначення стратегічного бачення діяльності банку (стратегія банку є концепцією його діяльності, що визначає пріоритетні цілі, завдання і шляхи їхнього досягнення та виокремлює банківську установу серед конкурентів).

3. Уточнення місії та визначення стратегічних цілей банківської установи (місія ідентифікує загальні орієнтири, а цілі визначають конкретний стан банку, досягнення якого необхідне як на сучасному етапі, так і в перспективі).

4. Визначення стратегічного підходу й оцінка альтернативних стратегій (стратегія повинна забезпечити створення пакета взаємоузгоджених програм, спрямованих на забезпечення довготермінових конкурентних переваг банку).

5. Аналіз стратегічного вибору банку (оцінка стратегічних альтернатив, застосовуючи чітку методологію).

6. Затвердження і реалізація стратегії (ключовим моментом на цьому етапі є безперервність управління).

7. Оцінка результатів упровадження стратегії та коригування у разі необхідності стратегічного плану (контроль виконання стратегічного плану є важливим елементом стратегічного менеджменту і умовою стратегічного планування).

Концепція сучасного стратегічного менеджменту повинна бути основою стратегічного мислення, а її застосування характеризується такими особливостями [4, с.24–25]:

- вибір системного, ситуаційного та цільового підходів до елемента управління;
- вивчення позиції банків відносно їхньої стійкості на ринку банківських послуг для створення системи стратегічного менеджменту;

- необхідність пошуку й застосування баз стратегічної інформації;
- можливість прогнозувати наслідки рішень, що приймаються й впливають на ситуацію шляхом відповідного розподілу ресурсів, встановлення ефективних зв'язків та формування стратегічної поведінки;
- застосування набору інструментів та методів забезпечення фінансової стійкості банків як суб'єктів управління.

Ефективний стратегічний менеджмент в банківських установах передбачає своєчасне прогнозування змін, адаптацію та здійснення контролю за процесами на користь власників, клієнтів, стейкхолдерів тощо. Впровадження принципів стратегічного менеджменту, структурної модернізації, раціональної організації діяльності, застосування методів антикризового управління, вироблення дієвої системи мотивації, узгодження інтересів – це саме той інструментарій, що сприятиме досягненню поставлених цілей [5, с.75].

Отже, в сучасних економічних умовах жодна банківська установа не може успішно здійснювати свою діяльність без розробки концептуальних основ стратегічного розвитку. В умовах ринкових умов господарювання та постійних змін зовнішнього середовища, загострення конкуренції на ринку, стратегічний менеджмент є обов'язковою складовою ефективного управління банком. Стратегічне управління уможливорює гнучку реакцію на швидкоплинну кон'юнктуру ринку банківських продуктів, зменшує ризик прийняття нераціональних рішень, збільшує готовність банківської установи до ринкових змін в умовах економічної нестабільності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Довгань Ж. М. Менеджмент у банку. Тернопіль : Економічна думка, 2017. 512 с.
2. Baranovskyi O. I., Zherlitsyn D. M., Nechyporenko A. V., Sokyrko O. S. Econometric models of monetary policy effectiveness in Ukraine. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol 3. № 30. P. 226–235.
3. Kuzheliev M., Zherlitsyn D., Rekunenko I., Nechyporenko A., Nemsadze G. The impact of inflation targeting on macroeconomic indicators in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2020. №15(2). P. 94–104.
4. Коваленко В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика : монографія. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. 228 с.
5. Інноваційна модернізація менеджменту в умовах глобальної нестабільності : монографія / за заг. ред. А. Ю. Горбового ; Ун-т державної фіскальної служби України. Ірпінь-Білосток, 2018. 305 с.

УДК 338.246.025

НИЩЕНКО Євген,

аспірант

*Таврійський національний університет
імені В.І. Вернадського, м. Київ, Україна*

УНІФІКАЦІЯ ТА ІНТЕГРАЦІЯ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ МАЙНОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Мегатенденцією сучасного світового розвитку є висування нових економіко-правових концепцій, трансформації традиційних форм політико-правової організації, мобілізації нових джерел економіки та права, створенні та реалізації адекватних викликам способів та засобів охорони та захисту прав людини, суб'єктів підприємницької та іншої економічної діяльності. Ці процеси уніфікації та інтеграції не можуть не стосуватися державної політики майнових відносин як у теоретичному, так і практичному аспекті. Отже глобалізація сприяє ускладненню майнових відносин, диверсифікації форм взаємодії різноманітних елементів. Властивість комплексності державної політики розвиває різноманітні суб'єктивні обов'язки. Характерною рисою державної політики регулювання майнових відносин в умовах глобалізації є також включення все більшої кількості міжнародних норм до національного права власності. Отже комплексна державна політика регулювання майнових відносин має забезпечувати відокремленість оборотів грошових та інших фінансових коштів як об'єктів права власності, що розширить потенціал переливу та міграції капіталу, сприятиме глобальним інвестиціям. У той самий час регулювання ринкових процесів має бути побудовано таким чином, щоби стримувати спекулятивний капітал, його міграцію до «сірого» сектору.

Німецькі філософські, політекономічні та юридичні концепції лежать в основі політико-правових теорій регулювання майнових відносин більшості країн континентальної Європи і завдяки їм була сформована сучасна правова доктрина соціальної відповідальності власності, яка знайшла своє відображення в конституційних актах Німеччини, Італії, Іспанії, Польщі, Словенії та інших країн. Ідеологія Великої Французької революції надала значний вплив на формування інституту регулювання майнових відносин у Франції, заснованого на принципі абсолютного характеру права власності. Зазначений підхід був реципійований конституційними та

цивільними законодавствами Швейцарської Конфедерації, Нідерландів, Бельгії, Греції та Португальської Республіки.

Аналіз інших норм матеріальних та процесуальних галузей права, законодавства та судової практики Європейських країн у аналізованій сфері показав, що тут простежується визначальний вплив пануючих принципів соціальної функції власності та абсолютного характеру права власності, що обмежується виключно законом [1].

В рамках англо-американської школи напрями наукової думки про регулювання майнових відносин засновані переважно на англійській традиції, що базується багато в чому на теоріях Джона Локка. Отже, до історично сформованих принципів комплексної державної політики регулювання майнових відносин в розглянутих країнах можна віднести верховенство закону і гарантований судовий захист права власності. Дослідження англійської доктрини, законодавства та судової практики показало, що право власності тут розглядається як міжгалузевий комплексний інститут, який, зважаючи на відсутність формалізованого основного закону та цивільного кодексу, заснований насамперед на прецедентному праві.

Слід звернути увагу на те, що для Великобританії характерне визнання права власності одним з основних об'єктів, що охороняються державою. Аналіз американської правової доктрини дозволяє зробити висновок, що у США право власності є переважно міждисциплінарним економіко-правовим інститутом, основою сучасного соціального ринкового господарства і розуміється як закріплена законом можливість поліпшення рівня життя. На підставі розглянутих положень блокового законодавства і правозастосовної практики в досліджуваній сфері слід зазначити, що відмінними особливостями регулювання майнових відносин в США є такі: диференціація на елементарну і складну моделі, що мають свої численні підвиди; особливий статус землі як об'єкта права власності; ширше поширення спільної власності, ніж одноосібної; детальна регламентація інституту довірчої власності; надзвичайно широке розуміння предмета розкрадання.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Глобалізація та регіоналізація як вектори розвитку міжнародних економічних відносин : колективна монографія / кол. авт. ; за ред. О. А. Довгаль, Н. А. Казакової. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 540 с.

УДК 338.246.025

ОЛІЙНИК Данило,
аспірант

*Таврійський національний університет
імені В.І. Вернадського, м. Київ, Україна*

СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА ІНДИКАТОРИ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Кращою є конкурентна політика, що має багаторівневий характер, що формується та здійснюється на підставі взаємодії органів державної влади та саморегульованих організацій підприємців, довгострокова, системно узгоджена з іншими напрямками державної економічної політики, обґрунтована на основі використання кількісних індикаторів та економіко-математичних моделей [1].

Проведений аналіз дозволив визначити сутність конкурентної політики на регіональному рівні як цілеспрямовану діяльність органів державної влади або місцевого самоврядування щодо підвищення рівня транспарентності товарних ринків та пов'язаних з ними ринків факторів виробництва, забезпечення рівності доступу різних груп економічних суб'єктів на товарні ринки, зниження ризиків формування монополії чи олігопольних змов, на забезпечення довгострокового сталого зростання ефективності соціально-економічного розвитку держави загалом та її регіонів.

Одним із найважливіших інструментів реалізації конкурентної політики на рівні регіону є оперативний контроль за дотриманням антимонопольного законодавства. Як показало дослідження, підставами для такого контролю можуть бути власна діяльність антимонопольних органів відповідного рівня, результати скарг і звернень громадян і суб'єктів підприємництва, прокурорські запити, звернення правоохоронних організацій та саморегульованих асоціацій та спілок суб'єктів підприємницької діяльності. Кількісними результатами застосування цього інструменту конкурентної політики є штрафні санкції, що накладаються на суб'єктів підприємництва за виявленими фактами порушень монопольних та олігопольних обмежень розвитку товарних ринків. Характер конкретних санкцій регулюється нормами спеціального національного законодавства захисту конкуренції.

Актуальним напрямом реалізації функції контролю антимонопольного законодавства на регіональному рівні конкурентної політики є система державних закупівель.

Незважаючи на те, що в даній системі представлена досить жорстко регламентована послідовність дій, що здійснюються замовником у встановленому законом порядку і спрямованих на забезпечення державних або місцевих потреб, вона є найбільш поширеним джерелом порушень, причому як з боку виконавця, так і замовника контракту.

Загальний контроль над процесом закупівлі можна побудувати шляхом встановлення системи, що відстежує конкретні показники на окремих ключових етапах закупівель, дані показники в рамках даної роботи позначаються як ризик-індикатори порушень. Під ризик-індикатором у проведеному дослідженні запропоновано розуміти параметр закупівлі, вихід за межі експертного бар'єрного значення якого може вказувати на наявність відхилень під час закупівлі. При цьому експертне бар'єрне значення є таке значення ризик-індикатора, яке характеризує рівень відповідності процесу цільовим вимогам.

Виділено два елементи ризик-індикатора порушення: назву ризик-індикатора та його значення. Вибір самого ризик-індикатора здійснюється на основі аналізу нормативно-правових актів, що регулюють діяльність у галузі закупівель, основних сценаріїв здійснення порушень, специфіки роботи та минулого досвіду. Встановлення значення може здійснюватись шляхом транслявання вимог відповідних нормативно-правових актів, аналізу історії проведення аналогічних закупівель, експертних оцінок.

Значення індикатора може бути встановлене для кожного окремого суб'єкта, що здійснює закупівлі індивідуально, що пояснюється як специфікою діяльності, так і географічними особливостями. Відмінність одного значення ризик-індикатора щодо окремої закупівлі від нормативного сама собою не вказує на порушення, загалом, і на будь-яке конкретне, зокрема, воно говорить лише про підвищений ризик його вчинення. Відхилення кількох ризик-індикаторів вказує на можливість скоєння порушення з більшою ймовірністю.

Система моніторингу закупівельної діяльності, заснована на використанні ризик-індикаторів, орієнтована на розвиток системи зовнішнього контролю в рамках конкурентної політики та внутрішнього контролю на рівні економічних суб'єктів, а також на оптимізацію видатків бюджету в результаті вдосконалення реалізації закупівельних процедур.

Запропоновано систему індикаторів оцінки ефективності реалізації конкурентної політики за кількісними та якісними

характеристиками дотримання норм антимонопольного законодавства органами виконавчої влади, що включає кількість порушень, вид прийнятого рішення за скаргою (обґрунтована, необґрунтована, частково обґрунтована, відкликання скарги), кількість штрафів, суму штрафів, відмітку про виконання винесеного розпорядження (виконано, не виконано) та ін.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Банчук-Петросова О.В. Умови успішного державного регулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Публічне управління та митне адміністрування. № 4 (31). 2021. С. 5-8.

УДК 330

ПАНЧУК Вікторія,

*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний
інститут, м. Хмельницький, Україна*

Науковий керівник: **НИКОЛЬЧУК Юлія,**
канд. екон. наук, доцент,

*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний
інститут, м. Хмельницький, Україна*

ІНВЕСТИЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Сьогодні Україна переживає найтривожніший момент у своїй історії. Щоб вистояти у війні, їй потрібна не лише сила зброї, а й економічне підґрунтя. Сподіватися на план Маршалла та іноземні інвестиції, вочевидь, можна лише після війни. Зараз ми як суспільство маємо розраховувати переважно на себе – а значить, на внутрішніх інвесторів, що так чи інакше пов'язують своє майбутнє з Україною.

Інвестування є драйвером розвитку інвестиційного клімату в Україні. У порівнянні з лютим 2022 року, коли компанії призупинили роботу, зменшився потік інвестицій у країну, сьогодні ситуація значно покращилася. Понад 80% міст та сіл країни вільні від окупантів. Люди продовжують жити більш-менш звичним життям. Від довоєнного відсотка працюють понад 40% закладів. Підприємці з окупованих місць знову починають бізнес, але вже в інших регіонах України. Щоденно відчиняються нові магазини, повертаються іноземні компанії, а інвестори стають ще більше зацікавленими в післявоєнному відновленні нашої країни. Це показник того, що гроші працюють на власників навіть під час

війни. Але чому це важливо для всіх, не тільки для великих інвесторів та власників бізнесів?

Економічна криза в країні сприяє інфляції гривні. Останнім часом долар стрімко зростає, це спричиняє низку підвищення цін на закордонні товари, паливо тощо. Аби Ваші збереження остаточно не знецінились, не потрібно тримати гроші на рахунку у банку. Робіть так, аби вони працювали на Вас і примножувалися. Звичайно, інвестувати – це завжди ризик. Особливо в підприємства країни, у якій триває повномасштабна війна.

Воєнний стан сформував певний список сфер, кошти на які спрямовувати потрібно та вигідно. Тож пропонуємо розглянути кожен з них [1]:

- ІТ-компанії

Сфера ІТ завжди була тим сектором, що приносить великі суми бюджету країни. Навіть за час війни наші айтівці додали до бюджету найбільшу суму коштів із-поміж усіх інших сфер.

Оскільки ІТ-ринок має світові масштаби та спрямований на роботу із закордонними компаніями, немає прив'язки до географічного розташування співробітників – наразі це топсфера, куди можна спрямувати частину свого доходу.

- Нерухомість

Окупність комерційної нерухомості у два-три рази вища за житлову. Можливо придбати комерційну нерухомість навіть в історичному центрі українського міста зі знижкою. Наприклад, нещодавно у Львові була нерухомість площею 1168 м² та за ціною у 3,5 рази нижчою, ніж до війни.

- Франшизи продуктових магазинів та закладів харчування

Навіть за умови підвищення цін ніколи не буде спаду прибутку у сфері, пов'язаній із харчуванням (потрібно звернути увагу на кондитерські франшизи, невеликі кав'ярні або ресторани).

- Акції, криптовалюта

Акції давно стали одним із варіантів пасивного доходу. Сучасний напрямок – це інвестиції у криптовалюту та стейблкоїни, хоча й стабільні монети теж можуть падати в ціні.

- Воєнні облігації

Цей варіант підходить і підприємцям із великими статками, і звичайним громадянам усіх професій. Купуючи воєнну облігацію, Ви підтримуєте нашу армію й отримуєте виплату з нарахуванням відсотків згодом.

Щодо головних правил інвестування, в мирний чи в воєнний час – потрібно пам'ятати про диверсифікацію інвестиційного портфеля. Якщо коротко: диверсифікація – це розподіл коштів між

декількома сферами з метою зниження ризику та примноження прибутку. Обирайте не одну, а кілька популярних сфер і вкладайте гроші в них.

Крім цього, є ще декілька правил інвестування, на які потрібно орієнтуватись: робити аналіз ринку, щоб дізнатися щодо вигідних сфер для заробітку та інвестування; глибоко вникати, навчатись та розбиратись з тим, куди інвестуєте; давати грошам час на «попрацювати»; стежити за подіями та трендами у світі економіки [2].

Все це допоможе Вам навіть на початку шляху за назвою «інвестування» стати успішним вкладником та заробляти гроші під час війни.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Інвестиції сьогодні: 5 сфер, куди вкласти гроші й заробити під час війни. URL: <https://mc.today/uk/blogs/investitsiyi-sogodni-5-sfer-kudi-vklasti-groshi-j-zarobiti-pid-chas-vijni/> (дата звернення: 19.11.2022).
2. Міняти чи інвестувати: що робити з грошима під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/stylar/ukraintsam-hranit-dengi-vremya-voyny-sovety-1663256497.html> (дата звернення: 19.11.2022).

УДК: 331.1

ПЕНСЬКА Ірина

кандидат економічних наук, доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ШУМІЛО Є.І.

здобувачка 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Під стратегією підприємства розуміють головний напрям, комплексну програму дій підприємства що направлення на досягання головних стратегічних цілей підприємства. Щодо стратегії управління персоналом підприємства, то під цим поняттям розуміють комплексну програму дій направлених на ефективне використання персоналу на підставі чого досягається відповідність можливостей та відбувається досягання довгострокових цілей й виконання стратегій за видом діяльності підприємства.

Під час формування стратегії управління персоналом, потрібно чітко розуміння, що вона є складовою у загальній стратегії розвитку підприємства й у загальній у системі управління підприємством.

Формуючи стратегію управління персоналом, слід розуміти що вона є комплексною програмою дій, правил, рішень, принципів та норм, що мають бути направленні на ефективне використання персоналу. Стратегія управління персоналом має наступні ознаки: суть визначення стратегії розробка напрямків та програм дій і прийняття рішень щодо діяльності персоналу на підприємстві; відповідність кадрової політики та бізнес-стратегії; направленість її на ефективне використання трудового потенціалу; співставлення і виконання дій для забезпечення відповідності можливостей довгостроковим цілям і загальній стратегії діяльності підприємства.

Стратегія управління персоналом має охоплювати основні напрямки кадрової діяльності: відбір, просування та розстановка кадрів за ключовими позиціями підприємства; оцінка персоналу; формування системи винагороди, яка забезпечує адекватну компенсацію та мотивацію персоналу на всіх рівнях; розвиток персоналу, що включає механізм підвищення кваліфікації та просування службовими сходами [1].

Під час розробки стратегії управління персоналом слід враховувати головну особливість, яка полягає у тому, що людські ресурси специфічні і мають відмінні якості від інших ресурсів підприємства. Специфіка їх виражається у тому, що:

- під час управління важливим є психологічні фактори;
- має використовуватися мотиваційні та стимулюючі засоби;
- оскільки працівники наділені інтелектом, то слід враховувати емоційність їх реакції на управлінські накази та виконання завдань; персонал постійно здатен до розвитку;
- для людського ресурсу характерно осмислення та цілеспрямованість;
- ефективність використання людських ресурсів, під час неправильного використання має особливість швидше зменшуватися у порівнянні із іншими ресурсами підприємства.

Керівництву підприємства під час розробки стратегії потрібно звертати увагу на його особисті та ділові якості працівників. Економічна цінність працівника визначається кваліфікацією, загальними знаннями, здібностями ефективно вирішувати складні проблеми, які дозволяють працівнику швидко пристосовуватися до економічних і соціальних умов життя [2].

Зазначимо, що важливим під час втілення стратегії управління персоналом у життя підприємства стає кадрова політика та необхідність її розробки. Кадрова політика включає принципи,

методи, форми організації з її формування, розвиток персоналу та його мотивацію і стимуляцію.

На досліджуваному підприємстві виходячи із проведених досліджень рекомендуємо розроблювати кадрову політику відповідно до активного її виду.

Активна кадрова політика полягає в наступному:

- керівництво організації має не тільки прогнози, а й засоби впливу на ситуацію;
- кадрова служба розробляє антикризові кадрові програми, здійснює моніторинг ситуації, регулює виконання програм відповідно до внутрішньої ситуації;
- керівництво організації має якісні програми кадрової роботи з варіантами їх реалізації при різних ситуаціях [3].

Побудова кадрової політики та впровадження її під час діяльності підприємства має відповідати загальній концепції розвитку підприємства. Кадрова політика має бути гнучкою і побудована так, щоб швидко реагувати на сучасні зміни середовищ зовні і в середині підприємства.

Враховуючи складність цього процесу та необхідність диференційованого підходу створити групи реагування в які мають увійти тимчасові робітники що мають проводити контроль за виконанням планів розвитку персоналу та цілей стратегії. Такі групи мають бути мотивовані різними надбавками та преміями, можливістю кар'єрного росту, підвищенням кваліфікації, тощо. Такі працівники мають оцінювати ефективність роботи підприємства під час управління персоналом відповідно до розробленої стратегії. Для підвищення ефективності цих працівників груп реагування слід залучати зовнішніх експертів, фахівців з управління персоналом.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Романюк Л. Стратегія управління персоналом та забезпечення відповідності конкурентній стратегії підприємства URL: <http://dSPACE.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/>
2. Романюк Л. Стратегія управління персоналом та забезпечення відповідності конкурентній стратегії підприємства URL: <http://dSPACE.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/>
3. Стратегічне управління стратегічними ресурсами URL: <https://dSPACE.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/12>

УДК: 331.1

ПРИЩЕПА Ольга,
*здобувачка 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Інститут Економіки та менеджменту,
Івано-Франківський національний технічний університет
нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна*
Науковий керівник:- **ПОЛЯНСЬКА Алла.,**
*д-р. екон. наук, професор,
Івано-Франківський національний технічний університет
нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна*

СТРАТЕГІЧНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

У сучасних умовах післявоєнної відбудови української економіки неабияку актуальність мають дослідження проблем розвитку інвестиційної привабливості регіонів України та забезпечення їх інвестиційного зростання, в основі якого лежать залучення масштабних інвестицій в реальний сектор економіки.

Ми вважаємо, що на даний час роль інвестицій різко зросла і в подальшому буде зростати, оскільки вони є основою стабільного економічного розвитку, який дозволить зменшити розрив в основних макроекономічних показниках між нашою державою та розвиненими країнами та створить міцний фундамент для стійкого соціально-економічного розвитку та підвищення рівня життя населення. Прикладом інвестиційного притоку коштів є план Маршала для України[2], тож в повоєнний час буде необхідність підвищувати інвестиційну привабливість регіонів України.

На сьогодні інвестиційну діяльність регіонів України обмежують такі чинники:

- повномасштабне вторгнення рф на територію України;
- незадовільний стан технічної бази підприємств;
- недосконала нормативно-правова база, що регулює інвестиційні процеси;
- низька прибутковість інвестицій в основний капітал;
- інвестиційні ризики;
- невизначеність економічної ситуації в країні [3; с. 300].

Ні для кого не секрет, що підвищення інвестиційної привабливості для України означає відкриття нових підприємств, додаткові податкові надходження, нові робочі місця та покращення іміджу країни як привабливого та інноваційного місця, що в свою чергу поводить інвестиції в громадську інфраструктуру.

Хочемо привернути увагу на те, що найважливішим стратегічним фактором є стан регіонального ринку праці. У випадку спеціалізованих послуг ключовим буде доступ до висококласних спеціалістів у тій чи іншій галузі (випускників та студентів відповідних напрямів підготовки). У свою чергу, для виробничих і складських підприємств важливіше загальне економічне становище регіону чи міста – відносно низька вартість робочої сили чи кількість безробітних готових працевлаштуватися. Це лише деякі фактори, які найбільшою мірою можуть визначити вибір місця для інвестицій.

Дослідивши низку стратегічних чинників інвестиційної привабливості, зокрема розглянувши інвестиційний потенціал регіонів Республіки Польща[4], ми виокремили ще один із ключових параметрів – це інфраструктура. Тут в основному йдеться про наявність офісних приміщень чи земельних ділянок під будівництво. Ставки орендної плати або ціни за метр землі часто є першим фактором, який аналізується при прийнятті рішення про інвестиції. Не менш важлива і транспортно-логістична інфраструктура. Для кожного з потенційних інвесторів важливо мати швидкий і ефективний зв'язок із країною походження компанії та її основними ринками збуту. Промислові підприємства, для яких розташування в межах міста є менш важливим, особливу увагу приділятимуть транспортному сполученню, автомагістралям і залізницям. Тут значною мірою є залучення окремих регіонів до процесу створення мережі автомобільних доріг в Україні та відповідне пристосування виїздів до потреб регіонів та потенційних інвесторів. Для інвесторів, які шукають офіси, надзвичайно важливий зручний доступ до клієнтів, а також працівників до робочого місця.

Проте, ми розуміємо, що відповідної інфраструктури та ситуації на ринку праці однозначно недостатньо. Важливим елементом, який враховується, є так званий підприємницький клімат, створений найбільшою мірою місцевою владою. Підприємці готові інвестувати в міста, де місцева влада готова до діалогу та співпраці. Важливі не тільки податкові пільги та стимули, а й спосіб побудови та підтримки відносин з інвесторами, а також професіоналізм та бажання працювати чиновників. Вважаючи, що ключем до підвищення ефективності системи є розуміння потреб клієнта, деякі регіональні центри організують регулярні зустрічі з інвесторами та роботодавцями, наприклад, у формі бізнес-сніданків, аукціонів, міжнародних форумів тощо. Вони дають змогу

постійно інформувати про діяльність регіону, а також дізнаватися про важливі проблеми та потреби підприємців.

Також необхідно підкреслити роль таких важливих інвестиційних стимулів як податкові пільги в економічних зонах, впровадження муніципальних інвестицій, які доповнюють приватні, є лише прикладами дій, як міста намагаються переконати інвестора вибрати об'єкти інвестування у їх регіоні. Це також і методи конкуренції між містами, які борються за підприємство, яке ще не визначилося з місцем для інвестицій.

Підсумовуючи, слід зазначити, що незважаючи на те, що кожен із розглянутих чинників є надзвичайно важливою для інвестиційної привабливості того чи іншого регіону нашої країни, ключову роль відіграє цілісна комплексна стратегія окремо регіону, яка враховує всі елементи, які прямо чи опосередковано важливі для приваблення майбутніх інвесторів. Досвід європейських країн, зокрема Республіки Польща, показує що конкурентну боротьбу за інвестиції виграють регіони, які присвятили час та енергію створенню комплексних стратегій обслуговування потенційного інвестора. Без якісної діагностики ситуації, аудиту внутрішніх процедур і якості менеджменту в офісах, а також дослідження ринку праці ефективно залучення інвесторів буде вкрай складним.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Paying Taxes: The global picture 2008 / Pricewater" houseCoopers, World Bank, 2009. URL: <https://www.dw.com/uk/plan-marshalla-dlia-ukrainy-iakym-vin-maie-buty/a-62274383>
2. Амоша О. І., Харазішвілі Ю. М., Ляшенко В. І. та ін. Модернізація економіки промислових регіонів України в умовах децентралізації управління : монографія. Київ : ІЕП НАН України, 2018. 300 с.
3. Nowa mapa pomocy regionalnej – lata od 2022 do 2027 Autorzy: Mariusz Wcisło, Michał Jaros.
4. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: вектори реального поступу : нац. доп. / за ред. Е. М. Лібанової, М. А. Хвесика. Київ : ДУ ІЕПСР НАН України, 2017. 864 с.
5. Buczowska, M. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne jako czynnik kształtowania rozwoju regionu., 2006. 156 с.

УДК 336.7

РИСІН Віталій

*доктор економічних наук, професор,
Національний університет «Львівська політехніка»,*

м. Львів, Україна

ПЕЧЕНКО Руслан

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»,

м. Львів, Україна

РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ФІНАНСУВАННЯ ТЕРОРИЗМУ

Цифрові фінансові інструменти упродовж останніх років набули значного поширення на ринку, що проявилось як у зростанні обсягу операцій з ними, так і у стрімкому зростанні капіталізації ринку віртуальних активів. Міжнародна спільнота та уряди окремих країн запровадили низку регулятивних норм для ринку віртуальних активів, що були скеровані передовсім на підвищення рівня прозорості цього ринку. Україна певний період часу відставала із розробкою правил для функціонування ринку цифрових фінансових інструментів, проте упродовж 2021-2022 років були зроблені спроби упорядкувати операції на цьому ринку та впровадити цивілізовані правила гри. Мова йде передовсім про Закони України «Про віртуальні активи» та «Про платіжні послуги». У першому з них визначено суть віртуального активу та низки пов'язаних понять, а також перелік учасників ринку віртуальних активів. У Законі «Про платіжні послуги» передбачено включення до грошових коштів електронних та цифрових грошей, визначено поняття «платіжний інструмент», «платіжний застосунок», «платіжний додаток» та «платіжна інструкція». Глава 5 зазначеного Закону регламентує питання емісії, використання та погашення електронних і цифрових грошей. Прийняття таких законодавчих актів безперечно стало серйозним поштовхом до розвитку платіжного ринку та застосування цифрових інструментів для здійснення розрахунків. Проте слід зазначити, що Закон «Про віртуальні активи» наразі не забрав чинності з огляду несення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей оподаткування операцій з віртуальними активами. Тому ступінь прозорості ринку віртуальних активів надалі залишається невисоким. У поєднанні з руйнівним впливом зовнішніх факторів, зумовлених агресією росії, це значно підвищує ризики використання цифрових активів як

інструмента для обслуговування руху транскордонних потоків тіншових і кримінальних капіталів, чи фінансування тероризму.

Питання розширення сфери застосування цифрових (віртуальних) активів впродовж останніх років стало об'єктом зацікавлення значної кількості вітчизняних та закордонних дослідників. Здебільшого такі дослідження зосереджені на криптовалютах. Зокрема, В.Коцур та М.Ігнатенко дійшли висновку, що стратегічні напрями використання криптовалюти як цифрового активу пов'язані з їх використанням не лише як фінансового інструменту, але і як інвестиційного інструменту [1]. Частина досліджень пов'язані з оцінкою тенденцій та ризиків цифрової трансформації фінансового сектору. Так, О.Баула та О.Лютак вважають, що для мінімізації ризиків цифрових трансформацій у секторі фінтех доцільно забезпечити створення нормативної основи, що регулює взаємовідносини з клієнтами по дистанційних каналах, та діяльність фінтех-компаній [2]. Р. Безпалій зазначає, що впровадження нових цифрових фінансових технологій сприяє посиленню конкуренції на фінансових ринках, а нові фінтех рішення допомагають компаніям істотно знижувати собівартість залучення та обслуговування клієнтів, оцінювати і попереджати наявні та нові ризики [3]. Поряд з тим, в сучасних умовах гострої актуальності набуває питання управління ризиками використання цифрових фінансових інструментів для обслуговування грошових потоків країни-агресора, уникнення санкцій, накладених Україною та міжнародними організаціями тощо. Такий аспект наразі залишається слабо висвітленим у дослідженнях вітчизняних авторів.

Питання розширення сфери застосування цифрових (віртуальних) активів в цілях легалізації (відмивання) кримінальних доходів, фінансування тероризму та розповсюдження зброї масового знищення потрапило у фокус уваги міжнародних та національних уповноважених структур відносно нещодавно. Проте стрімкий розвиток ринку цифрових активів, зростання капіталізації криптовалют та виявлення фактів їх використання для нелегальних фінансових транзакцій зумовили потребу розробки регулятивних стандартів і норм. Прикладом такого реагування стало прийняття у 2018 році 5-ої Директиви Європейського парламенту з протидії відмиванню грошей (Anti-Money Laundering Directive, AMLD5), яка була скерована на підвищення якості контролю за операціями з криптовалютами та електронними

грішми, формування прозорих реєстрів бенефіціарних власників, контроль за транзакціями з третіми країнами тощо.

Віртуальні валюти, маючи анонімний і транскордонний характер, можуть використовуватися для приховування незаконного походження або справжнього призначення коштів, використовуватися на етапах розшарування та інтеграції злочинних доходів в офіційну економіку. Не слід також відкидати можливість використання віртуальних активів для уникнення накладених міжнародними організаціями чи окремими країнами санкцій, а також для придбання та торгівлі забороненими речовинами і зброєю [4]. Реалізація політики протидії відмиванню грошей у сфері обігу віртуальних активів є ускладненою з огляду на обмежені можливості для належної перевірки користувачів, а також визначення переліку суб'єктів ринку, які підпадають під контрольні заходи. Крім того, необхідно чітко визначити заходи впливу, які могли б застосовуватися компетентним органом у сфері нагляду. За оцінками FATF, що найбільш значні ризики відмивання коштів/фінансування тероризму зосереджені в точках перетину віртуальних та фіатних грошей, що зумовлює необхідність регулювання обмінних операцій з віртуальними валютами, зокрема виконання надавачами послуг вимог до ідентифікації клієнтів та сповіщення про сумнівні операції [5]. Водночас, рекомендації FATF не надають конкретних вказівок щодо способів регулювання операцій з використанням віртуальних валют для придбання та оплати товарів або послуг. Очевидно, що регулювання не може бути надмірно жорстким, адже віртуальні валюти надають користувачу свободу вибору та стимулюють міжнародну платіжну активність. Проте ці валюти також можуть використовуватися для купівлі-продажу нелегальних (заборонених) товарів/послуг, кіберзлочинності, уникнення санкцій, відмивання доходів та фінансування тероризму, що потребує посиленого застосування чинних процедур контролю за обігом фінансових інструментів. Особливо актуальним цей аспект є сучасного фінансового регулювання в Україні, адже ризик матеріалізації загроз уникнення санкцій чи виведення капіталу структурами, пов'язаними з країною-агресором, є доволі високим. Поряд з тим, слід звернути увагу на загрози фінансування різноманітних терористичних угруповань, що діють і можуть продовжувати свою діяльність на звільнених територіях країни. Унеможливлення руху фінансових потоків на користь подібних організацій має стати одним із ключових питань економічної безпеки України.

Новітні цифрові фінансові інструменти дають користувачам низку вагомих переваг та можливостей. Такі переваги стосуються як зниження вартості здійснення транзакцій, так і скорочення часу на їх проведення. Зважаючи на відсутність будь-яких бар'єрів для доступу на ринок, обсяги торгівлі віртуальними активами та число учасників торгівельних операцій стрімко зростає. Водночас, процедури емісії та використання цих цифрових (віртуальних) активів часто недосяжні для регуляторної політики і є викликом для державних регуляторів фінансового ринку. Функціонування віртуальних активів поза офіційною фінансовою системою ускладнює визначення їх реального впливу на економічні процеси окремої країни та глобального ринку. З огляду на специфічну сутність віртуальних активів, вони мають високий рівень вразливості до використання у якості інструмента легалізації кримінальних доходів та фінансування тероризму. Така вразливість значною мірою зумовлена відсутністю чи недосконалістю регулятивних процедур щодо операцій з цим видом активів у низці країн світу. Побудову та імплементацію таких процедур вважаємо одним із пріоритетних завдань фінансового регулювання в Україні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Коцур В.В., Ігнатенко М.М. Стратегічні напрями використання криптовалюти як новітніх фінансових інструментів. *Економічний вісник університету*. 2022. Вип. 53. С. 7-12. URL: <https://cutt.ly/uMqwPFL>
2. Баула О. В., Лютак О. М. Цифрова трансформація фінансового сектору світової економіки: тенденції та ризики. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18(1). С. 111-122. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/12608/1/6100-Article%20Text-17044-1-10-20220630.pdf>
3. Безпалый Р. В. Тенденції розвитку цифрових фінансових технологій: глобальний вимір та українська практика. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 11. С. 42-47. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.11.42
4. Rysin, V., Rysin, M. *Vulnerability of Virtual Assets to Illicit Financial Flows. Economics, Entrepreneurship, Management*. 2021. Vol. 8. N. 1. P. 35-42. <https://doi.org/10.23939/eem2021.01.035>
5. FATF Guidance for a Risk-Based Approach to Virtual Assets and Virtual Asset Service Providers, 2019. URL: <https://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/recommendations/RBA-VA-VASPs.pdf>

УДК 005.4:656:061.23

СЕМЕРЯГІНА Мирослава,

старший викладач,

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

МОЛЧАНОВА Катерина,

кандидат економічних наук, доцент,

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ ГУМАНІТАРНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Організація логістичного забезпечення гуманітарними товарами є життєво важливим питанням сьогодення в Україні і хоча досвід організації доставки та розподілу гуманітарних товарів в умовах війни існує з 2014 року, все одно залишаються «вузькі місця» в сучасних логістичних схемах.

Відомо, що специфічними умовами гуманітарної логістики є [1, с.117-119]:

1) невідомість точних потреб, цілісності інфраструктури, умов в місцях гуманітарної катастрофи тощо;

2) обмеженість часу, який на вагу золота в умовах гуманітарної кризи, так як саме забезпечення вчасної доставки товарів та медикаментів може врятувати життя постраждалих людей;

3) дефіцит обладнання та засобів, яке потрібно для доставки, перевантаження, розподілу;

4) дефіцит повної інформації про розміри гуманітарної кризи у відповідних регіонах, що пов'язано з відсутністю єдиної інформаційної системи, яка б охоплювала інформацію про всі потреби та наявність запасів у відповідних гуманітарних товарах;

5) брак досвідчених вузькоспеціалізованих логістів в місцях гуманітарної катастрофи. Нестача яких пояснюється випадковістю таких подій та, відповідно, неможливістю забезпечити такими професіоналами відразу на місцях;

6) брак уваги світової спільноти до подій, що викликають гуманітарну катастрофу, або втомленість від них, що впливає на розмір фінансування гуманітарної допомоги, а відповідно і його логістичного забезпечення;

7) зловживання осіб, які займаються питаннями розподілу гуманітарних товарів.

Розберемо більше детально описані вище фактори та їх вплив на якість організації логістичного забезпечення в умовах сьогодення України.

Як і в будь-якій країні, саме державні органи мають найбільш детальну інформацію стосовно гуманітарних потреб. За рахунок взаємодії громадських структур та державних органів створена велика кількість е-платформ, де вказуються гуманітарні товари, в яких є потреба, серед яких найбільшими є е-платформа СпівДія [2], HelpUkraine.Cente [3]. Однак, на них не можна знайти конкретних цифр стосовно потреб, лише визначені загальні категорії товарів гуманітарної допомоги. Також, є е-платформи державних органів, наприклад Національна платформа продовольчої безпеки (Держспоживслужба) [4], MedData (МОЗ), на яких можна зйти конкретні потреби, в той самий час вони є вузько направленими: перша спрямована на продовольчі товари, друга – на медичні товари, і якщо Національна платформа продовольчої безпеки дозволяє знайти та підібрати перевізника для доставки товарів, то MedData є лише е-платформою зі збору потреб у медичних закладів та контролем за надходженням постачання медикаментів на склади, тобто організація доставки суто покладається на постачальників.

В Україні державні органи активно взаємодіють з громадськими організаціями та бізнесом в організації логістичного забезпечення сучасних гуманітарних потреб: створено логістичні хаби для сортування та транзиту закордоном за ініціативою приватного сектору та складські центри для прийому, транзиту та розподілу гуманітарних товарів в Україні на базі об'єктів державної, комунальної та приватної власності. Загалом, на території України більшість гуманітарних хабів зосереджена в західному та центральному регіонах, де не була пошкоджена транспортно-складська інфраструктура і вже для розподілу використовуються склади місцевого значення в звільнених та прифронтових регіонах.

Враховуючи значні обмеження транспортної інфраструктури та неможливість доставляти вантажі повітряним та морським транспортом в Україну напямую, значно збільшилося навантаження на автомобільний та залізничний транспорт. Саме тому активна участь в організації доставки гуманітарних вантажів автомобільним та залізничним транспортом державного сектору, приватних українських автоперевізників, логістичних та поштових провайдерів дозволила оперативно доставляти гуманітарну допомогу потребуючим. Серед найбільш активних учасників можна виділити Укрзалізницю, Укрпошту, Нову Пошту, Міст Експрес, Заммлер. Їх підтримують і закордонні колеги, пропонуючи або

безкоштовну доставку, або зі значними знижками, що значно здешевлює доставку гуманітарних вантажів.

В той самий час, на початку повномасштабної війни були значні черги на кордонах, які змогли усунути за рахунок облаштування додаткових пунктів пропуску, а також спрощення формальностей при митному оформленні та усунення необхідності наявності дозволів для автомобільної доставки гуманітарних вантажів. Окремі держави навіть анулювали оплату за пересування платними швидкісними трасами.

Проблема пошуку волонтерів-перевізників вирішувалася також окремо на кожному е-ресурсі, що направлений на надання гуманітарної допомоги. Так перераховані вище громадські е-платформи, дозволяють зареєструватися волонтеру-водію та в подальшому допомагати з доставкою, особливо на ділянці «останньої милі». Серед суто логістичних е-платформ можна назвати сервіс «Поміч» [5], на якому реєструються волонтери-водії та волонтерські організації, які потребують допомогу в доставці товарів. Однак, всі е-платформи відокремленими один від одного і не дозволяють відстежувати постачання.

Сумісна робота державних органів і волонтерських та благодійних організацій щодо логістичного забезпечення гуманітарних вантажів здійснюється оперативно, однак виникають проблеми пов'язані з надлишком одних видів гуманітарних товарів та високим дефіцитом інших. Основною проблемою тут можна визнати відсутність ресурсу, який би акумулював всі потреби та наявності запасів на задіяних гуманітарних складах, з метою запобігання надлишку чи дефіциту відповідних товарів, а також їх оперативного розподілу в точки, де саме вони потрібні в найпершу чергу. Відсутність прозорості щодо кількості та якості гуманітарної продукції вносить можливість зловживань, які перш за все пов'язані з розкраданням таких товарів, що створює недовіру у міжнародних благодійних організацій, які приймають активну участь у забезпеченні гуманітарною допомогою.

Саме тому, важливою та найбільш важкою частиною інформаційної підтримки логістичного забезпечення гуманітарної допомоги є створення єдиної державної електронної платформи, яка б дозволила:

- акумулювати інформацію про потреби за конкретними видами та детальним описом (якісні характеристики) гуманітарних товарів у відповідних регіонах. На даний момент в Україні немає

єдиного реєстру потреб в гуманітарних товарів, більшість е-платформ наводить орієнтовний список;

- акумулювати інформацію про існуючі запаси гуманітарних товарів за кількісними та якісними характеристиками на всіх задіяних хабах та складах, куди надходить та з яких направляється така продукція в точки розподілу. Щодо необхідності тих чи інших товарів, які можна направляти на ті чи інші гуманітарні склади можна знайти в загальному вигляді на е-платформах волонтерських організацій, інформація щодо наявності певних видів гуманітарних товарів взагалі відсутня;

- забезпечити взаємодію державних органів (МОЗ, військових адміністрацій тощо), благодійних і волонтерських організацій та логістичних компаній (перевізників, складських операторів) для швидкої взаємодії в створенні ланцюга доставки в регіони, де потрібні гуманітарні товари;

- забезпечити прозорість побудови ланцюгів постачання гуманітарних товарів за рахунок не лише організації інформаційної взаємодії між замовниками з доставки та логістичними компаніями, однак і можливість відслідкування шляху проходження таких товарів від точки походження партії до розподілу кінцевим споживачам.

Така платформа створить прозорість гуманітарних ланцюгів постачання, що дозволить якісно, в потрібних кількостях, в потрібні пункти, де населення найбільш потребує допомоги, за оптимальними схемами доставки розподіляти гуманітарні товари з оптимальними витратами. Крім того, така е-платформа буде сприяти збільшенню активності міжнародних благодійних організацій в наданні гуманітарної допомоги, так як саме прозорість ланцюгів постачання усунить фактор корупційних схем з розподілу, приклади яких, нажаль, існують і в Україні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Overstreet R. E. et al. Research in humanitarian logistics. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*. 2011. №1,2. P. 114-131.
2. СпівДія. URL: <https://spivdiia.org.ua> (дата звернення: 19.11.2022).
3. HelpUkraine.Cente. URL: <https://helpukraine.center/> (дата звернення: 19.11.2022).
4. Національна платформа продовольчої безпеки. URL: <https://dpss.creatio.com/> (дата звернення: 19.11.2022).
5. Сервіс «Поміч». URL: <https://www.pomich.org/shippers> (дата звернення: 19.11.2022).

УДК 336.71

СИГНИК Інна

*доктор економічних наук, професор,
Національний університет харчових технологій,
м. Київ, Україна*

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ ЇЇ ОНОВЛЕННЯ

Платіжна система України є індикатором стану національної економіки, одним із пріоритетних напрямків розвитку якої є модернізація та удосконалення фінансових інструментів, зокрема платіжних систем. Оскільки стан платіжного ринку має важливе значення для ринкової економіки, а сучасні паперові гроші не можуть задовольнити всіх запитів суб'єктів економіки, що виникають під час їх взаємодії, нагальними стають альтернативні засоби платежів. У результаті еволюції та під впливом цифровізації і глобалізації гроші продовжують змінювати свій вид та набувають досконалішої форми – найбільш придатної для використання у платіжних системах для розрахунків і платежів. Такий вплив позначається на стані грошового обігу.

У той же час стрімка й незворотна діджиталізація світу стала об'єктивним процесом, а її сутність і наслідки впливу на світову економіку є предметом дослідження та дискусій у науковому середовищі. Від науково-технічного прогресу, як однієї з основних рушійних сил глобалізації, залежить подальший розвиток фінансової сфери через використання інноваційних технологій, ідей і продуктів.

Для осучаснення платіжної системи України та її відповідності останнім європейським і світовим вимогам у сфері платіжних послуг постає необхідним вирішення багатьох питань, що передбачає повне перезавантаження і реформування національної платіжної екосистеми [2, 3].

З цією метою надзвичайно важливо, на нашу думку, розробити ряд нових концептуальних положень, а також відповідний стратегічний план розвитку платіжної сфери, з подальшою реалізацією теоретичних аспектів реформи у практичну площину. Прикладом для таких кардинальних змін може стати Друга платіжна директива, в якій закладено основні нововведення європейського ринку платіжних послуг і враховано сучасні тенденції розвитку фінансових технологій і діджиталізації.

Отже, необхідно виокремити такі положення й надати їм розвитку, зокрема й авторські рекомендації щодо внесення змін до

платіжного законодавства. На наше переконання, такі кардинальні зміни на ринку платіжних послуг країни дадуть змогу вирішити низку важливих питань і знайдуть відображення в сучасній парадигмі оновленої платіжної системи України.

На нашу думку, основними положеннями сучасної парадигми оновленої платіжної системи України, які зумовлять глибоку позитивну трансформацію та осучаснення, стануть: термінологічне оновлення законодавчої бази щодо платіжних систем і переказу коштів; функціональна модель оновленої платіжної системи країни; методологічні аспекти функціонування нового ринку платіжних послуг; виокремлення за категоріями суб'єктів оновленої платіжної системи країни; права та обов'язки суб'єктів ринку платіжних послуг; інформаційна безпека платіжної екосистеми; зміна платіжних технологій та проходження платіжної інформації у платіжних системах; методологія виявлення ризиків у функціонуванні платіжної системи; роль регулятора у сфері платіжних послуг; механізми запобігання виникненню надзвичайних ситуацій у платіжній системі; захист прав споживачів у платіжній сфері; законодавче забезпечення повноцінного функціонування платіжної системи країни; подальша інтеграція оновленої платіжної системи України у європейський і світовий платіжний простір.

Варто зазначити, що на даному еволюційному та глобалізаційному етапах розвитку платіжної сфери без вирішення названих вище надважливих питань подальший успішний розвиток платіжної системи країни неможливий. Наведений перелік таких питань достатньо великий, проте при успішному їх вирішенні платіжна система України перейде на зовсім інший, значно вищий, щабель свого розвитку і зможе стати прикладом для інших країн світу. Така амбітна мета має постати перед регулятором – Національним банком України, який відіграє визначальну роль у напрямку розвитку платіжної системи країни [1].

Одними з важливих аспектів запропонованої парадигми є інформаційна безпека платіжної системи та ризики, що можуть виникати при її діяльності, які необхідно контролювати, своєчасно реагувати на них і вирішувати.

Так, якщо йдеться про авторизацію платіжних операцій (дозвіл на їх виконання), то необхідно передбачити вирішення низки важливих питань, що у свою чергу потребують розробки й подальшого своєчасного регулювання, а саме: згода на проведення платіжної операції або її скасування; підтвердження наявності коштів; правила доступу до платіжного рахунку сервісами з

ініціації платежів; правила доступу і використання інформації про платіжний рахунок при наданні послуг з агрегації фінансової інформації; умови обмеження використання платіжного інструменту й доступу провайдерів платіжних послуг до платіжного рахунку; обов'язки провайдера і користувача платіжних послуг щодо платіжних інструментів та захисту індивідуальних облікових даних; повідомлення про неавторизовані або некоректно виконані платіжні операції та їх коригування; докази автентифікації (ідентифікації) та виконання платіжних операцій; відповідальність провайдера платіжних послуг і платників за неавторизовані платіжні операції; відшкодування платіжних операцій, ініційованих одержувачем платежу або через нього; запити про компенсацію платіжних операцій, ініційованих одержувачем платежу або через нього.

Авторизація платіжних операцій також є надзвичайно важливою для всіх суб'єктів платіжної інфраструктури, оскільки це стосується питань безпеки й захисту інформації клієнтів платіжної послуги, її надавачів та платіжних систем. Тому платіжна операція може вважатися авторизованою лише за умови, якщо платник дав згоду на її виконання. У свою чергу платіжна операція може бути авторизована платником до або, якщо це обумовлено між платником і його провайдером, після проведення операції. Згода на виконання платіжної операції або серії платіжних операцій має бути надана у такій формі, що узгоджена між платником і надавачем платіжних послуг.

Потрібно також передбачити обмеження використання платіжного інструменту й доступу провайдерів платіжних послуг до платіжного рахунку клієнта. Це може бути обумовлено в рамковому договорі, а саме провайдер платіжних послуг може зберегти за собою право заблокувати платіжний інструмент, наприклад, у зв'язку із загрозою безпеці, підозрами в незаконному або шахрайському використанні платіжного інструменту. Обов'язки користувача платіжних послуг щодо платіжних інструментів та захисту його індивідуальних облікових даних повинні полягати у виконанні умов видачі та використання такого платіжного інструменту. У свою чергу зобов'язання провайдера платіжних послуг щодо платіжних інструментів мають стосуватися всіх можливих заходів безпеки й захисту персональних даних користувача. Вчасне повідомлення клієнта про неавторизовану або некоректно виконану платіжну операцію повинно гарантувати йому компенсацію.

На наше переконання, платіжна система України не може стояти осторонь всеохоплюючої цифровізації та глобалізаційних

процесів, але якщо реагувати на них невчасно, ефект від запроваджених нововведень на ринку платіжних послуг не буде таким позитивним і корисним для всіх його учасників. Нині не можливо ігнорувати той факт, що загальносвітова сфера платіжних послуг незворотно рухається до «відкритого банкінгу» (Open API), про що свідчить прийняття і запровадження на території Євросоюзу Другої платіжної директиви (PSD2). Важливо усвідомлювати, що чим раніше будуть проведені зміни в українському платіжному законодавстві, враховуючи сучасний міжнародний і європейський досвід щодо платіжних систем і послуг, тим конкурентнішими стануть процеси в платіжній системі нашої країни, де кінцевим вигодонабувачем буде клієнт.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Про затвердження Положення про нагляд (оверсайт) платіжних систем та систем розрахунків в Україні : постанова Правління Національного банку України від 28.11.2014 р. № 755 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0755500-14#Text>
2. Ситник І. П. Концептуальні засади парадигми оновленої платіжної системи України. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. №3-4. С. 77-84; DOI:10.32680/2409-9260-2021-3-4-280-281-44-53
3. Ситник І. П. Методологічні основи функціонування оновленої платіжної системи України. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 4. (66). С. 126–133. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2019-66-17>.

УДК 332.1

ТЯЖКОРОБ Ірина,

*доктор економічних наук, доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

ШВЕД Ірина,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

МЕХАНІЗМИ ФІНАНСУВАННЯ МЕДИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ

Підвищення ролі людського капіталу у забезпеченні інноваційно-інвестиційного розвитку економіки регіонів обумовлює зростання значимості соціальної інфраструктури як сукупності необхідних умов для продуктивної праці та якісного відтворення робочої сили, а також гармонійного розвитку людської особистості.

Однією із компонент соціальної інфраструктури є медична підсистема, яка охоплює мережу поліклінік, лікарень, санаторіїв, закладів диспансеризації населення, інші заклади та підприємства медичного профілю. Наявність дієвих механізмів фінансування медичної інфраструктури дозволяє вчасно модернізувати медичні організації, підвищувати їхню забезпеченість сучасним обладнанням та надавати високотехнологічну медичну допомогу, що в результаті сприятиме зміцненню здоров'я та збільшенню довголіття населення регіону, задовольнятиме потреби в медичному обслуговуванні.

Так, реалізована протягом 2015-2020 рр. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я значно трансформувала фінансовий механізм державного управління системою охорони здоров'я [1]. Зокрема, серед фінансових гарантій надання медичних послуг та лікарських засобів, здійснюваних за рахунок коштів державного бюджету, є: повна оплата медичних послуг згідно з тарифом; фінансове забезпечення програм громадського здоров'я, заходів боротьби з епідеміями, проведення медико-соціальної експертизи, діяльності, пов'язаної з проведенням судово-медичної та судово-психіатричної експертиз, та інших програм у галузі охорони здоров'я, а також підтримка державних некомерційних підприємств охорони здоров'я [2]. При цьому органи місцевого самоврядування в межах своєї компетенції можуть фінансувати місцеві програми розвитку та підтримки закладів охорони здоров'я, наприклад, оновлювати матеріально-технічну базу, здійснювати капітальний ремонт, підвищувати заробітну плату медичним працівникам (місцеві програми стимулювання). Водночас проблеми недофінансування сфери охорони здоров'я все ще існують. Відтак питання подальшого удосконалення механізмів фінансування медичної інфраструктури стоїть у порядку денному на всіх рівнях управління економікою.

В цьому зв'язку цікавим є досвід європейських країн з високим рівнем розвитку людського потенціалу щодо залучення додаткових джерел фінансового забезпечення медичної інфраструктури. Наприклад, механізм фінансування системи охорони здоров'я в Австрії передбачає обов'язкове солідарне страхування. Зокрема, через соціальні страхові фонди та податки фінансується 75% витрат на охорону здоров'я та, майже, 25% надходить із приватних джерел, які складаються з прямих платежів, приватного страхування здоров'я, внесків неприбуткових організацій тощо. При цьому за реалізацію федеральних програм та фінансування стаціонарної допомоги відповідають регіональні фонди охорони здоров'я, кошти в які надходять від федеральних установ, установ

земель та інституцій з соціального забезпечення. Кожна земля має свою власну, керовану регіональним фондом охорони здоров'я, регіональну платформу, на якій земля представлена рівноправно із відповідними федеральними агенціями та стейкхолдерами (муніципальними органами, палатою лікарів, компанії, що керують госпіталями) [3].

У Німеччині ключовим учасником фінансування системи охорони здоров'я та реалізації стратегії розвитку медичних послуг на національному рівні є Міністерство охорони здоров'я. На регіональному рівні відповідальність за розроблення та впровадження законів, здійснення контролю за діяльністю підпорядкованих установ щодо фінансування інвестицій у госпітальному секторі несуть міністерства кожної землі. При цьому найбільшим фінансовим ресурсом, що забезпечує систему охорони здоров'я, є кошти населення, залучені шляхом обов'язкового страхування. В країні діє шість груп лікарняних кас, в кожену з яких задіяно від 20-30% населення країни. Лікарняні каси являють собою саморегульовані організації платників і надавачів медичних послуг, їх засновано регіональними фондами, фондами компаній, зокрема, добувних, залізничних, морських, сільськогосподарських підприємств, торгової гільдії.

Головні функції з охорони здоров'я у Великобританії на державному рівні виконує Департамент здоров'я, діяльність якого є підзвітною парламенту. Крім того, значний вплив у встановленні стандартів, моніторингу та регулюванні системи охорони здоров'я відіграють урядові та незалежні організації, які опікуються рівнем якості медичної допомоги, захистом здоров'я населення, проведенням клінічної експертизи та ін. На регіональному рівні Департамент співпрацює з місцевими адміністраціями з охорони здоров'я, які гарантують якість та надання медичних послуг на відповідних територіях. Поряд із державними медичними закладами (госпіталями) вузького профілю функціонують приватні установи, де надається невідкладна допомога певних видів, джерелом їх фінансування є як приватні, так і державні кошти.

У Республіці Польща за рахунок бюджету воєводств фінансується система державної санітарно-епідеміологічної служби, яка перебуває у підпорядкуванні державних адміністрацій воєводств та повітів. Міністерство охорони здоров'я за рахунок державного бюджету повністю або частково фінансує високо-спеціалізовані медичні послуги, зокрема, хірургічні втручання на серці та судинах, трансплантацію органів тощо. Фінансове покриття вартості решти медичних послуг забезпечується за рахунок обов'язкового медичного страхування. Крім того, через

систему обов'язкового медичного страхування покривається й вартість ліків, ортопедичних виробів та пристосувань (частково або повністю у визначених законом випадках), а також деяких профілактичних послуг, наприклад, деяких профілактичних щеплень, спрямованих на імунопрофілактику інфекційних хвороб.

В Румунії існує кілька основних джерел фінансування системи охорони здоров'я. Так, провідну роль відіграє Національний фонд медичного страхування (67%), внески до нього є обов'язковими за деяким винятком для дітей, студентів, безробітних та малозабезпечених осіб. Готівкові виплати покривають 19% всього обсягу фінансування заходів з охорони здоров'я та складаються, переважно, з прямих платежів за лікувальні послуги від приватних надавачів послуг та платежів за ліки. На державний бюджет Міністерства охорони здоров'я припадає трохи більше 9% загального обсягу фінансування, його кошти використовується для інвестування та реалізації національних програм з профілактики захворювань. Місцеві бюджети покривають понад 3% всіх витрат на охорону здоров'я, які пов'язані, переважно, з оплатою технічного обслуговування, ремонтом та харчуванням при стаціонарному лікуванні. Іще біля 2% складають кошти інших міністерств, приватного страхування та ін. Слід зазначити, що добровільне медичне страхування становить лише 0,1% від загального обсягу фінансування системи охорони здоров'я в країні [4].

Таким чином, аналіз існуючих в європейських країнах механізмів фінансування системи охорони здоров'я доводить необхідність встановлення тісного зв'язку між державними та регіональними (територіальними) органами влади, приватними медичними закладами, страховими фондами, професійними асоціаціями медичних працівників щодо визначення правил роботи медичних закладів та фахівців, якості та рівня оплати медичних послуг, а також удосконалення нормативно-правового забезпечення такої взаємодії для врахування та узгодження позицій учасників медичного ринку. Крім того, підвищити ефективність бізнес-процесів закладів медичної інфраструктури регіону можна на основі консалтингового підходу до розвитку медичних установ. Організаційні аспекти застосування технології консалтингу представлено у науковій літературі [5, с. 276-295]. Реалізація консалтингових послуг в медичній сфері сприятиме підвищенню ефективності медичного бізнесу, результативності медичного персоналу у виконанні своїх обов'язків та покращенню медичної інфраструктури, що відповідатиме потребам населення регіону.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015-2020 років. URL: <https://uoz.cn.ua/strategiya.pdf>.
2. Закон України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення». *Відомості Верховної Ради України*. 2018. № 5, ст. 31. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-19#Text>
3. Österreichische Plattform Gesundheitskompetenz. URL: <https://oepgk.at/>
4. Maxim, L., Diaconu, C. and Maxim, A., The Evolution Of The Medical System And Health Status In Romania After The Collapse Of Communism. *CES Working Papers*. 2015. 7 (2A), P. 555-565.
5. Тяжкороб І.В. Просторові форми організації економіки регіону: стратегія розвитку та інвестиційне забезпечення : монографія. Київ : «Видавництво Людмила», 2018. 404 с.

УДК.65.011

ХАЛІМОН Тетяна,

доктор економічних наук, професор

Державний університет телекомунікацій, м. Київ, Україна

ПРІОРИТЕТНІ ВЕКТОРИ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні українського телекомунікаційного ринку характеризується значною динамічністю, що потребує постійного швидкого реагування та корегування методів управління, прийняття відповідних стратегічних рішень. Україна разом із світовою спільнотою здійснює свій науково-технічний та інтелектуальний поступ за часів четвертої промислової революції, який характеризуються завершувальною стадією етапу масштабного впровадження інформаційно-комунікаційних технологій та входить в еру освоєння нових передових, тобто проривних (frontier) технологій, що використовують існуючі переваги діджиталізації всіх сфер життя та взаємодії таких складових як штучний інтелект, інтернет речей, п'яте покоління мобільного зв'язку (5G), великі дані, робототехніка, 3D друк, дрони, блокчейн, генна інженерія, нанотехнології [1].

Інноваційна діяльність підприємства залежить від рівня наявного інноваційного потенціалу підприємства, який реалізується шляхом інноваційної активності. Основним забезпечувальним базисом інноваційної активності телекомунікаційного підприємства є провадження інноваційної діяльності шляхом реалізації інноваційного потенціалу. Так, П. Друкер розглядає інновації, як джерело економічного прогресу. Він наголошував, що інновації – це особливий інструмент підприємців, засіб за допомогою якого вони мають шанс створити новий вид бізнесу чи послуг [2, с.156].

Щодо інноваційного потенціалу підприємства, то В. Ю. Вострякова характеризує його в контексті поєднання ресурсів, можливостей та компетенцій в інноваційній діяльності [3, с. 64]. Він створює той діапазон можливостей, які доступні для застосування підприємством ісрозробки (або придбання) та здійснення інноваційної діяльності, спрямованої на суттєве поліпшення усіх аспектів господарської діяльності.

Синергія інноваційної діяльності та інноваційного потенціалу проявляється в інноваційній активності підприємства, яка є системною ознакою інтенсивності процесів інноваційної діяльності підприємства, що ґрунтується на наявному інноваційному потенціалі, який реалізується з метою отримання позитивного економічного результату, який уможливує сталий розвиток у довготерміновій перспективі. На думку Т. Гринько «...інноваційна активність підприємства - це специфічна оцінка інтенсивності інноваційної діяльності підприємства як основного фактора його розвитку та нагромадження абсолютних конкурентних переваг» [4].

Індикатори інноваційної активності підприємства показують ефективність функціонування та характеризують стан і тенденції в інноваційній діяльності підприємства, відображають їх дію у забезпеченні системи управління сучасними методами й інструментами, спрямованими на формування і поглиблення конкурентних переваг у напрямі розвитку підприємства [5].

До показників інноваційної активності телекомунікаційних підприємств доцільно віднести наступні: частка працівників підприємства, які залучені до науково-дослідних робіт та надання послуг, що пов'язані із науковими дослідженнями та розробками; рівень освоєння нової техніки та застосування новітніх технологій; рівень освоєння інноваційної продукції та послуг; частка матеріальних ресурсів, що застосовуються для наукових досліджень та розробок; рівень забезпеченості підприємства об'єктами інтелектуальної власності; інноваційний потенціал підприємства.

У 2010-2020 рр. обсяг витрат на інновації в Україні скоротився до 534 млн дол. США, тобто майже на 50%. При цьому в 2016-2017 рр. відбулося зростання інноваційних витрат до 909 млн дол. США із подальшим зменшенням до 343 млн дол. США. За останні 10 років частка інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств коливається від 13,8% до 18,9%, зокрема у 2020 р. - 16,8%. Найвищим показник був у 2016 р. – 18,9%. При цьому частка реалізованої інноваційної продукції промислових підприємств в загальному її обсязі залишалася дуже малою і за останні п'ять років не перевищувала 2%.

Кількість впроваджених інноваційних видів продукції протягом 2010-2020 років варіюється в межах 2-4 тис. У 2020 р. їх кількість зростає в порівнянні з 2019 р. на 90% – до 4066, проте не досягла найвищого значення, яке було у 2016 р. - 4139 [6].

Логічно несуперечливими є виокремлення наступних системних складових інноваційної активності телекомунікаційних підприємств: формування сучасного законодавчого базису, що стимулює та підтримує підприємницькі інноваційні ініціативи; удосконалення інституційного середовища, яке сприятиме спрощенню системи підприємництва та пошвавленню інноваційних процесів; запровадження програм державної підтримки та впровадження ринкових інструментів реалізації інноваційних ідей, продукції та послуг; фінансова лібералізація інструментів та механізмів державної підтримки та податкового стимулювання інноваційної діяльності; поширення науково-технічних програм, що передбачають інтеграцію та співпрацю освіти, науки та бізнесу; удосконалення системи інформаційного забезпечення та обміну результатами наукових винаходів, інтернаціоналізація інноваційного поступу шляхом налагодження партнерської колаборації з країнами-лідерами інноваційного розвитку; покращення якості стратегічного партнерства і співпраці із міжнародними організаціями в галузі телекомунікацій; пошвавлення публічно-приватного партнерства в сфері інноваційного розвитку підприємств та галузей; модернізація стандартів якості, імплементація сучасних норм та нормативів щодо покращення якісних властивостей і рівня інноваційності продукції та послуг; формування об'єктів інноваційної інфраструктури - державних, регіональних та галузевих інноваційних фондів, індустріальних парків, бізнес-інкубаторів, технопарків і вдосконалення механізмів та інструментів консалтингової підтримки інноваційної діяльності; стимулювання працівників підприємств до інноваційної активності та креативності діяльності освітніми, фінансовими та управлінськими важелями; підвищення рівня інтелектуалізації праці шляхом застосування проривних найсучасніших технологій та обладнання.

Інноваційна активність телекомунікаційних підприємств є вимогою сьогодення та ооб'єктивним еволюційним процесом, що має на меті винахід, продукування та реалізацію нових ідей та технологій., випуск інноваційної продукції та надання широкого спектру якісно нових високотехнологічних телекомунікаційних послуг, що відповідають потребам ринку та забезпечують високий рівень конкурентоспроможності телекомунікаційної галузі .

Конкурентне середовище, в якому функціонують телекомунікаційні підприємства характеризується швидкими технічними трансформаційними перетвореннями на основі науково-технічних та технологічних змін, тому важливого значення набуває інноваційна активність в контексті забезпечення зростання конкурентоспроможності з урахуванням існуючих ризиків функціонування. Тому пріоритетні вектори інноваційної активності телекомунікаційних підприємств націлені на зростання їх інноваційної спроможності, зміцнення інноваційного потенціалу галузі та забезпечення стрімкого інноваційного розвитку національної економіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Стан науково-інноваційної діяльності в Україні у 2020 році: науково-аналітична записка. Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда, Т.К.Кваша та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2021. 39 с. URL: <https://Users/admin/Desktop/AZ.nauka.innovatsiyi.2020-29.06.2021.pdf>
2. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке [пер. с англ.]. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000. 272 с.
3. Вострякова В.Ю. Динамічна модель інноваційного потенціалу підприємства. *Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова*. 2015. т. 20. вип. 2/2. С. 61–65.
4. Гринько Т.В. Сутність, складові та особливості категорії «інноваційна активність підприємства». *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. №8. С.30–32.
5. Гречан А. П. Теоретичні засади визначення інноваційного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2005. №7. С. 34–37.
6. Григоренко Ю. Частка інноваційної продукції в Україні не перевищує 2%. URL: <https://gmk.center/ua/infographic/chastka-innovacijnoi-produkcii-v-ukraini-ne-perevishhuie-2/>.

УДК 366.1-049.5(477)

ЧУНИЦЬКА Ірина,

доктор економічних наук, професор,

Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

КИРИК Іван,

здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»

Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

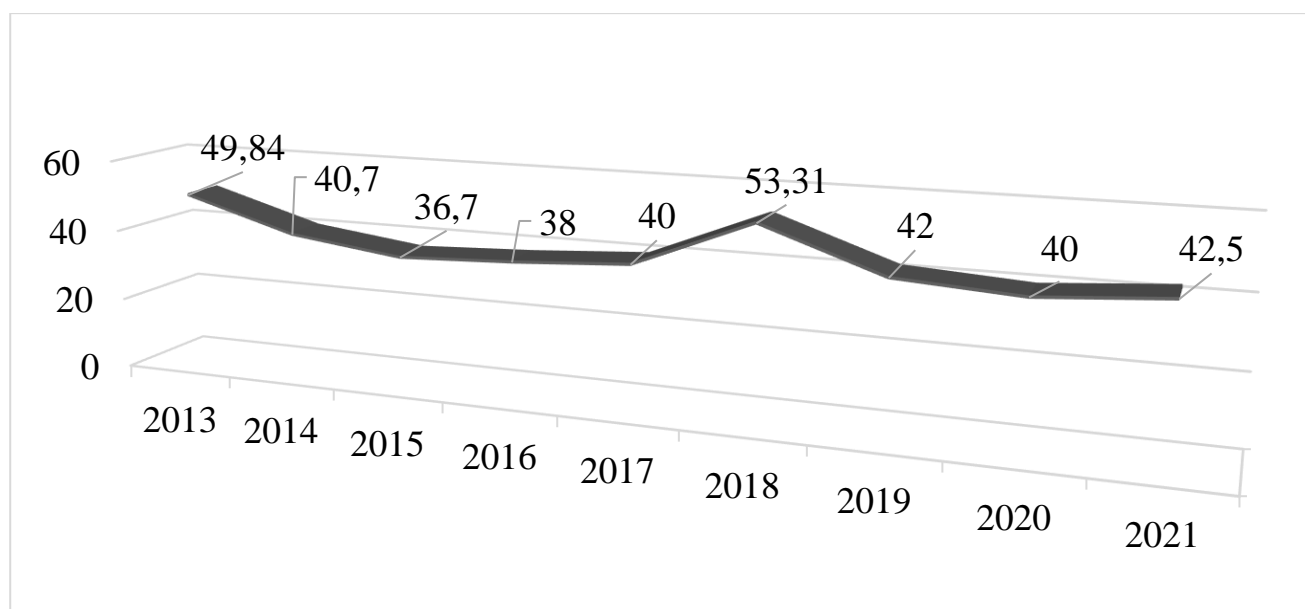
ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Фінансова безпека впливає та пов'язує разом усі сектори національної економіки, суб'єктів господарювання, суспільства, політики, фінансів тощо. На нинішньому етапі розвитку економіки України одним із головних завдань державної політики та одним із

найважливіших факторів національної безпеки, зокрема її стабільності, єдності, цілісності та сталого розвитку, є забезпечення ефективності фінансової безпеки держави, що зумовлює актуальність даної теми. Адже її гарантування має на меті подолання економічної кризи та підвищення добробуту громадян України, і як наслідок – досягнення економічного розвитку держави.

Оцінка фінансової безпеки здійснюється за системою показників відповідно до Методичних рекомендацій щодо розрахунків рівня економічної безпеки України [1]. На їх основі розраховується інтегральний показник фінансової безпеки, який також поділяється на 6 складових, які можуть стимулювати та негативно впливати на відповідну безпеку, а й їх порогові значення (рис. 1).

Протягом аналізованого періоду спостерігається низький рівень фінансової безпеки України, що є негативною тенденцією. Станом на 2021 рік значення 42,5%, що є вищим показником за останні 3 роки, але не свідчить про покращення фінансового стану держави. Можемо умовно розділити зони в яких перебувають показники фінансової безпеки, то від 0-20 % - абсолютно небезпечна зона для фінансової безпеки держави; 20-40% - критична зона; 40-60% - небезпечна зона. Так, протягом досліджуваного періоду показники перебували переважно в небезпечній зоні, винятком є 2015-2016 роки, де їх показник становив на рівні критичної зони. Знаходження рівня в небезпечній зоні є негативним і потребує однозначного вдосконалення.



**Рис. 1 Динаміка рівня фінансової безпеки України
за 2013 – 2021 р.р., %**

Джерело: побудовано автором за даними [2]

Тому необхідно вжити низку важливих заходів з боку державного уряду для зміцнення фінансової безпеки держави. Зокрема, ми погоджуємось з думкою думка О. Марченко, що для гарантування фінансової безпеки України доцільними є виконання таких заходів [3]:

- розробка ефективної стратегії фінансової безпеки;
- обґрунтоване відповідно до запитів формування та оперативного виконання державного та місцевих бюджетів,
- здійснення постійного моніторингу індикаторів фінансової безпеки;
- поточний контроль за діяльністю банківської сфери та розробка стратегії щодо удосконалення її функціонування;
- зміцнення національної валюти серед громадян та за кордоном;
- контроль за виведенням капіталу з України та здійснення заходів для легалізації цього процесу;

Також на нашу думку, у період глобалізаційних процесів, активного розвитку економіки виникає необхідність здійсненні перегляду даних, вважаємо за доцільне його проводити кожні три роки, що виступає середньостроковим терміном до оцінки стану фінансової безпеки. Затверджені у 2013 році Методичні рекомендації [4] враховували пріоритетність та аналіз показників відповідно до того періоду, тому, на нашу думку, їх актуальність на даний час втрачається та є застарілою. Підтвердженням цього є також дані Національного банку України, які вміщують в собі інші показники, відображаються у статистиці. Доцільним є вжиття комплексу таких заходів, що допоможуть відкоригувати підходи, що зазначені у Методичних рекомендаціях:

- для достовірності реальної ситуації стану фінансової безпеки України є необхідність розгляду Методичних рекомендації та їх переоцінки на середньостроковий період до 3-ьох років;
- визначення нової системи індикаторів на середньостроковий період, які будуть відповідати сучасним тенденціям тримання безпеки на належному їй рівні;
- розрахунок визначених індикаторів кожні півроку та доведення їх до нормованого стану;
- розробка стратегії з вмістом плану дії для удосконалення кожного із індикаторів;
- звітування даних щодо досягнення показників, методики їх розрахунку та оптимальних значень у відповідний звітний період [5].

Отже, можемо підвести підсумки методика розрахунку може бути уніфікованою для індикаторів, але їх перелік, на нашу думку, вимагає переглядів та важливих змін у середньостроковому часі.

Адже в сучасних реаліях зміни відбуваються надзвичайно швидко, а їх вплив є значним на економічну безпеку, зокрема фінансову. Якщо не здійснювати перегляд та коригування показників, можливе технічне упущення нових не визначених чинників впливу на фінансову безпеку. В свою чергу, розрахунок визначених індикаторів через кожних півроку сприятиме їх оптимізації та виведенням до нормованого стану. Основою ефективного функціонування держави виступає її економіка, а тому дуже важливим є забезпечення безпеки усіх її складових елементів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Василик О. Фінансова безпека. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 3 К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 952 с
2. Стратегія економічної безпеки України на період до 2025. Указ Президента України від 11.08.2021. № 347/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2021#Text> (дата звернення: 11.11.2021 р.)
3. Васильчишин О.Б. Шляхи підвищення рівня фінансової безпеки банківської системи України в умовах політико-економічних дисбалансів. *Гроші, фінанси і кредит*. 2016. Випуск 7. С. 221-225. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_7_44 (дата звернення: 10.1.2022).
4. Про затвердження Методичних рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29. 10. 2013 р. № 1277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text> (дата звернення: 11.11.2021 р.)
5. Ситник Н. С., Васьків І. М. Фінансова безпека банків як один зі складників фінансової безпеки держави. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: *Економіка і управління*. 2018. Т. 29 (68), № 6. С. 129 – 132. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbiecon_2018_29\(68\)_6_29](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbiecon_2018_29(68)_6_29) (дата звернення: 11.11.2022).

УДК 368.021(477)

ЧУНИЦЬКА Ірина,
*доктор економічних наук, професор,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*
ЯСЕНТЮК Анастасія,
*здобувачка 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ

Страховий ринок є важливою складовою фінансового ринку країни, виступає важливим джерелом фінансових ресурсів для економіки держави та значно впливає на рівень добробуту

населення. В свою чергу, позитивні зміни в економіці стимулюють діяльність страховиків, створюючи сприятливі умови для покращення загального фінансового стану країни шляхом вкладення накопичених ними ресурсів у різні сфери та галузі.

Страховий ринок є складною системою із багатьма взаємопов'язаними складовими, зв'язками, основним завданням їх функціонування виступає досягнення спільної мети. Йому притаманний окремий набір властивостей, якісних та кількісних характеристик [1].

Сучасний страховий ринок в Україні зараз переживає не найкращий час, так як на нього негативно впливають зовнішні і внутрішні фактори. У 2020-2021 роках одним із основних факторів впливу на економічні процеси та розвиток страхового ринку, зокрема, стало поширення пандемії COVID-19, станом на 2022 рік ключовим стримуючим фактором стали військові дії на території України.

Варто зауважити, що розвиток та функціонування страхових компаній на фінансовому ринку знаходиться в прямій залежності від рівня ефективності економічної системи, стабільності безпеки, інвестиційного клімату країни, макроекономічної ситуації та трансформаційної зміни. Ще однією важливою проблемою є проблема захисту прав споживачів. Концептуальні основи захисту прав споживачів страхових послуг в Україні все ще розвиваються та потребують якісного доопрацювання.

Результатом проблем, що існують на страховому ринку є зниження рівня довіри населення до страховиків та стримування його розвитку. Зокрема до них належать:

- низький рівень платоспроможності та ліквідності страховиків;
- наявність недосконалостей в бізнес-моделей страхових компаній:
 - недостатня прозорість ринку та недоліки при здійсненні корпоративного управління;
 - не врегульована проблема, що стосується захисту прав споживачів страхових продуктів;
 - недосконалість нормативно-правової законодавчої бази та її невідповідність відповідно до міжнародних стандартів;
 - неефективна система державного регулювання ринку страхування;
 - недостатньо розвинений внутрішній фондовий ринок, який виступає потенційним шляхом реалізації інвестиційної діяльності страхових компаній;
 - висока недовіра суспільства до фінансового сектору України, та до страхового ринку зокрема;

- невисокий рівень обізнаності, фінансової грамотності та страхової культури всіх учасників фінансової системи;
- досить низький рівень доходів населення України та його платоспроможності, що негативно впливає на здатність купувати страхові послуги та товари [2].

Ще однією важливою проблемою ефективного функціонування національного ринку страхування є невідповідність у розвитку її інституційно-організаційної та інституційно-правової складових. Нерозвиненість інфраструктури потребує швидкого пошуку методів вирішення ситуації, що склалася на страхового ринку України. На нашу думку, в умовах фінансової глобалізації, найефективнішою є модель така розвитку ринку страхування, що ґрунтується на модернізації її інфраструктури. Та повинна передбачати наступні заходи:

- формування інститутів альтернативних перестрахованню форм трансферу ризику страхових компаній;
- розроблення ефективного механізму реорганізації страхової компанії в разі її не конкурентоспроможності;
- запровадження інститутів, що матимуть за мету збирання, опрацювання, розкриття та обмін інформацією для запобігання виникнення страхового шахрайства, покращити рівень прозорості ведення страхового бізнесу та відповідно довіри страхувальників до страховиків;
- поширення використання краудфандингових бізнес-платформ для збільшення ємності вітчизняного страхового ринку, зокрема щодо покриття катастрофічних збитків в умовах нерозвиненості фінансового ринку;
- визначення нових стратегічних напрямків розвитку інфраструктури страхового ринку України під впливом фінансової глобалізації та військового стану на основні модернізації положень «Програми розвитку страхового ринку України та його інфраструктури» [3].

Важливою складовою успіху будь-якої страхової організації є наявність ефективних бізнес-процесів та корпоративної інформаційної системи, що забезпечує високий ступінь автоматизації роботи кожного підрозділу страхової організації. Від цього залежатиме гнучкість компанії, якість обслуговування клієнтів, процесна практика, рівень витрат і потенціал її майбутнього розвитку.

Сучасний електронно-цифровий світ відкриває багато можливостей для здійснення страхової діяльності, надаючи страховикам вичерпну інформацію для максимально точної та точної оцінки ризиків, які безпосередньо впливають на фінансову

стійкість страхових компаній. В свою чергу орієнтація українських страховиків на цифровізацію своєї діяльності робить їх конкурентоспроможними на національному та міжнародному рівні, а також дає можливість задовольнити потреби споживача у повній мірі.

Після дослідження багатьох наукових праць, можемо виокремити наступні три напрямки розвитку сфери страхування:

- за рахунок впровадження автоматизації внутрішніх процесів знизити сукупні витрати страховиків;
- важливого значення для забезпечення розвитку страхових компаній використовувати зарубіжний досвід;
- за допомогою Blockchain проєктів підвищити ефективність діяльності страховиків [1].

Досліджуючи останні роки варто підкреслити, що основним напрямком розвитку страхового ринку є застосування новітнього продукту InsurTech. Він виступає ефективним механізмом нагляду та контролю за страховим ринком. Ґрунтується на основі сучасних цифрових технологіях, що значно економлять час та полегшують життя користувачам. Дуже важливим є розуміння того, що зміни, які відбуваються під впливом новітніх технологій являються еволюційними [4].

Таким чином, можемо підвести підсумки, для стабілізації ситуації на ринку страхування доцільним є запровадження низку системних багатогранних заходів, спрямованих на досягнення усунення як уже наявних хронічних проблем, так і викликаних фінансово-економічними кризами, пандемією, військовими діями. Вітчизняний страховий ринок має базуватися на прозорості та відкритості прийняття та реалізації управлінських рішень.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Лащик І., Кондрат І. Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*. № 5 (66) 2020. С.105-112. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/66/894.pdf> (дата звернення: 09.11.2022).
2. Національний банк України. Біла книга. Майбутнє регулювання ринку страхування В Україні. Київ, квітень 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_insurance_2020.pdf?v=4 (дата звернення: 10.11.2022).
3. Татарин Н.Б., Лопушанський Р.В. Модернізація ринку страхування України в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 25. С. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/271> (дата звернення: 20.09.2022).
4. Insurance Trends To Watch In 2019. CBinsights : web-site. URL: <https://www.cbinsights.com/research/briefing/insurance-trends/> (дата звернення: 14.09.2022)

УДК 336.1:354

ШВЕЦЬ Наталія,

*доктор економічних наук, професор,
Національний банк України, м. Київ, Україна*

Шкварилюк Марта,

*здобувач 2-курсу освітнього ступеня
«доктор філософії»,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПОШИРЕННЯ ЗЕЛЕНОГО ФІНАНСУВАННЯ

Війна в Україні та інші військові конфлікти – це гуманітарні трагедії. Вони впливають на процвітання та соціальні результати в решті світу, включаючи загострення бідності, виникнення продовольчого дефіциту та скорочення доступу до джерел енергії. Кризи клімату, біорізноманіття, охорони здоров'я посилюють наслідки цих гуманітарних трагедій. На сьогодні очевидно, що ці численні й одночасні кризи відволікають увагу від пріоритетних середньо- та довгострокових цілей, таких як Цілі сталого розвитку (ЦСР) [1] і Паризькі цілі Кліматичної угоди [2] на короткострокові питання. Це загрожує сповільнити або навіть призупинити прийняття амбітних і надійних національних й міжнародних планів сталого розвитку, а також скорочує його можливе міжнародне фінансування. Глобальна співпраця та відданість основоположним принципам ЦСР (використання чистої енергії, відповідальної діяльності та споживання) повинні як ніколи реагувати на основні виклики нашого часу, включаючи кризи світової безпеки, пандемії та зміни клімату.

Зокрема, в Паризькій кліматичній угоді наголошується на необхідності фінансової підтримки найбільш уразливих держав для пом'якшення наслідків зміни клімату, оскільки для значного зниження шкідливого впливу від людської діяльності на навколишнє середовище необхідні масштабні інвестиції. Кліматичне фінансування також важливе в контексті адаптації, оскільки пристосування до клімату, що змінюється, вимагає значних фінансових ресурсів. У зв'язку з цим актуальність поширення та розвитку фінансування, що спрямоване на подолання існуючих вітчизняних та світових проблем, пов'язаних з погіршенням стану навколишнього середовища та відсутністю відповідальності за наслідки економічної діяльності (наслідки

природного та соціального характеру), в сучасних умовах набуває все важливішого значення. Існуючі публікації з питань зеленого фінансування здебільшого стосуються практичних аспектів цієї проблематики, однак, розуміючи всю важливість та нагальність розвитку цього напрямку фінансування, аналіз та дослідження теоретичних і методологічних підвалин ефективного розвитку та поширення зеленого фінансування, безперечно займають чільне місце в сучасній науці.

Звертаючись до теоретичних підвалин зеленого фінансування та розробляючи методологію його поширення й розвитку ми базуємося на науковій гіпотезі про реалізацію концепції сталого розвитку як найважливішої передумови для ефективного розвитку зеленого фінансування в межах окремо взятої країни та і світу загалом. На концепції сталого розвитку наразі базуються економіки усіх розвинених країн світу, що долучилися до ініціативи ООН 1992 року, оприлюдненій у документі “Порядок денний на XXI століття”[3].



Рис.1. Динаміка світового індексу сталого розвитку (SDG Index) за період 2010-2021 рр.

Складено за [4, Р. 7]

Дослідження концепції сталого розвитку проводила і надалі здійснює ціла низка зарубіжних та українських науковців. Зокрема до їх числа можемо віднести наукові праці таких дослідників як Білорус О., Вернадський В., Єгоров В., Калістов Ю., Мацейко Ю., Медоуз Д., Месарович М., Митрофанов В., Надоша, О., Пестель Е., Піонтковський А., Сорнетте Д., Туркотт Д., Форрестер Дж. та ін. В їхніх працях закладаються основи та розвивається концепція сталого розвитку, однак ми будемо проводити власне дослідження даної концепції в контексті виокремлення найголовніших

теоретико-методологічних основ, які формують сприятливу основу для поширення та розвитку зеленого фінансування.

Для того, щоб предметніше довести актуальність обраної тематики досліджень концепції сталого розвитку звернемося до аналітичних показників, що відображають стан розвитку цієї концепції у світі. Так для визначення рівня сталого розвитку країн у світі Всесвітньою організацією сталого розвитку (Sustainable Development Solutions Network) використовується індекс сталого розвитку (SDG Index), який розраховується для 157 країн світу на основі 100 показників, пов'язаних з досягненням ЦСР. Динаміка значення індексу сталого розвитку за період 2010-2021 рр. відображена на рис.1.

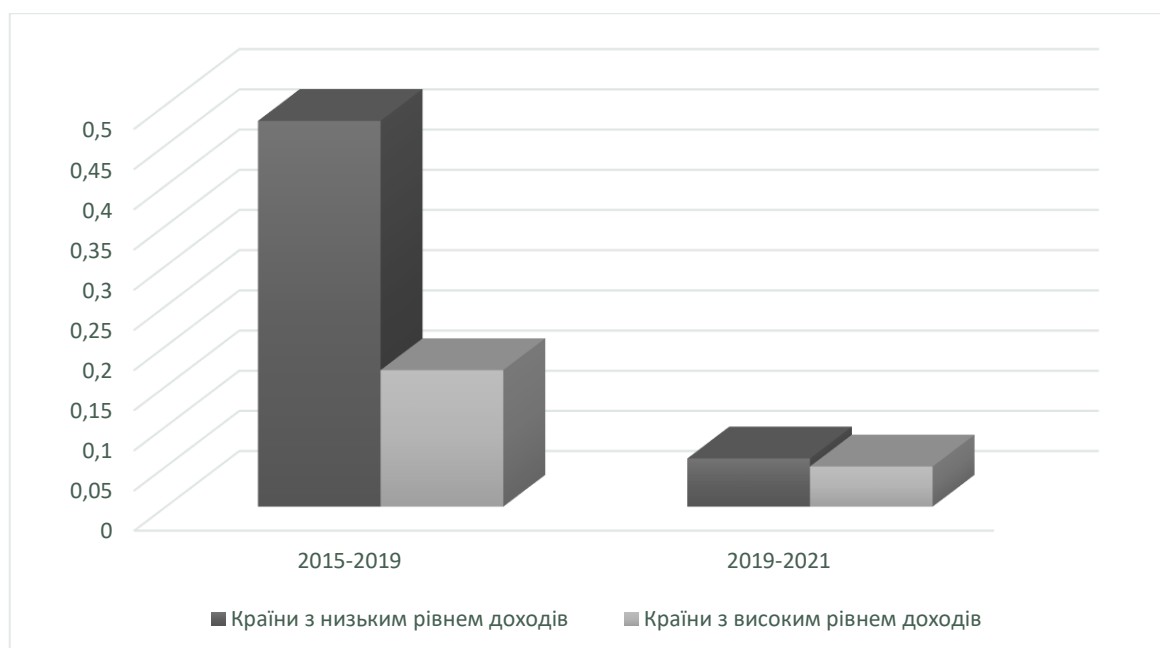


Рис. 2. Порівняння рівнів приросту індексу сталого розвитку (SDG Index) країн з низьким та високим рівнем доходів в періоди 2010-2019 рр. та 2019-2021рр.

Складено за [4, р. 11]

Протягом зазначеного періоду значення індексу невпинно зростало за виключенням двох останніх років, коли воно перебувало на сталому рівні 66. Середній показник індексу SDG навіть дещо знизився у 2021 році, частково через повільне або повну відсутність відновлення в бідних і вразливих країнах. Множинні кризи у сфері охорони здоров'я та безпеки призвели до зворотного прогресу в досягненні ЦСР. Це серйозний регрес, особливо враховуючи, що до пандемії у період 2015–2019 рр. світ прогресував у досягненні ЦСР зі швидкістю 0,5% на рік (хоча це також занадто повільно до

кінцевого терміну 2030 року). При цьому можна констатувати факт, що країни з низьким рівнем доходів показують більший прогрес, ніж країни з високим рівнем доходів (див. рис. 2).

Отже, досягнення цілей щодо клімату реалізується надто повільно, особливо в країнах з високим рівнем доходів, а тому відновлення та прискорення прогресу у досягненні ЦСР у всіх країнах, включаючи найбільш вразливі та найбідніші, має бути основним з пріоритетних планів міжнародної системи фінансування сталого розвитку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development». *General Assembly*. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/89/PDF/N1529189.pdf?OpenElement>. Останній перегляд 13 Жовт. 2022.
2. «Paris Agreement». *United Nations*. https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf. Останній перегляд 13 Жовт. 2022.
3. План дій на XXI століття. *United Nations*. <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/english/agenda21toc.htm>. Останній перегляд 10 Жовт. 2022.
4. Sachs, J., Lafortune, G., Kroll, Ch., Fuller, G., and F. Woelm. *SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT 2022. From Crisis to Sustainable Development: the SDGs as Roadmap to 2030 and Beyond*. 2022. Cambridge.

УДК 339

ШЕВЧЕНКО Ірина

*кандидат економічних наук, доцент, докторант,
Західноукраїнський національний університет, м. Харків, Україна*

ІНДЕКС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СУЧАСНИЙ ВИМІРНИК РІВНЯ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасні умови переорієнтації системи світової економіки характеризуються змінами не лише в соціально-економічному секторі країни, а й торкаються повністю всіх ланок існування держави. Економічне зростання, яке перш за все пов'язано із динамікою показника валового внутрішнього продукту (далі - ВВП), здійснюється за рахунок програм сталого розвитку. Розвиток глобальної економіки передбачає консолідацію економічної системи та подолання економічних проблем.

На сьогодні перед розвитком глобальної економіки постає багато проблем які потребують негайного вирішення. Вирішення

глобальних проблем стане запорукою ефективною системи глобальної економіки в умовах сталого розвитку. ВВП є найбільш широко використовуваний показник оцінки економічної діяльності. Багато вимірників глобальної економіки будуються у відношенні до нього, у співставленні з ним, або ж виходячи з нього.

Індекс невизначеності глобальної економічної політики (The Global Economic Policy Uncertainty Index) є середньозваженим за ВВП національних індексів невизначеності економічної політики (Economic Policy Uncertainty (EPU)).

Індекс невизначеності глобальної економічної політики розраховується Бейкером, Скоттом, Ніколасом Блумом і Стівеном Девісом [1] і базується на частоті слів у газетах, де згадується економічна невизначеність, кількості положень податкового кодексу, термін дії яких закінчується, і поширеності розбіжностей серед економічних прогнозистів. Він охоплює 21 країну: Австралія, Бразилія, Канада, Чилі, Китай, Колумбія, Франція, Німеччина, Греція, Індія, Ірландія, Італія, Японія, Мексика, Нідерланди, Росія, Південна Корея, Іспанія, Швеція, США Королівство та Сполучені Штати. Використовується поточне значення індексу доларів».

Загальні методологічні кроки для побудови щомісячних індексів EPU на основі новин є:

1. Вибір газет, журналів.
2. Підрахунок кількості газетних статей, які містять хоча б одне економічне (E) ключове слово, одне ключове слово політики (P) і одне ключове слово невизначеності (U) рідною мовою газета, про яку йдеться. Це вихідна кількість статей EPU.
3. Розгляд необробленої кількості EPU за мірою загальної кількості статей.
4. Стандартизація кожної місячної серії на рівні газети до одиниці стандартного відхилення на певну дату та середнє по газетах за місяцями.
5. Встановити середнє значення 100 до певної дати.
6. Усереднити набір кінцевих індексів, щоб отримати агрегований індекс (наприклад, зважений ВВП на країну).

Динаміка індексу невизначеності глобальної економічної політики 2019-2022 року представлена на рис.1.

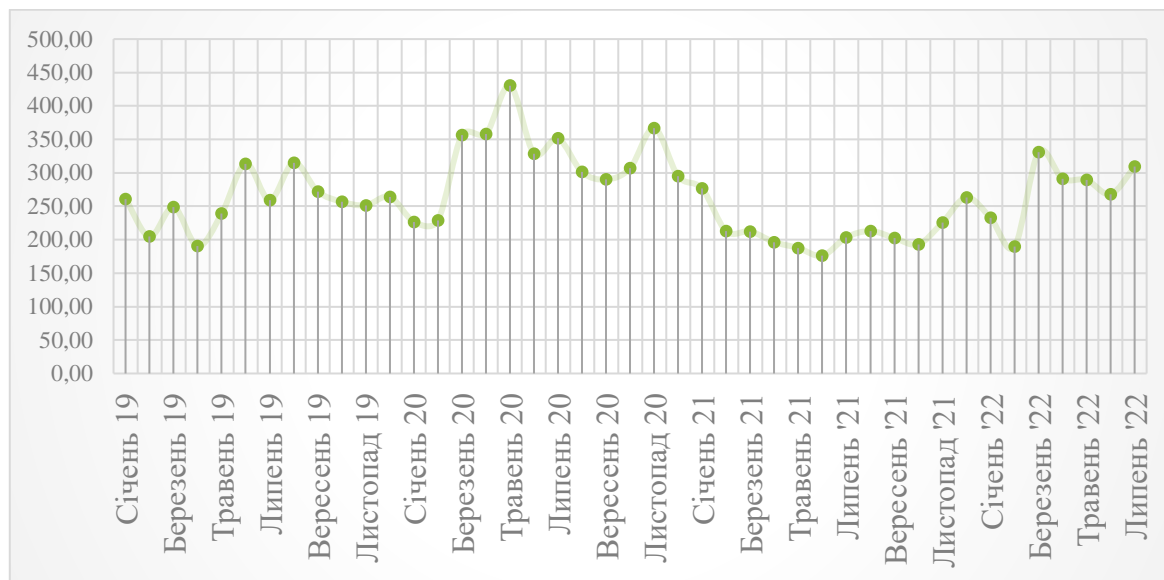


Рис. 1. Динаміка індексу невизначеності глобальної економічної політики 2019-2022 року

Протягом 2020 року та пандемії COVID-19 динаміка ілюструє чітко щоденне накопичення невизначеності економічної політики на основі новин. У липні 2022 року індекс невизначеності глобальної економічної політики становив 309. Це зростання порівняно з попереднім місяцем, але нижче, ніж у березні 2022 року, коли він перевищив 330. Індекс із березня 2022 року був величезним відхиленням від попередніх місяців, хоча, під впливом російського вторгнення в Україну. Індекс базується на частоті слів у вітчизняних газетах про геополітичну напруженість, термін дії податкових кодексів і поширеність розбіжностей між економічними прогнозистами». Індекс EPU є цікавим описовим показником того, якою мірою газети обговорюють проблеми економічної політики, використовуючи терміни, пов'язані з невизначеністю. Побудовані індекси корелюють з існуючими європейськими часовими рядами невизначеності, але також охоплюють національні зміни. У світі, що розвивається все швидше, прогнозування поточної ситуації може стати найпопулярнішою практикою у відділах, відповідальних за економічний аналіз. Текстові індекси мають перевагу в тому, що вони гнучкі, своєчасні та здатні виявляти приховані змінні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Baker, Scott R., Bloom, Nick and Davis, Stephen J., Global Economic Policy Uncertainty Index: Current Price Adjusted GDP [GEPUCURRENT], retrieved from FRED, Federal Reserve Bank of St. Louis; <https://fred.stlouisfed.org/series/GEPUCURRENT>, November 2, 2022.

УДК 658

ШЕВЧУК Денис

*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня “Бакалавр”
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*
*Науковий керівник: **БУРКОВСЬКА Анна**,
асистент кафедри менеджменту та маркетингу
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗПЕКИ ТА ЙОГО ФУНКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

На сьогоднішній день, перед нашою країною, в умовах війни, постає дуже багато проблем, однією з них є проблема безпеки всіх видів (військова, продовольча, інформаційна, економічна), на всіх рівнях соціально-економічної системи держави, та у всіх сферах суспільних відносин в державі.

Надзвичайна актуальність безпеки всіх видів зумовлює важливість проблематики її забезпечення, що ускладнюється не вирішеністю питань відповідного управлінського впливу, повноцінність якого можлива у межах менеджменту безпеки.

Одною із найважливіших функцій менеджменту безпеки в наш час є забезпечення захисту функціонування підприємств в умовах війни, тому що для країни під час війни підприємства є одним із головних доходів.

Кожна фізична і юридична особа з моменту свого створення постійно зазнає різних випробовувань і загроз. При цьому об'єктивні і суб'єктивні причини дуже часто ставлять під загрозу навіть всі життєво важливі інтереси комерційного підприємства. Перспектива небажаної альтернативи неминуче підштовхує підприємців до прийняття адекватних рішень, необхідних для досягнення наміченої мети. Але на шляху до неї, як правило, з певною циклічністю виникають перешкоди. У таких умовах треба, заздалегідь розрахувавши свої сили і засоби, спланувати свої дії таким чином, щоб забезпечити стабільне просування до обраної мети. Для цього керівництво підприємства повинно постійно планувати життєдіяльність підприємства. Ця управлінська функція дає найбільший ефект, коли вся система планування здійснюється на базі стратегічного планування, а виконання планів забезпечується стратегічним менеджментом взагалі, і особливо в системі безпеки. Зазвичай термін “план” трактується як один з напрямів при прийнятті управлінського рішення. Цей результат

упорядковує службову діяльність, що являє собою особливий комплекс захисту, — заходів, об'єднаних загальною метою, які конкретним виконавцям необхідно виконувати в певній послідовності і в установлені терміни. Першим ступенем на шляху до будь-якого досягнення є правильне визначення мети, яка є обдуманим образом прогнозованого результату, на досягнення якого спрямована конкретна діяльність. Якщо метою є забезпечення власної безпеки і безпеки підприємства, то в цьому випадку мається на увазі насамперед: створення умов для гідного існування окремих осіб, а також нормального функціонування і розвитку підприємства; охорона його персоналу і членів сімей, засобів і носіїв інформації, технічних та інших засобів, будівель і приміщень, майна, процесів виробничої, управлінської і комерційної діяльності від протиправних посягань кримінальних формувань, окремих осіб, посадових осіб державних органів, а також від інших дій, що несуть у собі загрозу для безпеки підприємства [1, с. 98-99]

Одним з ключових завдань створення комплексної системи забезпечення в Україні безпеки людини та підприємств є підготовка висококваліфікованих фахівців у цій галузі.

Важливе місце в сучасних підходах до менеджменту безпеки займає ефективна система добровільних повідомлень, яка припускає, що персонал відкрито інформує про події низького рівня й помилки у своїх діях на основі послідовного та справедливого дисциплінарного процесу (формування культури справедливих відносин), а також пропонує заходи для їх попередження і підвищення ефективності діяльності (формування культури добровільних повідомлень) [2, с. 302].

Система добровільних повідомлень дуже важливий підхід до менеджменту, адже в період війни багато уваги приділяється зовнішнім чинникам, і упускаючи деякі важливі моменти в внутрішній системі підприємства.

Таким чином, система менеджменту безпеки повинна призвести до встановлення таких виробничих умов, у яких працівники могли б порушувати питання, не побоюючись переслідування, залякування чи дискримінації. Сформована культура надання повідомлень, своєю чергою, дає змогу забезпечити ефективне організаційне навчання, за якого заохочуються критична позиція персоналу відносно виконуваної діяльності, активний пошук невідповідностей і можливих чинників небезпек, обмін накопиченим досвідом і пошук корисної для поліпшення діяльності інформації. Помилки, події низького рівня й

інші інциденти служать, у першу чергу, для отримання уроків і попередження їх у майбутньому; накопичений як позитивний, так і негативний досвід використовується для навчання всього персоналу й постійного процесу поліпшення [2, с. 303].

Отже в умовах нинішньої ситуації менеджмент безпеки відіграє дуже важливу роль забезпечуючи створення умов для гідного існування окремих осіб, а також нормального функціонування і розвитку підприємства, захист персоналу та членів сім'ї. Для цього застосовуються різні методи та підходи, за допомогою яких в період війни можна забезпечити продуктивність наших підприємств.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Левченко М. О. Менеджмент безпеки: навчальний посібник / Київ. Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2013.
2. Менеджмент безпеки як невід'ємний складник інтегрованої системи менеджменту підприємства URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/31.pdf.

УДК 352:070

ШИШКО Наталія,

здобувачка 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна
Науковий керівник: ***НЕІЗВЕСТНА Олена,***

канд. екон. наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна

ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ЗМІ В СИСТЕМІ “GOOD GOVERNANCE” (ПРАКТИКИ М. КРИВИЙ РІГ)

Ефективна робота органу місцевого самоврядування зі ЗМІ – «запорука формування адекватної громадської думки про діяльність органу самоврядування, шлях до створення режиму довіри між громадянином і органом самоврядування. З іншого боку, на законодавчому рівні засоби масової інформації визначені як інструмент забезпечення відкритості та прозорості влади. Тому робота зі ЗМІ – один з найвідповідальніших напрямів інформаційної діяльності органу місцевого самоврядування» [1].

Місцеві ЗМІ є важливим складником демократії. Як суспільний спостерігач, ЗМІ спостерігають за діяльністю органів місцевої

влади, захищаючи громадян від її зловживань, і поширюють ту інформацію, на яку є запит у суспільстві. Крім того, ЗМІ є трибуною для поширення інформації, дискусій та самовираження. Вони водночас транслюють і формують громадську думку.

Расмус К. Нільсен [2] перераховує основні функції місцевої преси, а саме:

1. Залучення представників громади до суспільного діалогу (для демократії важливо, аби кожен мав достатньо інформації та міг висловитися з питань, що стосуються громади. Долучати ці суспільні групи до дискусії, спостерігати за її ходом, повідомляти про її перебіг – ось завдання для місцевої преси).

2. Забезпечення суспільної згоди (ЗМІ долучають усі важливі суспільні групи до діалогу з метою досягнення консенсусу, згоди. Представники суспільства мають не тільки висловитися, але й дійти спільного бачення у суперечливих питаннях. Задля компромісу потрібне не лише представлення різних точок зору на проблему, а також і проведення компетентного обговорення порушених проблем).

3. Watchdogging (на сторожі демократії) (місцева преса має наглядати за владою, контролювати її)

4. Формування активної місцевої спільноти та відчуття причетності (медіа об'єднують громадян, повідомляючи їм про важливі місцеві новини, а громадяни – долучаються до вирішення місцевих проблем. Чим активніші ЗМІ, тим активніші громадяни. А це визначає якість демократії. Адже без громадян, що беруть участь у політичному процесі, демократія перетворюється на олігархію, а, можливо, й на автократію).

5. Простір для позитивних новин доступною мовою.

У м. Кривий Ріг офіційним друкованим засобом масової інформації є «Криворізька міська газета «Червоний гірник»», офіційним засобом передачі аудіовізуальної інформації є комунальне підприємство «Телерадіокомпанія «Рудана» Криворізької міської ради.

Основними сайтами, що забезпечують інформування громадськості м. Кривий Ріг, є офіційний вебсайт Криворізької міської ради та її виконавчого комітету (надалі – вебсайт) та офіційний вебпортал міста Кривого Рогу «Криворізький ресурсний центр» (надалі – вебпортал), що функціонує як найбільший інформаційно-довідковий ресурс міста. На базі вебпорталу (<https://krmisto.gov.ua>) діє його мобільна версія, окрема спеціальна версія, створена та доступна за допомогою 12 сенсорних інформаційних кіосків, розташованих на території міста, інтерактивна мультимедійна електронна енциклопедія інфраструктури міста «Місто на мапі» (<mapa.krmisto.gov.ua>),

мобільний додаток «Мій Кривий Ріг - Smart City» для використання в смартфонах з операційними системами iOS та Android. За допомогою цих сучасних інтерактивних програмних продуктів користувачі мають цілодобовий зручний доступ до актуальної інформації, що міститься в 186 електронних інформаційних ресурсах міста.

Автором роботи було проведено дослідження щодо рівня прозорості місцевих засобів масової інформації та об'єктивності висвітлення роботи місцевих органів влади. Для аналізу рівня були обрані емпіричні методи дослідження і розроблена анкета для опитування респондентів. В опитуванні рандомно прийняли участь 30 осіб віком від 25 до 50 років. Кожен із них задекларував, що він не є членом політичної партії, має вищу освіту і працює за наймом.

На питання „Чи є у вашому місті місцеві друковані засоби інформації?“, „Чи є у вашому місті місцеве телебачення?“, „Чи ведуть власні сторінки в соціальних мережах (мережі Інтернет) органи місцевої влади?“ 100% респондентів відповіли, що знають про їх існування, що свідчить про зацікавленість з боку громадян міста роботою місцевих ЗМІ.

Найбільш популярним джерелом отримання інформації про діяльність місцевої влади виявились Інтернет-джерела, серед яких найбільшою популярністю користуються сайти органів влади в соціальних мережах та офіційні веб-сторінки місцевих органів влади (рис. 1).

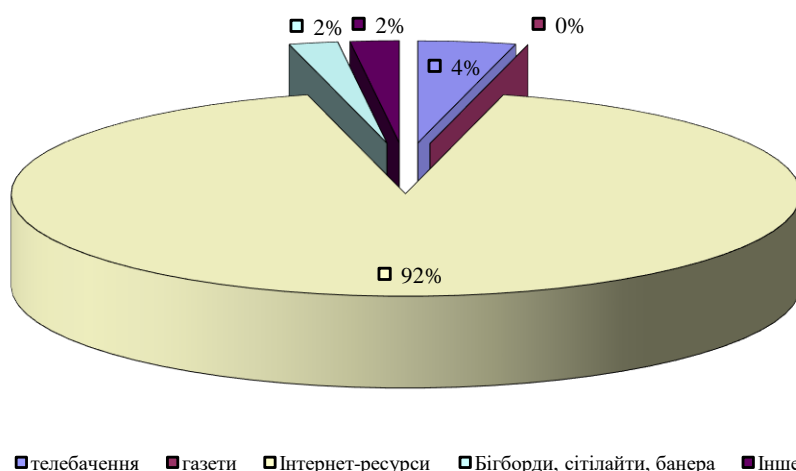


Рис. 1. Результати опитування щодо джерел, з яких громадянська отримує інформацію про діяльність міськради та міського голови

Джерело: складено автором

За даними опитування, газети взагалі не виступають джерелом інформації про діяльність міського голови та місцевої ради. Незначний обсяг інформації надходить в процесі міжособистісного

спілкування (з родичами, колегами, знайомими), з оголошень, листівок, які розміщуються в громадських місцях, під час прослуховування радіопередач. Проте, не зважаючи на незначний показник відсотка щодо можливостей отримання інформації з листівок, бігбордів, сітілайтів та банерів, 100% респондентів зазначили, що у місті є реклама, присвячена висвітленню діяльності міськради та міського голови. Тому, враховуючи дані рис. 1, ми можемо зробити висновок, що вона все ж таки розповсюджується через Інтернет-канали (а саме - сайти органів влади в соціальних мережах та офіційні веб-сторінки місцевих органів влади).

Наведений аналіз результатів опитування дає нам можливість стверджувати, що місцевим органам влади слід розвивати співпрацю із місцевими засобами масової інформації задля розширення каналів поширення інформації та налагодження суспільного діалогу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Рубановський К., Федорович О., Дуда А. Інформаційна відкритість органів місцевого самоврядування. Посібник для муніципальних посадовців. Івано-Франківськ: ГО «Агентство з розвитку приватної ініціативи». 2009. 96 с.
2. Nielsen R. K. Introduction: The Uncertain Future of Local Press // *Local Journalism the Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. London. – New York : University of Oxford, 2015. P. 13-17.

УДК (001.8:316.77):352(045)

ШИШКО Едуард,

здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: **НЄІЗВЕСТНА Олена,**
канд. екон. наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДОВІРИ ДО ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Рівень довіри в суспільстві може мати конкретний прояв і може змінюватися, так само як і рейтинг того чи іншого інституту влади. Рівень довіри до органів місцевого самоврядування досліджується як вітчизняними, так і іноземними науковцями. Серед них слід

виділити Бричко М., Євдокимову Б., Скрипник М., Палагнюк Ю., Пелін О., Van de Walle S., Bouckaert G. та ін. Виміри рівня довіри в суспільстві здійснюються як європейськими, так і українськими дослідницькими центрами, такими як SOCIS, Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова (Центр Разумкова), Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, компанія «GfK Ukraine» та ін. При цьому, практика досліджень використовує дві основні групи методів:

1. Емпіричні методи дослідження довіри, до яких відносяться: спостереження, експеримент, бесіда, інтерв'ю, анкетування, соціометрія, референтометрія, тестування, узагальнення незалежних характеристик тощо [1].

2. Аналітично-розрахункові методи дослідження довіри, до яких відносяться: ранжування та порівняння рейтингів різних соціальних інституцій, вимірювання різниці часток тих, хто довіряє, і тих, хто недовіряє інституціям, розрахунки індексу довіри до соціальних інституцій, розрахунки обумовленості довіри до соціальних інституцій, розгляд динаміки рівня довіри, визначення основних тенденцій розвитку, побудова пошукових трендів та розробка перспективних прогнозів [1].

Для аналізу рівня громадської довіри до органів місцевого самоврядування пропонуємо обирати саме емпіричні методи дослідження. Доцільним в цьому випадку є розробка емпіричної програми: визначення об'єкту, предмету, мети та завдання дослідження, здійснення вибірки дослідження соціально-психологічних чинників та соціально-демографічних ознак для створення вибіркової сукупності.

Об'єктом дослідження доцільно визначити відносини довіри громадян до органів місцевого самоврядування, предметом – чинники довіри громадян до органів місцевого самоврядування.

Метою дослідження доцільно визначити аналіз рівня довіри до органів місцевого самоврядування шляхом оцінювання змісту структурних складових відносин довіри громадян до органів місцевого самоврядування. Кожен з наведених структурних компонентів довіри слід розглядати як окремий чинник довіри.

Основними соціально-демографічними ознаками, за якими доцільно створювати вибірку сукупність, повинні виступати такі:

1. Вікові межі. Бажаними учасниками опитування повинні бути особи у віці ранньої, середньої та пізньої дорослості. Згідно з міжнародною періодизацією психічного розвитку «рання дорослість людини триває від 21 до 40 років, середня дорослість – від 40 до 60

років і пізня дорослість – понад 60 років» [2]. Вибір саме цих вікових категорій аргументований декількома причинами. По-перше, «доросла людина переосмислює набутий попередній досвід, визначається стосовно власних життєвих уподобань, створює власну систему поглядів, зокрема стосовно того, яку роль відіграє у її житті довіра і як нею правильно керувати. По-друге, у дорослої людини з'являються нові соціальні завдання, які їй необхідно вирішити, а саме: розпочати професійну діяльність, обрати партнера для подружнього життя, створити сім'ю, виховати дітей, вести спільне домашнє господарство, прийняти громадянську відповідальність і т. ін.» [2].

2. Освітній рівень. Зі здобуттям освіти у людини розширюється та збагачується її світогляд, переосмислюється її попередній досвід. Для вивчення впливу освітнього рівня на соціально-психологічні чинники довіри громадян до органів місцевого самоврядування у групі досліджуваних повинні увійти ті, хто має середню освіту, середню спеціальну освіту, неповну вищу, вищу та науковий ступінь.

3. Тип занятості (працюю за наймом, працюю підприємцем, не працюю, студент, на пенсії).

4. Належність до політичної партії (член організації, не є член організації).

5. Гендерний поділ із етичних міркувань доцільно не застосовувати.

Таким чином, наведена методика дозволяє провести вимір рівня довіри громадян до органів місцевого самоврядування, але показники емпіричного дослідження повинні охоплювати різні питання, аспекти соціально-психологічних чинників довіри громадян.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Пелін О.В. Новий підхід до виміру довіри громадян до органів влади та базових соціальних інститутів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота»*. Вип. 27. С. 148-151 <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/1862/1>.

2. Скрипник М. Дорослий у практичній андрагогіці. URL: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/pislya_dyplom_osvina/1_2016/%D0%A1%D0%9A%D0%A0%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%98%D0%9A.pdf

УДК 336.368

ШПІЛЬЧАК Ольга,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Івано-Франківський національний технічний університет
нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна*

*Науковий керівник: **КОРОЛЬ Світлана,**
кандидат економічних наук, доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет
нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна*

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СТРАХОВОГО РИНКУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

В умовах соціально-економічної кризи, політичної нестабільності та погіршення макроекономічних показників реального та фінансового секторів, особливо важливою є роль страхових компаній. Водночас, вкрай змінило становище ринку страхових послуг і повномасштабне військове вторгнення росії на територію України на початку 2022 року. Страховий ринок є своєрідним каталізатором основних процесів та розвитку економіки і виступає дієвим інструментом реалізації соціального та економічного захисту населення. Проте, наразі страховий ринок характеризується низкою проблем, які створюють перешкоди для розвитку страхового ринку та задоволенню потреб населення в отриманні якісного пакету страхових послуг.

На сьогодні однією з основних проблем страхового ринку, яка набуває особливої актуальності під час воєнного стану, є недосконалість нормативно-правової бази щодо регулювання діяльності страховиків. В умовах сьогодення можемо спостерігати значне падіння надходжень страхових платежів в компанії. Згідно опитування страховиків-учасників Асоціації «Страховий бізнес» лише 5% компаній стабільно та без проблем продовжують роботу. Біля 60% працюють, проте мають певні труднощі. Майже 30% стикнулись з вимушеним перериванням діяльності і лише частково відновили роботу, а 10% взагалі ще не можуть відновити операційну діяльність [1].

Для забезпечення фінансової стабільності на ринку страхових послуг необхідно здійснити ряд змін до діючого законодавства. По-перше, відмінити подвійне оподаткування страховиків – скасування оплати 3% від всіх страхових платежів та залишити тільки податок на прибуток. По-друге, надати можливість пільгового кредитування під строкові депозити, розміщені в українських банках, та наявні у страховиків ОВДП,

у яких знаходяться резерви. Наступним необхідно здійснити часткове вивільнення коштів страховиків з додаткових гарантійних фондів МТСБУ, що підуть на виплати постраждалим у ДТП громадянам. Також важливо стимулювати внутрішнє перестраховування за для забезпечення фінансової стійкості страховиків [1].

З іншого боку, пандемія COVID-19 виявила ряд проблем і в медичному страхуванні. На сьогодні в Україні діє бюджетна модель фінансування охорони здоров'я, проте майже половину медичних потреб населення самостійно. Вітчизняний стан охорони здоров'я характеризується застарілою матеріально-технічною базою, низьким рівнем фінансування, а отже, і низькою якістю надання медичних послуг. Однак, за останні роки спостерігається тенденція зростання попиту на добровільне медичне страхування. Відтак задля підвищення попиту на медичне страхування під час воєнного стану можна запропонувати медичне страхування учасників бойових дій. Їх фінансове забезпечення буде здійснюватися в такому випадку не лише бюджетною, а бюджетно-страховою медициною, яка може існувати як у формі добровільного, так і обов'язкового медичного страхування. Таке страхування матиме на меті компенсацію витрат, пов'язаних з наданням якісної медичної допомоги учасників бойових дій, відновленням здоров'я чи у разі смерті військовослужбовців [2].

Також, враховуючи сучасні реалії, постає нагальна потреба внесення змін до майнового страхування. Тільки в перший місяць повномасштабного вторгнення в Україну було зафіксовано руйнування на території 5,3 млн. квадратних метрів, а понад 219 тисяч осіб втратили власне майно [3]. При цьому, страховики не виплачують збитків, пов'язаних з пошкодженням чи втратою майна, оскільки шкода спричинена військовими діями є стандартним винятком у договорі страхування. Відтак вирішення цієї проблеми можна знайти у впровадженні багатостороннього механізму майнового страхування. Перша частина запропонованого механізму передбачає фіксацію та документування факту пошкодження застрахованого майна з використанням всіх можливостей передових технологій. Друга частина полягає у реалізації прав застрахованої особи та відшкодуванні збитків за втрачене майно. Реалізація другої частини можлива за сприяння уряду України, міжнародних організацій та українських страхових компаній, що можуть забезпечити реалізація права українського споживача страхових послуг через регулювання позовів до країни агресора [3].

Отож, зміни в фінансовій системі, які відбуваються на тлі повномасштабного воєнного вторгнення російської федерації, зумовляють необхідність реформування ринку страхових послуг. З однієї сторони, реформи мають стосуватися забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності страховиків, що сприятимуть розвитку страхового ринку та подоланню існуючих проблем. З іншого боку, зміни повинні забезпечити захист соціальних та економічних інтересів населення. Зрештою, мінливість зовнішнього середовища вимагає від сучасного страхового бізнесу гнучкості та швидкої адаптації до сучасних умов, щоб забезпечити вихід з кризи та загалом підтримання стабільності фінансового стану держави.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Черняхівський В. План Маршала для українського страхового ринку. *Бізнес НВ*. 2022. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/yak-vplinula-viyna-na-strahoviy-rinok-ekspert-ostanni-novini-50237940.html>
2. Пацурія Н. Б. Проблеми та перспективи запровадження медичного страхування учасників бойових дій як елемента військово-медичної доктрини. *Координата*. 2020. URL: <https://coordynata.com.ua/problemi-ta-perspektivi-zaprovadzenna-medicnogo-strahuvanna-ucasnikiv-bojovih-dij-ak-elementa-vijskovo-medicnoi-doktrini>
3. Горбачов І. Майнове страхування в період воєнного стану в Україні. Політ. Сучасні проблеми науки: тези доповідей XXII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Національний авіаційний університет. Київ, 2022. С. 13-14.

СЕКЦІЯ 2.
БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ТА МОДЕЛЮВАННЯ В ОБҐРУНТУВАННІ
УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338.1

АКУЛЕНКО Олександр,
*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*
Науковий керівник: - **ЛИЖНИК Юлія,** *ст. викл.
кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
ДонНУЕТ, м. Кривий Ріг, Україна*

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТЮТЮНОВОГО РИНКУ
УКРАЇНИ

Тютюновий підкомплекс є частиною агропромислового комплексу України, який забезпечує потреби промисловості в тютюновій сировині та населення в тютюнових виробах. Проте протягом останніх років в країні збільшуються обсяги виготовлення тютюнових виробів з імпортованої тютюнової сировини як для потреб населення, так і для експорту за кордон. Ринок тютюнових виробів в Україні за останні роки за обсягом став шостим у світі. Обсяги імпорту тютюнових виробів знаходяться на досить стабільному рівні за 2013-2017 рр., у 2018 році обсяг показника зменшився до 146789 тис. дол. США, проте протягом 2019-2020 рр. обсяг імпорту зріс до 222500 та 219300 тис. дол. США, відповідно [1].

Слід відмітити, загальну тенденцію до скорочення обсягів експорту тютюнової сировини з України з 3376 тис. дол. США у 2014 році до 78 тис. дол. США у 2020 році.

Індекс цін виробництва тютюнових виробів в Україні у 2021 р. знизився відносно попереднього року до 88,8%.

В Україні акцизний податок із тютюнових виробів сплачується за такими двома компонентами, як: специфічний акциз та мінімальне акцизне зобов'язання – встановлена фіксована ставка (у гривнях) за 1000 штук; адвалорний податок – податок, який розраховується у відсотках від кінцевої вартості продажу тютюнових виробів.

В Україні кількість користувачів електронних систем доставки нікотину або так званих вейпів різко збільшилась за останні кілька

років, що зумовлено зростаючою культурою вейпінгу та переходом від вживання традиційних сигарет, оскільки багато споживачів сприймають випаровування менш шкідливою альтернативою. Через прогалини у законодавстві наразі не існує загальнодоступних даних від державних органів щодо продажу електронних сигарет та рідин для них, як з вмістом нікотину, так і без нього (е-рідини) [2].

Тютюновий підкомплекс щорічно забезпечує понад 44% надходжень до Державного бюджету України, а тютюнові компанії, не враховуючи Львівську тютюнову фабрику, входять до 10 найбільших платників податків в Україні. Вітчизняний ринок тютюнових виробів представляють п'ять тютюнових компаній: ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»; ПрАТ «А/Т тютюнова компанія «ВАТ – Прилуки»; ПрАТ «Імперіал Тобакко Продакшн Україна»; ПрАТ «Філіп Морріс Україна»; ТЗОВ «Львівська тютюнова фабрика».

На рис. 1 наведено сегментацію ринку сигарет в Україні

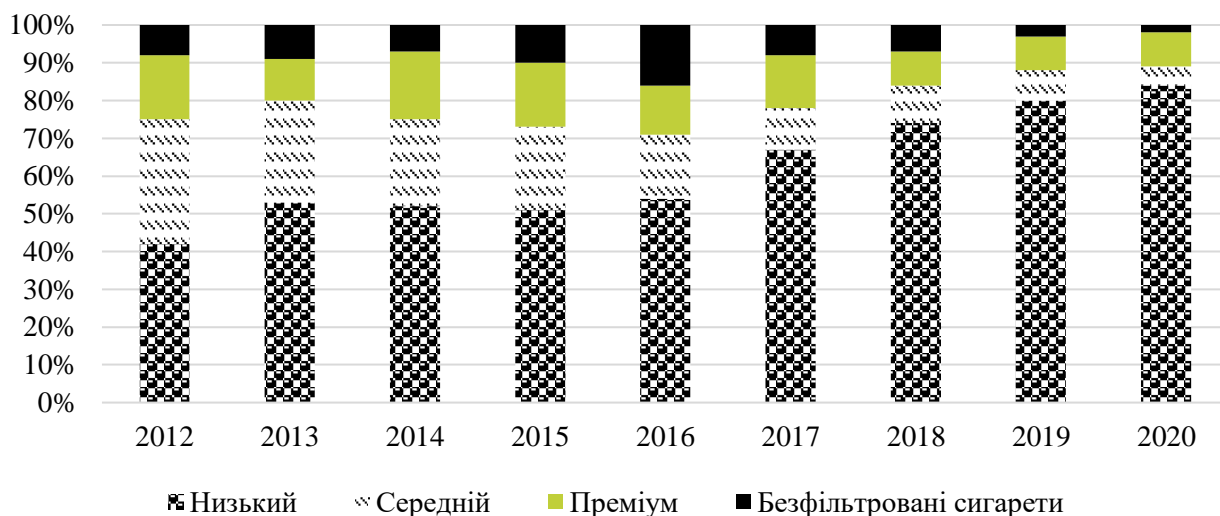


Рис. 1. Сегментація ринку сигарет в Україні

Джерело: складено автором на основі даних [3]

Традиційно ринок тютюнових виробів умовно розподіляється на 4 сегменти (рис. 1): преміум; середній; низький; безфільтрові цигарки. До преміум та середнього сегментів зазвичай зараховуються бренди, ціна яких передбачає сплату, окрім мінімального акцизного зобов'язання, ще й акцизу за адвалорним складником.

На українському ринку переважає низький сегмент сигарет, який щороку зростає з падінням реальних доходів населення. Відповідно, преміум та середній сегменти зменшуються. Якщо в 2012 році частка ринку таких цигарок становила 50%, то за прогнозними оцінками на 2022 рік – усього 16%.

Україна має мінімальні вимоги до тютюнової індустрії щодо подання до уповноважених органів даних про склад тютюнових

виробів, а також продукти їх згорання. Нажаль, в Україні відсутні норми щодо електронних систем доставки нікотину або рідин для них. З моменту появи даних продуктів на ринку не вводились жодні вікові обмеження на їх придбання.

Доцільно зазначити, що обсяг реалізованої продукції виробництва тютюнових виробів найменший приріст спостерігається в 2014 році, а найбільший приріст спостерігається в 2020 році. В обсязі виробленої продукції виробництва тютюнових виробів найменший приріст спостерігається в 2014 році, а найбільший приріст спостерігається в 2020 році. Світовий тютюновий ринок постійно зазнає анти тютюнових тисків з боку державних організацій та суспільства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Формування стратегічних напрямів управління фінансовою безпекою підприємств тютюнової галузі України URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/29_2019_ukr/75.pdf. (дата звернення: 15.11.2022 р.)
2. Поглиблений аналіз щодо втручання тютюнової індустрії. Україна. Аналітичний звіт. Вересень 2018 р. м. Київ, Україна URL: <http://center-life.org/wp-content/uploads/2020/12/ZVIT-ANDRIYA-1.pdf>. (дата звернення: 15.04.2022 р.)
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 18.11.2022).

УДК: 331.1:658:3:621

БЕРІДЗЕ Тетяна,

доктор економічних наук, доцент,
Криворізький національний університет, Кривий Ріг, Україна

БУГРА Аліна,

кандидат педагогічних наук, доцент,
Криворізький національний університет, Кривий Ріг, Україна

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ В ОБҐРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В умовах системної трансформації соціально-економічних процесів управлінська діяльність на підприємстві спрямовується, передусім, на забезпечення стабільного стратегічного розвитку. З метою формування інформаційної бази підтримки системи прийняття стратегічних рішень існує необхідність впровадження математико-інформаційної складової задля всебічного оцінювання його виробничої діяльності. Аналіз наукових підходів до

формування і реалізації стратегічного рішення дозволили окреслити призначення математичного моделювання щодо оцінювання діяльності підприємства в системі стратегічного управління.

Аналіз сутності інформаційного забезпечення управління складними виробничими системами довів доцільність розподілення вимог до формування аналітико-інформаційної бази функціонування підприємства, відповідно на формальні, змістовні та цільові, що сприяє забезпеченню всебічності всіх складових аналітичного та інформаційного забезпечення управлінням.

Доведено доцільність врахування суб'єктивно-активного характеру прийняття управлінських рішень в системі стратегічного управління. Особливість якого є поєднання із структурованими підходами (функціональний, процесний, системний), діагностикою, організацією реалізації стратегічного рішення. Упровадження такого механізму забезпечило можливість вчасної ідентифікації стратегічного рішення та дозволило сформуванню відповідні управлінські дії [1, с. 16-17].

Питання щодо дослідження структури і механізму управління виробничою системою безпосередньо пов'язані і є складовими теорії виробничих систем.

Для пояснення механізмів і процесів управління виробничою системою істотними є наступні її властивості: структура управління виробничою системою будується за ієрархічним принципом. Це означає, що виробнича система має багаторівневу організацію з обмеженою самостійністю підсистем нижнього рівня і правом втручання (пріоритетом дій) підсистем верхнього рівня в діяльність підсистем нижнього рівня. У виробничій системі контролюються тільки основні параметри підсистем (що є прерогативою вищих рівнів ієрархії), а окремим елементам системи (підсистемам) надається певна самостійність у виборі рішень з урахуванням власних і загальносистемних обмежень. Елементарною ланкою системи управління, здійснюючою свідому (розумну) діяльність, є людина (суб'єкт управління). Суб'єкт виконує всі непіддатливі формалізації функції управління, які складають елементарний цикл процесу ухвалення рішень.

Присутність суб'єкта в системі управління приводить до певної її активності. Активність підсистем виробничою системою управління виявляється в самоорганізації (саморозвитку) підсистеми, що виражається в її прагненні до досягнення цілей. Цілі підсистем можуть не співпадати із загальними цілями всієї системи. Наявність локальних цілей обумовлює конфлікти в системі – міжрівневі і внутрішньорівневі. Міжрівневі конфлікти виникають, якщо

несумісні глобальна мета системи і локальні цілі підсистем. Наприклад, елементи управління на нижньому рівні намагатимуться дати помилкові відомості або приховати частину ресурсів виробництва від рівнів, які стоять вище. Такі дії можуть бути обумовлені прагненням підлеглої системи отримати менш напружені плани, що гарантують їх виконання в майбутньому.

Внутрішньо рівневі конфлікти виникають, якщо досягнення кожною з підсистем одного рівня своїх локальних цілей перешкоджає досягненню своїх цілей іншими підсистемами. Наприклад, стимулювання підсистем з єдиного фонду матеріального заохочення приводить до конфлікту суперництва, який за певних умов може мати як позитивний, так і негативний ефект.

Формалізація ряду відмічених властивостей привела до створення методології і теорії активних систем, тобто систем, об'єктами управління яких є «активні» елементи. На змістовному рівні визначення активним називається цілеспрямовано функціонуючий елемент, що володіє властивістю самоорганізації (саморозвитку) і що працює з різною ефективністю залежно від цілей, що стоять перед ним [2, с. 56-58].

Активна система є централізованою системою. Вона містить центр управління, основними функціями якого є: формування планових завдань і видача їх підсистемам; облік, контроль і оцінка результатів виконання підсистемами планових завдань; ухвалення рішень і надання дій, що управляють, забезпечуючи стабільність і надійність виконання планів.

Поведінка активних елементів системи багато в чому визначається заданим механізмом її функціонування. Механізм функціонування включає:

- способи формування планів, цілей і критеріїв управління;
- закони управління (планування, оцінювання, стимулювання);
- організацію процесів управління по функціях: планування, облік, контроль, оцінка, ухвалення рішень, дії, що управляють.

На підґрунті проведеного дослідження сформовано та вдосконалення математико-інформаційне забезпечення стратегічного управління підприємством.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Кашуба Я.М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. *Економіка та держава*. 2011. № 9. С. 16–17.
2. Берідзе Т. М., Лохман Н. В. Управління підприємством на засадах теорії виробничих систем. *International scientific journal «Internauka»*. Сб. науч. трудов. Киев. 2017. № 11 (33) / 2017. С. 56-58.

УДК 658.15.012.8

БОГДАН Святослав,

*здобувач ступеня доктора філософії з обліку і оподаткування
Київський кооперативний інститут бізнесу і права
м. Київ, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНА ЦІННІСТЬ БЕНЧМАРКІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ БІЗНЕСУ

Економічну безпеку бізнесу, як категорію оцінювання та аналітичного дослідження, слід розглядати не ізольовано, не обмежуючись суто внутрішнім середовищем бізнес-організації. Перенесення фокусу оцінювання економічної безпеки бізнесу у зовнішнє середовище, потребує застосування компаративного підходу в процесі дослідження.

В основі компаративного підходу оцінювання економічної безпеки бізнесу лежить порівняльна оцінка ефективності використання ресурсів та ідентифікації «вузьких місць» в окремих складових системи економічної безпеки бізнесу. Застосовуючи компаративний підхід в оцінюванні економічної безпеки бізнесу суб'єкт процесу оцінювання повинен бути наділений якісною та достовірною інформацією. Відповідним інструментом інформаційного забезпечення процесу оцінювання економічної безпеки бізнесу в контексті зазначеного виступає бенчмаркінг.

Бенчмаркінг є процесом збору даних про фактично досягнуті показники та порівняльні драйвери діяльності бізнес-організацій, які дозволяють ідентифікувати та оцінити поточний фактично досягнутий рівень певного показника відповідно до найкращої практики на ринку, галузі або економіки в цілому. Платформа здійсненого бенчмаркінгу, адаптована до процесу оцінювання економічної безпеки бізнесу, є інформаційним забезпеченням даного процесу (табл. 1).

Розроблена та інформаційно достовірна платформа бенчмаркінгу може бути використана в компаративному оцінюванні економічної безпеки бізнесу шляхом методу рейтингування та попередньої стандартизації показників (з обов'язковим урахуванням їх характеру – стимулятори або дестимулятори). На базі стандартизованих показників та попереднього присвоєння кожному показникові та кожній складовій економічної безпеки вагової оцінки, можна визначити відносний рівень економічної безпеки суб'єктів бізнесу: як власне

суб'єкта, рівень економічної безпеки якого оцінюється, так і основного конкурента, середнього рівня економічної безпеки суб'єктів в регіоні присутності та лідера галузі. Бенчмаркінг в даному випадку виступатиме не тільки в якості інформаційного забезпечення процесу оцінювання економічної безпеки, а й інформаційним підґрунтям програми її підвищення на основі кращих практик.

Таблиця 1

Платформа бенчмаркінгу, адаптована до компаративного оцінювання рівня економічної безпеки бізнесу (на прикладі аграрного бізнесу)

Складова економічної безпеки бізнесу	Показники	Фактично досягнуте значення	Платформа бенчмаркінгу		
			основний конкурент	середнє в зоні присутності	лідер
Фінансова безпека	EBITDA, \$/га	100	98	52	150
	EBITDA margin, %	5	7	2	10

Логістична безпека	Витрати на зберігання, \$/т	14	18	15	14
	Витрати на перевезення, \$/т·км	6	13	20	8

Ресурсна безпека	Обсяг земельного банку, га	100 000	300 000	50 000	700 000
	Кількість техніки у розрахунку на 10 тис. га, од./10 тис.га	20	15	12	30

...

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, бенчмаркінг, як метод порівняльної оцінки фактично досягнутих та еталонних / середніх показників, є релевантним інструментом оцінювання економічної безпеки бізнесу в межах компаративного підходу та інформаційним забезпеченням розробки та реалізації програм підвищення економічної безпеки. Однак, слід зауважити, що використання результатів бенчмаркінгу матиме цінність лише у випадку надання

конкурентами (учасниками ринку, галузі) адекватних та достовірних даних в межах конкурентного обміну інформацією в рамках угод проведення бенчмаркінгу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Kraievskiy V.M., Tytenko L.V., Paianok T.M., Bohdan S.V., Hmyrya V.P. Accounting and analytical support for assessing the level of economic security of the enterprise. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2020, Vol. 4 (35). P. 87-98
2. Tytenko L. Economic security as an element of strategic management system: accounting and analytical aspect. *Baltic Journal of Economic Studies*. Volume 4 Number 3. Riga: Publishing House «Baltija Publishing», 2018. P. 309-318
3. Прикладний бізнес-аналіз та моделювання : підручник / Титенко Л.В., Богдан С.В., Паянок Т.М., Параниця Н.В., Савченко А.М. Ірпінь: Державний податковий університет, 2022. 550 с.

УДК 338.242

БУЗ Андрій,

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Навчально-науковий Інститут міжнародних відносин,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна*

Науковий керівник: **РЕЗНІКОВА Наталія**, *д-р. екон. наук,
професор,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна*

НОРМАТИВНА СИЛА ТА РЕАЛІЇ КРИТЕРІЇВ ESG ЯК ВЕКТОРА МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Наповнений політичними потрясіннями, кліматичними кризами та пандемією 2020 рік прискорив і без того насичений порядок денний бізнесу закликом продемонструвати стійкість, соціальну відповідальність та етику у своїй діяльності. 2021 рік теж прискорив цю тенденцію, коли споживачі стали більш соціально та екологічно обізнаними, готовими притягнути їх до відповідальності. Організації фінансових послуг реагують на екологічні, соціальні та управлінські (ESG) заклики до дії; а найкращі у своєму класі гравці стають активними лідерами. Ці лідери не лише встановлюють свої власні стандарти, а й формують набори інвестиційних інструментів, доступних іншим секторам. Інвестування в програму ESG більше не є чимось необов'язковим — це необхідно в наш час вимогливих клієнтів та інвесторів.

У той час як 2020 рік став катализатором для компаній, які повинні діяти стало, за останнє десятиліття були запуснені колеса механізму для масштабного перегляду того, як ми ведемо бізнес. Можливо, найгучнішим закликом до дії стала публікація ООН своїх *17 цілей у сфері сталого розвитку (ЦСР)* у 2015 році. Цілі, починаючи від викорінення бідності і закінчуючи боротьбою з кліматичною кризою, закликають державний, приватний і соціальний сектори об'єднатися для досягнення більш справедливого і рівноправного суспільства для всіх [1]. У відповідь Рада з питань фінансової стабільності, міжнародна група, яка відстежує та дає рекомендації щодо глобальної фінансової системи, створила *Цільову групу з розкриття фінансової інформації, пов'язаної з кліматом*, для розробки рекомендацій, випущених у 2017 році, щодо добровільного розкриття інформації, яку компанії мають надати інвесторам, кредиторам та страховим компаніям [2]. Крім того, США та Європейський Союз запровадили власні *«Зелені нові курси»*, а в Європі було підписано закон, який може вимагати від компаній змінити свої методи роботи. Важливість цих рекомендацій та нормативних актів зросла у 2020 році. Сукупність всіх цих факторів, поряд з посиленням суспільного тиску і цифровою революцією, що триває, створює для компаній невблаганну і все зростаючу потребу в перетворенні всіх аспектів свого ланцюжка створення вартості.

Перш ніж зрозуміти, яка роль організації в цьому середовищі, важливо узгодити ключові умови. Хороше місце для початку з точки зору розуміння сфери застосування ESG — поглянути на його визначення (Табл. 1). *Сталість (sustainability)* є також ключовим словом, яке в даний час зазвичай використовується для опису більш соціально прийнятної поведінки уряду та бізнесу. Часто використовується в екологічному контексті, стійкість відноситься до здатності задовольняти потреби сьогодення без шкоди для потреб майбутніх поколінь. Зокрема, *стале фінансування* відноситься до процесу врахування екологічних, соціальних та управлінських міркувань при ухваленні інвестиційних рішень, що призводить до довгострокових інвестицій у сталу економічну діяльність.

Фінансові установи можуть зіграти ключову роль в переорієнтації інвестицій на більш сталу економіку. При розробці своїх ESG-стратегій компаніям необхідно мати цілісне уявлення про своє бачення, місію та цінності. Їм також необхідно оцінити свою поточну бізнес-діяльність та визначити стратегію для кожного підрозділу, яка забезпечить їхню життєздатність у майбутньому [4].

Це включатиме відмову від тих підприємств, які просто не можуть бути адаптовані до сталої бізнес-моделі. Простіше кажучи, бізнес-одиниці можуть бути класифіковані *відповідно до їх сталості* таким чином: (1) вже життєздатні і залишаються такими; (2) потребують інвестицій для життєздатності у майбутньому; (3) ніколи не будуть життєздатними.

Таблиця 1

Сфери охоплення концепції ESG

E (Environment)	<i>Екологічні міркування</i> відносяться до збереження біорізноманіття, запобігання забрудненню та пом'якшенню наслідків зміни клімату
S (Social)	<i>Соціальні міркування</i> включають запобігання нерівності, інвестиції в людський капітал та спільноти, вирішення питань прав людини та покращення відносин із співробітниками, постачальниками та клієнтами
G (Governance)	<i>Управління належить</i> до керування державними та приватними організаціями, такими як структури управління, процеси управління персоналом, права акціонерів та реалізація сталих корпоративних стратегій

Джерело: складено автором на основі [3]

Незважаючи на те, що велика увага приділяється пом'якшенню наслідків зміни клімату та всім екологічним питанням, ключовим компонентом ESG також є забезпечення того, щоб будь-які інвестиції та співробітництво оцінювалися з погляду соціальної відповідальності [5]. Чинники, які слід враховувати під час створення управління та процесів, включають не тільки постійне управління прямими відносинами, а й управління ризиками третіх і четвертих сторін з відповідними планами виходу у разі порушення узгоджених умов. Будь-який вплив створює негативну репутацію бренду і, отже, потенційний вплив на акціонерну вартість, що вимагає належних докладних, точних та своєчасних даних для постійного моніторингу всього фінансового та операційного ланцюжка поставок. Усі стосунки з постачальниками та партнерами повинні бути зареєстровані та підпадати під випереджувальні та прозорі процеси управління, щоб унеможливити пов'язані з ними ризики [6].

Корпоративні ESG-програми можуть покращитися тільки після того, як вони вперше дізнаються, де вони знаходяться зараз, за допомогою всебічної оцінки, і вони можуть продовжувати розвиватися лише за постійного моніторингу. Необхідно буде впровадити належний рівень постійного управління та нагляду за статусом впровадження ESG, щоб відстежувати прогрес і постійно адаптуватися до того, що змінюватиметься. Кожне рішення

кожного рівня організації необхідно розглядати через призму ESG. Важливо, щоб керівництво компанії продемонструвало це, оскільки це буде вирішальне значення для створення правильних культурних змін та інтеграції в «ДНК бізнесу».

Для компаній, які прагнуть знайти свій шлях серед подібних компромісів, опитування PwC, проведене 2021 року [7], вказує на кілька дій, які лідери можуть зробити негайно, щоб просунути свої плани ESG та залучити інвесторів та інших зацікавлених осіб:

1. *Використання авторитету топ-менеджерів.* В опитуванні 82% заявили, що компанії мають інтегрувати ESG безпосередньо до своєї корпоративної стратегії. Інвестори також наголошували на важливості лідерства з боку вищого керівництва, починаючи з генерального директора. Генеральний директор має особливо гарні можливості для того, щоб донести важливість ESG до всіх зацікавлених сторін, включаючи клієнтів, співробітників та акціонерів, і водночас йти на компроміси щодо розподілу ресурсів, пов'язаних з ініціативами ESG.

2. *Цілісний підхід до ESG.* Згідно з опитуванням, інвестори найчастіше використовують річні звіти, звіти про сталий розвиток та презентацію для інвесторів, щоб зрозуміти, як компанія вирішує питання ESG. Широта питань, що охоплюються звітами ESG, вказує на необхідність широкого кола експертів, щоб пов'язати це воедино.

3. *Прагнення до загальних стандартів, більшої прозорості та надійності.* Хоча майже три чверті респондентів опитування кажуть, що єдиний набір стандартів звітності ESG допоможе їм у прийнятті рішень, єдиних глобальних стандартів для надання інформації ESG не існує. У разі порушення компаніям слід використовувати найкращі з існуючих стандартів, зосередивши увагу принаймні на початковому етапі, на темі клімату — у відповідь на невідкладний попит.

Отже, у міру того, як світ починає виходити з пандемії, організації стоять на роздоріжжі, оскільки споживачі вимагають, щоб компанії переглянули свої принципи, щоб привести їх у відповідність до етичних цінностей і цінностей сталого розвитку, сформульованих провідними глобальними організаціями, такими як ООН.

Оцінка кредитних портфелів та ціноутворення активів тепер повинні включати фактори ESG поряд із встановленими традиційними факторами ризику. Корпоративні грошові потоки та прибутковість тепер залежатимуть від того, наскільки вони життєздатні для цього кліматичного сценарію чи яку соціальну

користь вони приносять [8]. Інвестиційним менеджерам, постачальникам ліквідності та ринкам капіталу необхідно буде зіставити всі аспекти діяльності корпорації, життєвого циклу продукту та ланцюжка поставок із ключовими показниками ESG. Таким чином, фінансові компанії повинні розуміти ці ризики, аналізувати та вимірювати їх вплив на свої грошові потоки, а також розробляти бізнес-моделі та інфраструктуру для відповідного позиціонування свого бізнесу. Кінцеві клієнти вимагатимуть більшої прозорості, і в міру того, як міленіали та зумери набувають більше багатства та активів, вони будуть набагато більше дбати про сталість у майбутньому. Це стимулюватиме звички до витрат та планування особистого добробуту.

Фірми, які фактично опинилися у скрутному становищі з активами, пов'язаними з викидами вуглецю та несталими методами, зіткнуться з тим, що вартість їхнього бізнесу з часом поступово знеціниться, та зазнають відтоку інвестицій. Ті підприємства та власники активів, які зможуть змінити свої бізнес-моделі у бік більшої сталості у всіх її аспектах, побачать зростання вартості та принесуть інвестору пропорційний прибуток.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Boffo, R., & Patalano R. (2020). *ESG Investing: Practices, Progress and Challenges*. OECD Paris. www.oecd.org/finance/ESG-Investing-Practices-Progress-and-Challenges.pdf.
2. Boffo, R., Marshall, C. & Patalano R. (2020). *ESG Investing: Environmental Pillar Scoring and Reporting*. OECD Paris. www.oecd.org/finance/esg-investing-environmental-pillar-scoring-and-reporting.pdf.
3. *ESG reporting: Balance 'purpose with profit' for real impact*. (2022, May 19). World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2022/05/esg-reporting-stakeholder-capitalism/>.
4. Nakajima, T., Hamori, S., He, X., Liu, G., Zhang, W., Zhang, Y., & Liu, T. (2021, August 12). *ESG Investment in the Global Economy (SpringerBriefs in Economics)*. Springer.
5. *What is ESG and Emerging Markets in the Global Economy?* (2022, January 12). ESG the Report. <https://www.esgthereport.com/what-is-esg-and-emerging-markets-in-the-global-economy/>.
6. D'Souza, S., & Taylor, J. (2021, May). *ESG Investing: The Reshaping of Finance and the Global Economy*. EPAM. <https://www.epam.com/insights/blogs/esg-investing-the-reshaping-of-finance-and-the-global-economy>.
7. *ESG Investor Survey: The economic realities of ESG*. (2021, October 28). PricewaterhouseCoopers. Retrieved September 19, 2022, from <https://www.pwc.com/gx/en/services/audit-assurance/corporate-reporting/esg-investor-survey.html>.
8. Резнікова, Н., & Панченко, В. (2021, September 14). Нові реалії ринку глобальних інвестицій. Дзеркало Тижня | Mirror Weekly. https://zn.ua/ukr/foreign_economics/novi-realiji-rinku-hlobalnikh-investitsij.html

УДК 658.152

ВОДЯНИК Роман,

аспірант,

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля,

м. Київ, Україна

Науковий керівник – КЛЮС Юлія, д-р. екон. наук, професор,

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля,

м. Київ, Україна

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ризик є атрибутивною характеристикою будь-якої доцільної діяльності. Немає економічної поведінки, вільної від ризику. Сутність ризику полягає у відхиленні від очікуваного перебігу подій під впливом різних чинників. Економічний ризик – можливість недосягнення запланованих, цільових результатів діяльності.

Ризики є функцією становлення та розвитку наступних базових принципів ринкової економіки: свобода підприємництва та свобода споживчого вибору. Наслідком ризику є природна ротація підприємств, які в крайньому випадку втрачають стійкість і перестають бути цілісними системами (банкрутство, стратегії вертикальної та горизонтальної інтеграції, злиття та поглинання).

Між ефективністю та ризикованістю є високий рівень кореляції. Основними рушійними силами розвитку економіки є наявність ризику та конкуренція. Економічний прогрес забезпечується різноманітною «ризиковою стратифікацією». Ризик є регулятором економіки, виконуючи захисну (аналітичну) функцію. За допомогою обліку ризику досягається найбільш раціональний розвиток мікроекономічних об'єктів, що є основою ринку, а вся система досягає необхідної збалансованості, стійкості функціонування та виключення криз.

Відсутність ризику зрештою шкодить економіці, оскільки втрачається стимул удосконалювати систему управління, і, як наслідок, відбувається зупинка у розвитку. Ризик є одним із спонукальних причин для активізації розвитку підприємств. Ризик виступає спонукачем до нововведень, виконуючи конструктивну (інноваційну функцію), виступаючи двигуном економічного розвитку.

Реалізація стратегій розвитку, особливо інноваційних, супроводжується підвищеним ризиком, причому як їх успішність,

так і надійність оцінок ефективності можлива тільки при впровадженні систем управління з урахуванням факторів ризику.

Відповідність параметрів протікання внутрішніх процесів вимогам зовнішнього середовища, що змінюються, гарантує виконання цільових функцій. Динамічна стійкість та розвиток є функціями адекватності внутрішніх змін, що відбуваються на підприємстві, змінам зовнішнім, що дозволяють досягати цілей вищого порядку (якісного та кількісного). Інноваційна діяльність – сутнісна основа розвитку, динамічної стійкості та стратегічної конкурентоспроможності. Інноваційні процеси супроводжуються підвищенням ризиком, що з одного боку призводить до зниження економічної стійкості та ефективності в даний момент, а з іншого – дозволяє досягти стійких конкурентних переваг, забезпечувати високу ефективність при використанні спеціальних управлінських підходів, спрямованих на забезпечення стійкості.

Поняття економічної стійкості, ризику та розвитку є категоріями, що мають складний, багаторівневий, багатоаспектний та суперечливий зміст. Ризик та стійкість є взаємопов'язаними економічними категоріями, характеристиками систем у процесі діяльності (функціонування) та у процесі розвитку. В умовах зростання нестабільності середовища виробнича, фінансова, інвестиційна діяльність підприємства значно ускладнюється, зростає ризик недосягнення поставленої мети, що призводить до необхідності пошуку нових методів управління, спрямованих на забезпечення стійкості. Особливо відзначимо, що стійкість перестала бути протилежністю мінливості, а навпаки, доповнює, обумовлює її. Так для підтримки стійкості у відповідь на вплив чинників ризику, підприємство, як відкрита система, має змінюватися. Крім того, розглядаючи стійкий розвиток, необхідно підкреслити, що стійкий стан економіки на будь-якому рівні завжди носить відносний характер, оскільки стійкість перебуває в діалектичній єдності з категорією мінливості, що є первинним по відношенню до неї. Якщо у зовнішній формі будь-якого процесу домінує момент стійкості, то у внутрішньому змісті процесів та їх сутнісних аспектах переважає нестійкість та нерівновага, що виражаються в наступному:

1. Нерівновага ринкових потреб і товарів, вироблених для їх задоволення.
2. Нерівновага між вартістю залучених у процес виробництва ресурсів та вартістю витрат на їх відтворення.
3. Невідповідність між вартістю створеного у рамках циклу чистого продукту та розмірами накопичення тощо.

4. Технологічна нерівновага.

5. Дисбаланс ресурсів та потреб у них.

6. Дисбаланс розвитку елементів та набуття ними нових якостей.

7. Дисбаланс у значеннях економічної ефективності.

Нерівновага зростає в міру розвитку системи через різну швидкість змін окремих її елементів та придбання ними нових якостей. При дослідженні систем, що володіють складною, схильною до динаміки структурою (до яких належать і виробничі підприємства), необхідно розглядати поняття рівноваги окремих елементів і співвідношень (пропорцій) між ними. На кожному етапі свого розвитку підприємство характеризується властивим йому на даний момент часу складом та якістю елементів, формою їх організації та взаємозв'язку. На певному часовому інтервалі ці показники перебувають у відносній гармонії (рівноважному стані), що створює умови для ефективного функціонування підприємства. Але оскільки кожен елемент знаходиться в безперервному русі та розвитку, а темпи та напрямки цього розвитку в силу різної природи елементів не збігаються (темпи морального та матеріального зносу обладнання, зміна споживчих властивостей продукції, що випускається, рівень кваліфікації та компетентності персоналу і т.д.), то у системі накопичується ентропія, гармонія порушується, ефективність знижується.

Відновлення рівноваги вимагає урахування, узгодження у часі та просторі змін, що виникли, суперечностей та дисбалансі. Зазначимо, що «дисбаланси, протиріччя, об'єктивно властиві матерії, є джерелом, рушійною силою її розвитку. Провідними у сфері соціальних протиріч щодо ролі та впливу на динаміку у суспільному розвитку є економічні протиріччя» [2, с. 96]. Нерівноваги та дисбаланси на підприємствах можуть розглядатися як внутрішні та зовнішні протиріччя, що є джерелами розвитку. Нагадаємо, що згідно з другим законом діалектики Гегеля, рушійною силою розвитку виступає єдність та боротьба протилежностей [2, с. 54].

Розглядаючи протиріччя підприємства як системи, до найістотніших джерел розвитку відносять такі види протиріч [1, с. 200]:

протиріччя між функцією та метою системи;

протиріччя між потребами системи у ресурсах та можливістю їх задоволення;

суперечності між кількістю, що змінюється, і колишньою якістю;

протиріччя між старим та новим;
протиріччя між прагненням порядку і хаосом;
протиріччя між прагненням системи до встановлення стійкого стану та засобами його досягнення;
протиріччя між цілями системи та цілями її компонентів;
протиріччя між процесами функціонування та розвитку;
протиріччя між функціонуванням та структурою.

Принципово важливою особливістю є те, що протиріччя компонентів систем мікрорівня, накопичуючись, відбиваються і на макрорівні. У свою чергу, протиріччя макрорівня неминуче відбиваються на протиріччях та розвитку систем нижчих рівнів.

Можливості вирішення протиріч відбувається трьома способами:

- мінливістю (адаптацією);
- спадковістю (відтворенням);
- відбором, що відбувається у процесі конкуренції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Klus Y. I. Corporate governance innovation in industrial enterprises using methods controlling/ Y. I. Klus // Economics, management, law: problems and prospects : Collec. of Scient. Articles. United Kingdom: Agenda Publishing House, Coventry, 2015. Vol. 1. P. 199–203.
2. Микитюк П.П., Сенів Б.Г. Інноваційна діяльність: навчальний посібник Київ : Центр навч. літ. 2009. 320 с.
3. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль, 2003. 326 с.

УДК 338.45:338:504

ГРОД Михайло,

аспірант,

Навчально-науковий інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса

Шевченка,

м. Київ, Україна

БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ З ПОЗИЦІЙ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ

Концепція циркулярної економіки поширюється як ідея та ідеал, із зазначенням її реальних та потенційних стейкхолдерів, масштабів та особливостей її застосування в різних секторах, однак можливості її імплементації на практиці обмежені та невизначені. Хоча в першому звіті, опублікованому Фондом Еллена Макартура у

2012 році [1], економіка замкнутого циклу постала саме як можливість для бізнесу. Десятиліття потому зацікавленість представників ділових кіл та академічних дослідників в концепції циркулярних бізнес-моделей вже не викликає сумнівів, і здебільшого циркулярність розглядається з позицій стійкості як складової сучасного ризик-менеджменту та стратегічного управління бізнес-процесами [2]. Поряд з розумінням можливостей, що пропонуються циркулярними бізнес-моделями, постає запит на вивчення різних бар'єрів та обмежень на шляху їхньої реалізації. При цьому чимало авторів визначають циркулярні бізнес-моделі, на відміну традиційних чи лінійних бізнес-моделей, як статичну концепцію.

У цьому контексті циркулярна бізнес-модель може бути визначена як модель, що діє у рамках замкнутих матеріальних циклів. В інтерпретації М. Антикайнена та К. Валкокарі [3], циркулярна бізнес-модель поєднує в собі створення цінностей зі звуженням, уповільненням або вибуттям окремих ресурсних циклів, при цьому циркулярні бізнес-моделі спрямовані на збереження вбудованої цінності та функціональності продуктів та матеріалів усередині них на максимально можливому рівні. Інші автори підходять до концепції циркулярної бізнес-моделі з інноваційної точки зору. У цьому напрямку основна увага приділяється динамічному процесу перенаправлення бізнес-моделей у бік більш стійких або циркулярних способів роботи. Проте компаніям та політикам прийдеться на практиці випробувувати функціональність економіки замкнутого циклу, незалежно від того, якими струнками не були б її академічні визначення, запропоновані представниками різних наукових шкіл. Більшість концептуальних основ, що стосуються бізнес-моделей замкнутого циклу, створюються з метою пов'язати науку про сталий розвиток з наукою про бізнес, або з метою класифікації існуючих прикладів успішних циклічних бізнес-кейсів.

Цілком передбачувано, що визначити вихідні передумови для створення циркулярних бізнес-моделей там, де вони не адаптовані, є викликом для стратегічного управління, з кількох причин.

1. Циркулярні заходи часто видаються за ефективні бізнес-рішення, проте акцент на більш тривалому терміні експлуатації продукту або використанні перероблених ресурсів як способів отримання прибутку не підтверджується на практиці в усіх секторах економіки.

2. Існуючі бізнес-моделі «продукт-послуга» часто видаються за циркулярні. Хоча ця бізнес-стратегія, безумовно, може сприяти

реалізації ланцюжків створення вартості замкнутого циклу в деяких випадках, наприклад, дозволяючи повертати продукти після їхнього використання, впровадження моделі «продукт-послуга» саме по собі не гарантує циклічності. Торгові автомати в їдальнях, наприклад, часто встановлюються на умовах підписаних контрактів із їхнього обслуговування: постачальник встановлює, обслуговує і навіть заправляє автомат за певну плату. Напої, однак, знаходяться в одноразових контейнерах, а сама машина не обов'язково ремонтується або переробляється після закінчення терміну служби. Відтак для компанії основна мета полягає в тому, щоб досягти циркулярності шляхом впровадження переробки, повторного використання, ремонту тощо на практиці, отримуючи при цьому прибуток.

На практиці інноваційні бізнес-моделі є ітеративним процесом, що передбачає практику створення, опрацювання та вдосконалення проєкту, продукту чи ініціативи, що включає експериментування та пілотування (проведення випробувань, у яких технологія чи рішення може довести свою ефективність в умовах підприємства) для отримання інноваційного досвіду і, зрештою, масштабування виробництва. Адаптація або зміна бізнес-моделі фірми або розробка бізнес-моделі для нового підприємства можуть бути викликані необхідністю вирішення проблем (зниження попиту, посилення конкуренції і т. д.), або можливістю скористатися новими можливостями (зміна вподобань клієнтів, нові технології, нові соціальні практики, зміни у політиці тощо). Як наслідок, інноваційні бізнес-моделі замкнутого циклу слід розглядати окремо від пов'язаних із нею технологічних і соціальних інновацій [4]. Перехід до економіки замкнутого циклу відповідає зміні парадигми у цих тісно переплетених типах інновацій, які передбачають прийняття ідеї, поведінки, системи, політики, програми, процесу, продукту чи послуги, які є новими для компанії та для суспільства.

Відповідно, технологічні інновації можна визначити як ітеративний процес, ініційований сприйняттям нового ринку та/або можливостей обслуговування для технологічного винаходу [5]. Це визначення стосується двох основних аспектів: щоб вважатися інновацією, цей новий технологічний винахід, заснований на процесах і результатах, має поєднуватися з виходом на ринок (ефект масштабу) та прийняттям кінцевими споживачами; технологічна інновація є ітеративним процесом і, таким чином, автоматично включає як перше впровадження інновації, так і повторне впровадження поліпшеної інновації.

Соціальні інновації визначаються як процес, що охоплює появу та прийняття нових рішень та процесів, які відповідають соціальній меті (цілям), одночасно змінюючи поведінку і, таким чином, призводячи до нових або покращених можливостей та відносин, а також до кращого використання активів та ресурсів. Соціальні інновації також ведуть до розвитку нових соціальних норм, спрямованих на те, щоб краще впоратися з потребами та проблемами, ніж існуючі стратегії. Після поширення та прийняття ці нові норми, відносини та поведінка ведуть до соціальних змін, які й можуть формувати запит на впровадження циркулярних бізнес-моделей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ellen MacArthur Foundation. Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition. Cowes, UK: Ellen MacArthur Foundation, 2012. URL: <https://www.aquafil.com/assets/uploads/ellen-macarthur-foundation.pdf>
2. Kirchherr J., van Santen R. Research on the circular economy: A critique of the field. *Resources, Conservation and Recycling*. 2019. Vol. 151. URL: <https://www.sciencedirect.com/journal/resources-conservation-and-recycling/vol/151/suppl/C>
3. Antikainen M., Valkokari K. A Framework for Sustainable Circular Business Model Innovation. *Technology Innovation Management Review*. 2016. Vol. 6. P. 5–12. URL: https://www.researchgate.net/publication/326313064_A_Framework_for_Sustainable_Circular_Business_Model_Innovation/link/58ee50dbaca2724f0a289ffe/download
4. Резнікова Н.В., Рубцова М.Ю., Рилач Н.М. Інституційні важелі міжнародної конкурентоспроможності національної інноваційної системи: проблема вибору інструментів стимулювання інноваційних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/16.pdf
5. Резнікова Н.В., Рубцова М.Ю., Івашенко О.А. Особливості міжнародної маркетингової стратегії високотехнологічних компаній в умовах глобального інноваційного суперництва. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/17.pdf

УДК 330.47

ДІДЕНКО Анастасія,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*
Науковий керівник: - **ЛИЖНИК Юлія**, ст. викл.
*Кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
ДонНУЕТ, м. Кривий Ріг, Україна*

ПОРІВНЯНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ХІМІЧНИХ РЕЧОВИН В УКРАЇНІ

Промислове виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів відіграє значну роль у структурі реального сектору економіки України. Адже, будучи однією з найбільших сфер суспільного виробництва країни, визначає рівень її соціально-економічного розвитку, спеціалізацію економіки і масштаби участі в територіальному поділі праці. Правильно обрана стратегія виробництва, відповідні обсяги випуску продукції, стабільний і розширений обсяг збуту продукції дозволяє всім учасникам виробничої діяльності досягти своїх фінансових цілей. Цим і зумовлена важливість аналізу діяльності промислових підприємств [1].

Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції належить до промислової діяльності із середньо-високим технологічним рівнем, фармацевтична галузь — до високотехнологічного виробництва, що зумовлює високий рівень пріоритетності хімічної галузі в національній економіці. Хімічна промисловість України більшою мірою орієнтована на промислових споживачів, аграрний сектор, експорт. Найбільшим попитом українська хімічна продукція користується в аграріїв і переробників сільськогосподарської продукції (добрива, засоби захисту рослин, пакувальні матеріали, полімери). Крім того, українська хімічна продукція використовується як напівфабрикат у металургії, легкій і текстильній промисловості, фармацевтиці [2].

Дослідимо зміну обсягу виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових, та хімічних речовин і хімічної продукції протягом 2010 -2020рр., за даними Держкомстату.

Зміна обсягу виробництва та темпи приросту наведені на рис. 1 «Порівняльна динаміка обсягів виробництва харчових продуктів та хімічних речовин в Україні».

За даними рис.1 бачимо, що з 2010 року по 2020 рік обсяг виробництва на харчові продукти, напої і тютюнові, а також на хімічні речовини і хімічну продукцію то зростає, то знижувався, але ці коливання були незначними.

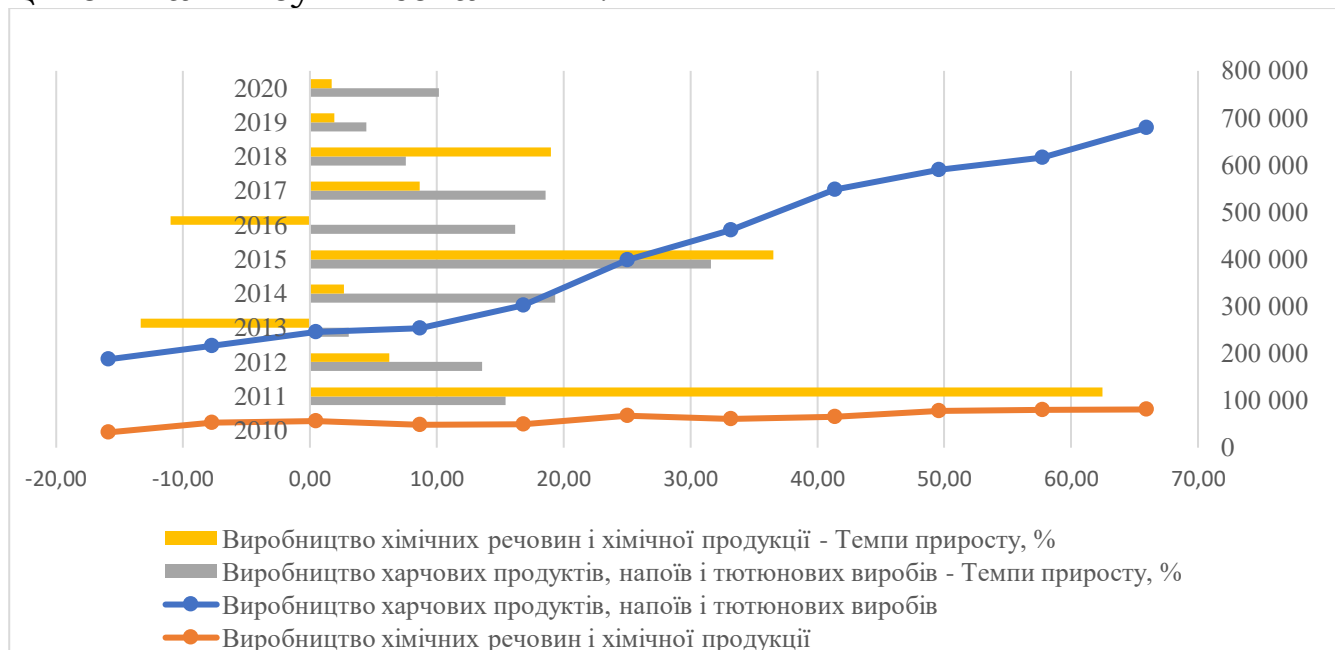


Рис.1. Порівняльна динаміка обсягів виробництва харчових продуктів та хімічних речовин в Україні (млн. грн.)

Джерело: за даними Держкомстату [3]

Починаючи з 2014 року обсяг виробництва на харчову продукцію почав дуже швидко зростати. Обсяг реалізації виробництва за період з 2010 по 2020 рр. значно збільшився. Якщо у 2010 році цей показник складав 187522 млн.грн., то у 2020 році він збільшився до 678844 млн.грн.

На стан виробництва суттєво впливає розвиток інвестиційної інфраструктури та надходження інвестицій, а також попит. Зростання інвестиційних вкладень підприємств України є загальною необхідністю впровадження у виробничий процес нових високоефективних енергозберігаючих технологій в умовах стрімкого зростання цін на енергоносії.

Таким чином, обсяг реалізації даного виду промислової продукції має великий попит. По виробництву харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів найбільший приріст на рівні 31,62% був у 2015 році, а падіння взагалі не відбувалося.

Обсяг виробництва на хімічні речовини і хімічну продукцію почав зростати з 2014 року. Обсяг реалізації даного виробництва за період з 2010 по 2020 рр. теж збільшився. Якщо у 2010 році цей

показник складав 32420 млн.грн., то у 2020 році він збільшився до 81140 млн.грн.

Таким чином, обсяг реалізації виробництва хімічних речовин і хімічної продукції теж має попит, але не такий як виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів. Цей процес відбувся через зростання світового попиту на хімічні продукти. По виробництву найбільший приріст на рівні 62,47% був у 2011 році, а найбільше падіння на рівні 13,33% було у 2013 році.

Найбільше зростання обсягу виробництва на харчову продукцію, напої і тютюнові вироби, а також на хімічні речовини і хімічну продукцію відбувався у 2015 році. А найбільший спад обсягу виробництва хімічної продукції відбувся у 2013 році.

Виробництво харчової продукції має більш великі ризики зміни обсягу виробництва, а саме 41,6% ніж виробництво хімічної продукції, яке складає 23,7%. Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів має більше ризики зменшення, а саме 28,4% ніж виробництво хімічних речовин і хімічної продукції, яке складає 17,2%.

Побудуємо прогнозну модель, щоб визначити значення на майбутній рік, який буде обсяг виробництва на харчову та хімічну продукцію. Прогнозна модель обсягів виробництва хімічних речовин в Україні має вигляд рис.2.

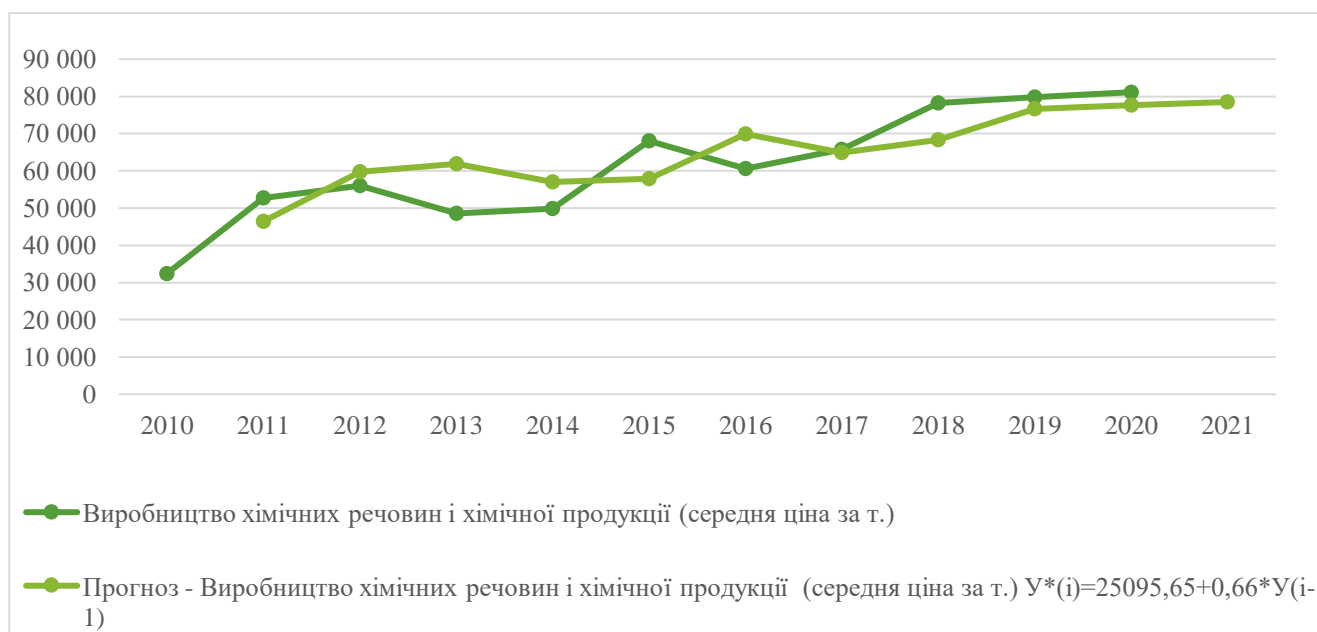


Рис.2. Фактичне та прогнозне значення обсягів виробництва хімічних речовин в Україні (млн. грн.)

Джерело: за даними Держкомстату [3]

Таким чином, зробивши прогноз на 2021 рік по виробництву харчових продуктів ми бачимо, наступне: прогнозований обсяг виробництва становить 739 810,69 грн.; формула $Y^*(i)=33898,00+1,04*Y(i-1)$; точність прогнозу 94,02%.

А також, спрогнозували на 2021 рік по виробництву хімічних речовин хімічної продукції ми бачимо: прогнозований обсяг виробництва становить 78 503,55 грн.; формула $Y^*(i)=25095,65+0,66*Y(i-1)$; точність прогнозу 87,95%.

Розглянувши обидва прогнози на 2021 рік, найкращий (найточніший) прогноз - по виробництву харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів.

Отже, ми дослідили динаміку зміни обсягу виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових, а також хімічних речовин і хімічної продукції. Побудували темпи росту, побудували дві прогнозні моделі за методом лінійної авто регресії, оцінили їх адекватність (94,02% та 97,95% відповідно) та визначили майбутнє значення обсягів виробництва харчових продуктів та хімічних речовин в Україні у 2021 році.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Касьянова В.А. Аналіз стану виробництва основних видів промислової продукції та перспективи його розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 1. С. 40-44.
2. Кобріна Л.В. Україна: хімічна промисловість. *Велика українська енциклопедія*. URL : https://vue.gov.ua/Україна:_хімічна_промисловість (дата звернення: 20.11.2022).
3. Державна служба статистики. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 16.11.2022).

УДК 339.92:339.97:339.98

ІВАЩЕНКО Оксана,

*кандидат економічних наук, доцент,
Національна академія статистики, обліку та аудиту,
м. Київ, Україна*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ШЛЯХУ ЕЛІМІНУВАННЯ РИЗИКІВ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Спосіб, в який нове підприємство визначає особливості побудови своєї структури, характер і цілепокладання реалізованих процесів та ініціатив, залежить від його стратегічної орієнтації. Стратегія фірми — це загальний напрямок або візія, встановлені

керівництвом фірми на найближчі роки. У результаті успіх нового підприємства залежить від стратегічних рішень відносно того, як розподіляти ресурси, і навіть які можливості розвивати. Згідно з підходом Р. С. Шулера і С. Е. Джексона [1], існує три типи стратегії: інновації, вартість та якість. Ми орієнтуємося на стратегічну орієнтацію на інновації, зокрема цифровізацію [2; 3]. Нові підприємства, що наслідують інноваційну стратегічну орієнтацію, зазвичай терпимі до ризику і відкриті для змін. В результаті ці нові підприємства часто першими виявляють нові можливості, наприклад, за допомогою цифрових технологій. У зв'язку зі зростаючим впровадженням цифрових технологій у лінійку продукції, що виробляється фірмами, а також зі зростаючим попитом клієнтів на доступність цифрових послуг, нині цифровізацію важко відокремити від стратегії нових підприємств. Більш того, зростання цифрових технологій відкриває нові можливості для бізнесу, які допомагають компаніям оцифровувати процеси і підвищувати ефективність. Щоб отримати вигоду з цих поточних розробок, багато авторитетних фірм запровадили цифрову стратегію. Цифрову стратегію можна розглядати як організаційну стратегію, яка використовує цифрові ресурси до створення альтернативної цінності. Колектив науковців на чолі із І. М. Себастьяном [4] визначає цифрову стратегію як бізнес-стратегію, ініційовану розгалуженими можливостями потужних, доступних технологій, задля забезпечення унікальних інтегрованих бізнес-можливостей таким чином, щоб вони реагували на ринкові умови, що постійно змінюються. Таке визначення відрізняє «цифрову стратегію» від споріднених понять, таких як «ІТ-стратегія», що зосереджується на функціональному рівні організації, а відтак діє як інструмент реалізації конкретної бізнес-стратегії. Стратегія цифрового бізнесу відрізняється від традиційної ІТ-стратегії тим, що вона є набагато більшою, ніж крос-функціональна стратегія, і виходить за рамки традиційних функціональних областей (таких як маркетинг, закупівлі, логістика, операції і т. д.) і різних бізнес-напрямів, пов'язаних з ІТ-процесами (такі як керування замовленнями, обслуговування клієнтів та інші). Отже, цифрова бізнес-стратегія за своєю суттю є трансфункціональною, адже усі функціональні та процесні стратегії охоплюються стратегією цифрового бізнесу, де цифрові ресурси опосередковують їхню конвергенцію. Стратегія цифрового бізнесу спирається на багатий обмін інформацією через цифрові платформи всередині та поза організаціями, що дозволяє тісно ув'язати багатофункціональні стратегії та процеси за допомогою

міжфірмових ІТ-можливостей. Обговорення того, як ІТ-стратегія формує та впливає на бізнес-стратегію, нині актуалізується через розгляд цифрової бізнес-стратегії як такої. Відповідно, цифрова бізнес-стратегія ширша, більш всеосяжна, ніж інші функціональні стратегії. Отже, ІТ-стратегію можна позиціонувати як стратегію функціонального рівня (під компетенцією директора з інформаційних технологій), цифрову бізнес-стратегію слід позиціонувати не нижче за бізнес-стратегію, а розглядати як саму бізнес-стратегію цифрової епохи. З часом, коли фірми та галузі стануть більш цифровими і покладатимуться на інформацію, комунікації та можливості підключення, ми вважаємо, що цифрова бізнес-стратегія стане бізнес-стратегією, а відтак поділ між бізнес-стратегією та цифровою бізнес-стратегією щезне.

Цифрова стратегія, серед іншого, включає в себе концепцію оцифрування, яка є процесом передачі даних та інформації з аналогового формату в цифровий формат. Відповідно, рівень цифровізації фірми залежить від масштабів залучення цифрових продуктів/послуг та цифрових процесів в її діяльність. Нове підприємство, що не вдається до процесів цифровізації, пропонує нецифровий продукт/послугу; нове підприємство з низьким ступенем цифровізації сприймає цифрові продукти/послуги та цифрові процеси як доповнення до традиційних форм ведення бізнесу. З підвищенням ступеня цифровізації, нове підприємство приділяє більше уваги цифровим продуктам/послугам та процесам. Таким чином, високий рівень цифровізації характеризує діяльність нового підприємства, яке є повністю цифровим, включаючи пропозицію продуктів та послуг, а також спосіб їхнього виробництва.

Провідні фірми, які використовують цифрову стратегію, отримують вигоду від покращення існуючих або розробки абсолютно нових цифрових продуктів/послуг нових та покращення внутрішніх робочих процедур за рахунок розробки цифрових процесів. Ми вважаємо, що включення цифровізації в бізнес-стратегію фірми є особливо актуальним у сфері підприємництва [5]. У сучасних підприємницьких бізнес-моделях цифровізацію продуктів/послуг та процесів навряд чи можна відокремити від загальної стратегії розвитку нових підприємств. Включення цифрової стратегії на етапі запуску нових підприємств складно переоцінити, адже цифрова стратегія позитивно впливає як на рівень бізнес-процесів нових підприємств, так і на рівень цифровізації продуктів/послуг. При цьому цифрова стратегія слугує не лише інструментом впливу на ступінь цифровізації

продуктів/послуг нових підприємств, але й включає можливості цифрових інформаційних технологій, цифрові можливості співробітників та цифрову культуру. Динамічні можливості, які можна визначити як здатність розвивати внутрішню компетентність, необхідні для стратегічної орієнтації на впровадження цифрових технологій у нові підприємства, що відповідає теорії непередбачених обставин, яка наголошує, що для досягнення адекватних управлінських результатів необхідно враховувати такі фактори, як організаційна структура, кількість співробітників та інфраструктура фірми.

Для фірм, які прагнуть стати успішними учасниками цифрової епохи, цифрова стратегія стає одним із найважливіших ресурсів для впровадження в компаніях процесів цифровізації, яка визначає застосування цифрових технологій та інфраструктур у бізнесі, економіці та суспільстві. Стратегія цифрового бізнесу передбачає відповідь на такі питання, як: сфера застосування стратегії цифрового бізнесу; масштаб застосування стратегії цифрового бізнесу; швидкість впровадження стратегії цифрового бізнесу; джерела створення та використання цифрових цінностей у стратегії розбудови цифрового бізнесу. Окреслені чотири ключові складові стратегічного управління бізнес-процесами в умовах цифровізації виробничих і збутових процесів охоплюють основні атрибути цифрової бізнес-стратегії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Schuler R. S., Jackson S. E. Linking competitive strategies with human resource management practices. *Academy of Management Executive*. 1987. Vol. 1(3). P. 207–219. URL: <https://journals.aom.org/doi/10.5465/ame.1987.4275740>
- Панченко В. Г., Резнікова Н. В., Іващенко О. А. Розвиток Industry 4.0 й цифрової економіки у фокусі глобального технологічного та інноваційного суперництва КНР і США. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 4–10.
2. Reznikova N., Rubtsova M., Yatsenko O. The role of innovation clusters in building up investment and innovation strategies in the crossborder cooperation context. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2020. Вип. 142. С. 85-98.
3. How big old companies navigate digital transformation / I. M. Sebastian, J. W. Ross, C. Beath, M. Mocker, F. G. Moloney, N. O. Fonstad. *MIS Quarterly Executive*. 2017. Vol. 16(3). P. 197–213. <https://publikationen.reutlingen-university.de/frontdoor/index/index/docId/1501>
4. Panchenko V., Reznikova N., Bulatova O. Regulatory Competition in the Digital Economy: New Forms of Protectionism. *International Economic Policy*. 2020. № 1-2 (32-33). P. 49-79. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/fcb5/6539ad6e9b63196f4d52ec7ddf044ec1c30b.pdf>

УДК 658.14

ІЛЬЧУК Анастасія

студентка 3 курсу

спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»

Одеського національного морського університету,

м. Одеса, Україна

ЧЕБАНОВА Тетяна

кандидат економічних наук, доцент

Одеського національного морського університету,

м. Одеса, Україна

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ В БІЗНЕСІ

Фінансовий ризик в бізнесі - це такий процес, який можна проаналізувати та прийняти відповідні дії, щоб зменшити ймовірність його настання. В іншому випадку, ці ризики, якщо вчасно їх не дослідити і не проаналізувати їх вплив, можуть призвести до фінансових втрат. Це важливо, тому що будь-який бізнес пов'язаний з великою кількістю ризиків на кожному етапі свого існування [1, с.13]. Власникам бізнесу та менеджерам важливо знати про всі ймовірні ризики, вміти ідентифікувати усі їх можливі види та враховувати їх вплив. В таблиці 1 представлені види фінансових ризиків, що можуть впливати на діяльність бізнес-структур за видами діяльності.

Таблиця 1

Види фінансових ризиків за видами діяльності підприємств

Види фінансових ризиків	Види діяльності та фінансові операції підприємства						
	Виробнича діяльність	Комерційна діяльність	Фінансова діяльність				
			Інвестиційна діяльність	Кредитна діяльність	Валютні операції	Податкові розрахунки	Розрахункові операції
Зовнішні ризики							
Інфляційний	+	+	+	+	+	+	+
Депозитний			+		+		
Податковий		+			+	+	+
Відсотковий			+	+			
Валютний			+				
Внутрішні ризики							
Ризик зниження фінансової стійкості		+	+	+		+	

Продовження табл.

Ризик неплатоспроможності		+	+	+	+	+	+
Інвестиційний			+	+			
Кредитний			+	+			
Ризик упущеної вигоди	+	+	+	+	+	+	+

Джерело: складено авторами на основі [4].

Вивчати питання впливу ризиків потрібно для того, щоб виявити фінансові зони ризику, порівняти можливі фінансові втрати з сумою прибутку чи власного капіталу підприємства.

Зовнішні фінансові ризики залежать від чинників, на які не може впливати підприємство, це, наприклад, економічний стан країни, стан фінансового ринку, збільшення інфляції, зміни в податковому законодавстві, низька купівельна спроможність населення, падіння попиту та ін. Внутрішні фінансові ризики, в основному, залежать від виробничого потенціалу підприємств, їх комерційних та управлінських здібностей. В таблиці 2 розглянуті чинники, які можуть призвести до виникнення ризику.

Таблиця 2

Чинники, що впливають на виникнення ризиків, за видами діяльності підприємств

Група чинників	Чинники ризиків
Виробничо-комерційні	- Висока частка постійних витрат; - Невдалий асортимент продукції; - Низька ефективність з використання виробничих засобів; - Надмірний обсяг запасів для майбутнього виробництва; - Неefективна цінова політика; - Неefективний менеджмент в маркетинг компанії.
Фінансові	- Неefективна структура капіталу; - Використання в великому обсязі позикових коштів; - Відсутність довготермінових джерел інвестування в активи компанії; - Великі заборгованості; - Агресивна дивідендна політика; - Неefективний розподіл інвестиційними коштами в цілому.
Інвестиційні	- Перевитрати інвестиційного капіталу; - Великий термін окупності інвестицій; - Слабодохідний фондовий портфель.

Джерело: складено авторами на основі [4].

Далі, коли підприємець знає, які самі слабкі місця можуть призвести до фінансових втрат, потрібно розподілити їх на зони фінансового ризику, а саме: безризикову зону; зону критичного ризику; зону катастрофічного ризику. Підприємства не можуть

впливати на зовнішні ризики, тому потрібно приділити максимальну увагу внутрішнім ризикам і приймати дії щодо їх нейтралізації. Зменшити ступінь впливу внутрішніх ризиків можливо за допомогою таких методів, як:

1) Диверсифікація. Розподіляти інвестовані кошти потрібно між різними об'єктами вкладення капіталу, які ніяк не пов'язані між собою. Завдяки цьому методу, можна уникнути фінансових ризиків і отримати очікувані результати.

2) Лімітування. Потрібно встановити ліміт на усі сфери витрат і на кредитні кошти. Тоді знижуються ризики в кредитній і інвестиційній діяльності компанії.

3) Самострахування. Потрібно створити грошові страхові фонди на підприємстві, щоб оперативно, у випадку настання фінансового ризику, подолати фінансові труднощі і вирівняти фінансовий стан компанії.

4) Хеджування. Відкривається угода на одному ринку для компенсації впливу цінових ризиків на протилежній позиції на іншому ринку у рівній частині. Тобто, це угода в межах термінових ринків, для страхування ризиків змін цін на товари [2, с.118].

Можна також використовувати систему страхування у страхових організаціях. Таке страхування відноситься до захисту майнових інтересів підприємств. Якщо виникає ситуація, яка підлягає страховому випадку, всім учасникам цієї операції покриває збиток страхова компанія, з якою був заключений договір страхування ризиків.

За статистикою тільки 10-15% підприємств продовжують своє існування після двох років після виходу на ринок. Одною з причин такої сумної статистики є те, що молодий бізнес не аналізував ключові ризики, чи не міг знайти шлях до нейтралізації їх наслідків. У багатьох була неправильна бізнес-модель з самого початку, некоректні розрахунки у маркетингу, невміння вірно розподілити інвестовані та інші залучені кошти та дуже часта проблема, недооцінка величини стартового вкладу.

Це не означає, що бізнес який витримав цей період і продовжує функціонувати вже 5,10,15 років не стикається з цими ризиками. На будь-якому підприємстві виникають проблеми, малі і великі. Підприємці, які до сих пір працюють на ринку, навчилися не тільки розв'язувати проблеми, які виникають, але й передбачають їх появу.

Важливо використовувати ефективну систему управління ризиками - ризик-менеджмент, який виявляє на ранніх стадіях різні можливі ризики і працює над їх мінімізацією [3, с.101].

спосіб уникнути втрати капіталу, власного і інвестованого, та підвищити фінансові показники бізнесу, завдяки правильно і вчасно прийнятим управлінським рішенням.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко С.М. Економічний ризик: Навч. посіб. 2-ге вид., доп. перероб. К.: Центр навчальної літератури, 2017.
2. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навчальний посібник- К.: Центр навчальної літератури, 2018. 312 с. URL : http://shron.chtyvo.org.ua/Donets_Liubov/Ekonomichni_ryzyky_ta_metody_yikh_vymiruvannia.pd
3. Посохов І.М. Управління ризиками у підприємстві: навчальний посібник. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. 220 с.
4. Куцик П.О., Васильців Т.Г., Сороківський В.М., Стефаняк В.І., Сороківська М.В. Управління фінансовими ризиками: навчальний посібник Львів: Растр-7, 2016. 318 с.

УДК 330.47

КРОТОВА Анна,

*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*
Науковий керівник: - **ЛИЖНИК Юлія**, ст. викл.
*кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ

Сучасний економічний розвиток України визначає молочну галузь однією із пріоритетних складових продовольчої безпеки держави. За підсумками 2020 р. Україна зайняла 22 місце з виробництва молока у світі. У загальному обсязі реалізації продукції харчової промисловості України молокопереробна галузь займає приблизно 11 %. Молоко є базовим продуктом харчування та важливою складовою здорового раціону, молочна продукція належить до необхідних товарів у споживчому кошику, витрати на придбання цих товарів [1].

Молочна та молокопереробна галузь України сьогодні має цілу низку проблем, які перешкоджають її ефективному розвитку. Виробники молока та продукції з нього намагаються відійти від стандартів радянських часів та засвоїти нові європейські

технології. На сьогоднішній день молочна промисловість є однією з провідних галузей народного господарства, яка забезпечує населення продуктами харчування і є складовою продовольчої безпеки держави, що і обумовлює актуальність роботи [2].

Було досліджено виробництво кисломолочної продукції у натуральному вираженні та з'ясовано, що протягом 2013-2015 рр. Воно мало спадну тенденцію, у 2016 р. трохи стабілізувалося, а потім знову скоротилось на 4% та вже після 2017 р. почало поступово зростати.

У 2020 році виробництво на ринку кисломолочної продукції порівняно з попереднім роком зросло на 9,7%. Тому в подальшому можемо очікувати також позитивну динаміку ринку або, принаймні, його стабілізацію в натуральному вираженні.

Обсяг ринку молочної і кисломолочної продукції у вартісному вираженні має позитивну динаміку. Протягом 2013-2016 рр. даний ринок поступово зростає, і можемо бачити різке збільшення виробництва даної продукції у 2017 р. порівняно з 2016 р. на 39,5%.

Надалі вартісний обсяг ринку стабілізувався і у кінці 2020 р. зріс на 8,3% відносно 2019 р. Отже, в перспективі можемо очікувати подальше зростання або стабілізацію виробництва продукції у вартісному вираженні.

Як бачимо з даних графіків, тенденції згідно товарної структури роздрібного товарообігу відносно товару: молоко та продукти молочні, маємо тенденції до збільшення ринку з можливим невеликим спадом, але подальшим приростом ринку.

Визначимо регіональні частки обсягу реалізованої продукції виробництва молочних продуктів суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2014-2020 роках (рис. 1).

Найбільший приріст виробництво молока та молочних продуктів відбулося у 2017 році. На графіку Вінницької області найбільший приріст був також у 2017 році, як і на графіку Житомирської області, які в свою чергу, після 2017 року мала спад.

На графіку Запорізької області найбільший приріст був у 2019 році. На графіку Одеської області найбільший приріст був у 2017 році на 36,582%. Графік Полтавської області має поступовий спад, з невеликим приростом у 2,08% у 2019 році. У графіку Сумської області найбільший приріст був у 2017 році на 66,591% та мала надалі зниження.

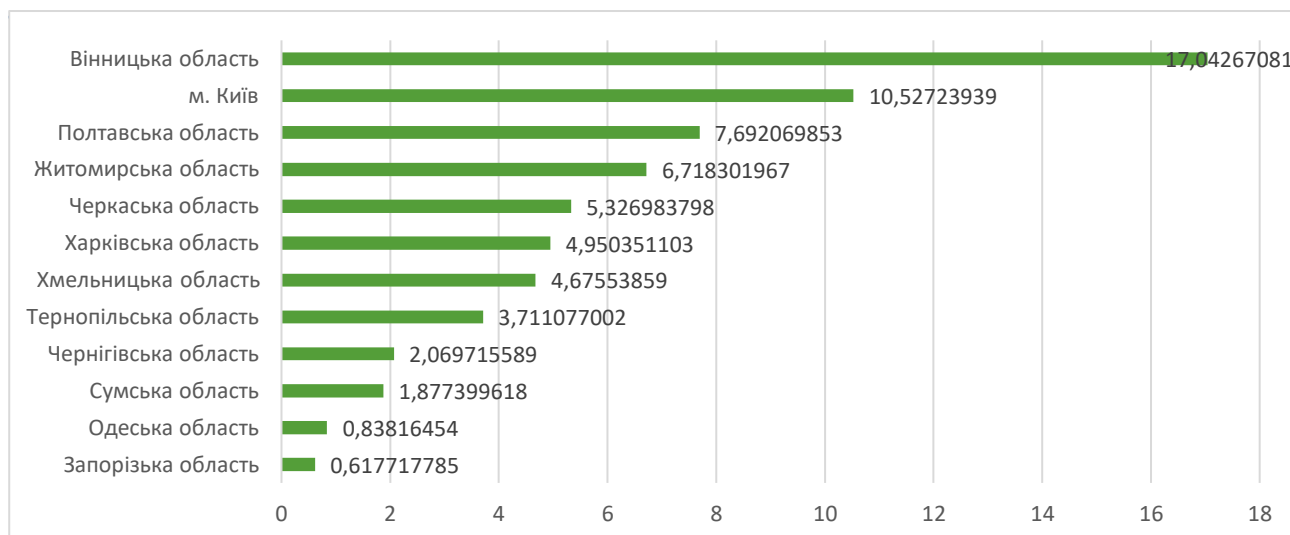


Рис.1 Регіональні частки обсягу реалізованої продукції виробництва молочних продуктів суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2014-2020 роках

Джерело: складено автором за даними Держкомстату [3]

На графіку Тернопільської області найбільший приріст був у 2017 році та мав поступовий спад до 2019 року. На графіку Харківської області бачимо найбільший темп приросту у 2017 році у 44,610% та різкий спад у 2018 році до 4,635% та надалі знову приріст.

На графіку Хмельницької області найбільший приріст був також у 2017 році з показником 48,488%. На графіку Черкаської області маємо також значний приріст у 2017 році на 45,719%.

На графіку Чернігівської області має поступовий спад, який змінюється невеликими приростами. І на графіку міста Київ бачимо величезний приріст у 2017 році на 177,093% та такий самий спад до -2,272%. Отже, як бачимо з усіх графіків, 2017 рік був роком найбільших приростів на ринку молочної продукції в Україні.

Для завершення аналізу кон'юнктури товарного ринку України: молока та молочної продукції проведемо розширений аналіз ризику та прогнозування за наступними показниками кон'юнктури молочного ринку України: Кількість суб'єктів господарювання виробництва молока та молочної продукції України; Кількість зайнятих працівників на виробництві молока та молочної продукції; Обсяг реалізованої продукції в галузі молока та молочної продукції; Обсяг виробленої продукції в галузі виробництва молока та молочної продукції; Додана вартість за витратами виробництва суб'єктів в виробництві молока та молочної продукції; Чистий прибуток (збиток) підприємств молока та молочної продукції;

Капітальні інвестиції виробництва молока та молочної продукції; Експорт товарів виробництва молока та молочної продукції; Імпорт товарів суб'єктами господарювання виробництва молока та молочної продукції.

Порівняння точності прогнозних моделей для показника доданої вартості на ринку молочної продукції України наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння точності прогнозних моделей для показника доданої вартості на ринку молочної продукції України

Модель	Рівняння	Точність
Лінійна	$y = 1E+06x + 3E+06$	92,8%
Поліноміальна	$y = -2144,5x^4 - 32803x^3 + 746112x^2 - 2E+06x + 6E+06$	97,8%
Ступенева	$y = 4E+06x^{0,5137}$	83,1%
Регресійна	$Y^* = -1433272,3 + 0,1995x$	94,7
Авторегресійна	$Y^* = 1401336,9 + 0,944x$	89,1

Джерело: складено автором за даними Держкомстату [3]

Отже, як бачимо серед побудованих моделей, найкращою є поліноміальна з точністю 97,8%. Модель регресії обсягу виробленої продукції і доданої вартості за витратами виробництва має точність 94,7%. Авторегресійна модель доданої вартості має точність 89,1%. Звідси, серед усіх найкращою є поліноміальна модель. Прогнозований обсяг доданої вартості за витратами виробництва на 2021 рік складає 12186739 тис. грн. Маємо тенденцію до зростання. Аналогічне моделювання було виконано для інших досліджуваних показників ринку молочної продукції України.

В результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що в усіх отриманих прогнозних моделях достатньо високі рівні точності, але найвищі (від 98%) у обсягу реалізованої продукції, витрат на персонал, витрат на виробництво продукції, кількості діючих суб'єктів господарювання. Трохи менші (від 97%) у кількості зайнятих працівників, доданої вартості та обсягу виробленої продукції. Найнижчий оптимальний рівень точності прогнозу наявний у показника капітальні інвестиції - 81,9%.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Козак О. А. Розвиток світового виробництва та торгівлі молочними продуктами. *Економіка АПК*. 2020. № 2. С. 84–92.
2. Чагаровський В.П. Молочна галузь України та її майбутнє через 10 років: проблеми, національна програма розвитку та державна підтримка. 2020. URL: <https://agropolit.com/blog/412-molochna-galuz-ukrayini-ta-yiyi-maybutnye-cherez-10-rokiv-problemi-natsionalna-programa-rozvitku-ta-derjavna-pidtrimka> (дата звернення 10.11.2022).
3. Державна служба статистики. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 10.11.2022).

УДК 338.45.01

КУРЯЧА Наталя,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Питання забезпечення державних підприємств фінансовими ресурсами поширене в більшості країн, серед яких і Україні, оскільки національна економіка занепадає, що знижує ефективність фінансово-господарської роботи державних підприємств.

Сьогодні державні підприємства працюють фактично в умовах антикризового управління, що характеризується нестачею фінансових ресурсів. Інфляційні процеси, непередбачувані коливання валютних курсів, зростання процентних ставок за кредитами, зниження попиту споживачів та запровадження військового стану негативно впливають на підсумки діяльності українських підприємств. Відсутність фінансових ресурсів у достатньому розмірі на підприємстві спричиняє порушення платоспроможності та падіння рівня економічних показників.

Сьогодні в Україні діють підприємства різноманітних форм власності, в тому числі державні підприємства, що діють на засадах державної власності.

Державні підприємства є вагомою і безумовно потрібною складовою у сучасній суспільній структурі. Вони прив'язані до значення держави в економіці, а їх діяльність спрямована на ті потреби, що не можуть бути задоволені приватними виробництвами, бо діяльність останніх спрямовується суто комерційними інтересами.

Сучасні економічні відносини в Україні характеризуються приватизаційними процесами і виникненням нових бізнес-структур, що призвело до еволюції відносин власності та видів суб'єктів господарювання для забезпечення їх різноманітності. Однією з ознак економічних відносин в Україні є наявність різних форм власності за оптимального поєднання між приватним і державним секторами економіки. Сьогодні державний сектор стає найважливішою частиною економічної системи та передумовою для успіхів піднесення сучасних суспільств.

За допомогою державних підприємств державою розв'язується низка економічних і соціальних проблем, пов'язаних із вирішенням основних проблем країни, таких як підтримання цілісності процесу суспільного відтворення та гармонізація циклічних коливань, підтримка поступових структурних змін економіки, формування соціальної інфраструктури та її піднесення, охорона екологічного природного середовища, реалізація регіональної політики, підтримання науково-технічного прогресу.

Державні підприємства – це незалежні господарюючі суб'єкти, діяльність яких заснована на державній власності, виробництві товарів, наданні послуг і суспільних благ, науково-дослідній, комерційній або некомерційній діяльності з метою отримання прибутку або для суспільних потреб [1].

Основною метою роботи державних підприємств є реалізація основних національних науково-виробничих і науково-технічних програм, розвиток виробничої та соціальної інфраструктури, необхідної для нормальної роботи та піднесення соціально-економічної системи.

ДП характеризуються тим, що держава або підконтрольні їй установи мають достатню частку капіталу для контролю їх діяльності. ДП повинні мати такі характеристики:

- відповідна форма власності на капітал;
- ефективний контроль за управлінням державними установами;
- цілеспрямованість діяльності полягає подоланні окремих соціальних проблем загальнодержавного чи місцевого значення;
- незалежність суб'єктів господарювання;
- права юридичних осіб.

Державні підприємства часто націлені на економічну діяльність, яка потребує великого стартового капіталу та має тривалий термін окупності, а приватні чи колективні підприємства не можуть забезпечити достатні норми прибутку для розширеного відтворення [3].

Характерні особливості діяльності ДП є такими:

1) функціонування державного підприємства є особливою формою розвитку промислово-економічного сектору та відіграє провідну роль у забезпеченні помірною рівня національної безпеки країни. Для країн з розвинутою ринковою економікою до таких галузей належать оборонна промисловість, залізничний транспорт тощо;

2) державне підприємство забезпечує заповнення тих ринкових ніш і сфер задоволення соціальних потреб суспільства, в які через низьку норму прибутку (навіть в умовах повної збитковості) не бажають заходити підприємства інших форм власності, але ефективний соціальний розвиток неможливо забезпечити без відповідного задоволення цих соціальних проблем;

3) створення державних підприємств є одним із способів забезпечення національних інтересів у стратегічних сферах виробництва, формою захисту цих територій від поширення іноземного капіталу;

4) діяльність державних підприємств є одним із найефективніших інструментів державного впливу на негативні фактори економічного розвитку та подолання кризових умов цього розвитку завдяки можливостям більш жорсткого державного регулювання та координації їх господарської діяльності;

5) державне підприємство виступає впливовим інструментом державного регулювання цін на внутрішньому ринку, більш завуальована форма втручання держави у забезпечення цінової рівноваги для захисту найбільш соціально незахищених верств населення;

6) державне підприємство зберігає свою значення у тих капіталомістких галузях, де приватний бізнес внаслідок недостатньо потужного накопичення не може забезпечити створення виробництв, які відповідні по масштабам для застосування сучасних технологій.

Фінансові ресурси державних підприємств тісно пов'язуються із економічною системою держави та є її складовим елементом. Можна відзначити, що економічна система держави має зв'язки з фінансами підприємств усіх форм власності, але фінанси саме державного підприємства мають складніші ланки зв'язку із державними фінансами [2].

Отже, економічні відносини державних підприємств характеризуються особливими формами відносин, що формують фінансові потоки, пов'язані з формуванням, розподілом і використанням його фінансових ресурсів.

Фінанси державного підприємства відображають систему економічних відносин щодо формування, розподілу та

використання фінансових ресурсів на підприємствах із державною власністю задля забезпечення їхнього ефективного піднесення на всіх стадіях життєвого циклу.

Фінанси державного підприємства функціонують задля розширеного відтворення основних та оборотних виробничих фондів, акумуляції частки чистого доходу, що створена процесі матеріального виробництва, для фінансування розширеного відтворення виробництва.

Фінанси державних підприємств найтісніше пов'язуються із економічною системою держави та становлять її ключову частину. Фінанси державного підприємства мають більш складну систему зв'язків із фінансами держави ніж підприємства інших форм власності.

Існування фінансів державного підприємства неможливе без участі економічної системи. Так, через державний і місцеві бюджети фінансується створення нових підприємств державної форми власності, їхнє інвестування та пільгове кредитування, покриття збитковості. Основне місце в цьому фінансовому потоці сьогодні належить державним інвестиціям.

В той самий час через фінанси державного підприємства створюється певна частка доходів державного бюджету. Таке поповнення відбувається через надходження податкових та інших відрахувань державних підприємств до загальнодержавного та місцевих бюджетів, зборів та відрахувань у державні цільові позабюджетні фонди, коштів від оренди місцевих майнових комплексів державних підприємств і приватизації їхнього майна, вилучення частини прибутку за результатами господарської діяльності цих підприємств.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Алескерова Ю. В. Управління фінансовими ресурсами державних підприємств [Електронний ресурс] / Ю. В. Алескерова, А. Р. Ременюк // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 30(2). – С. 45-48. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_30\(2\)_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_30(2)_12).
2. Вечеров В.Т. Управління державними підприємствами: перегляд цінностей як відповідь на вимоги цифрової економіки / В.Т. Вечеров, Ю.В. Орловська, О.О. Кахович // Економічний простір. – 2021. – № 166. – С. 29-34.
3. Зюзь Д. В. Внутрішнє фінансування як чинник підвищення ефективності діяльності державних підприємств [Електронний ресурс] / Д. В. Зюзь // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія : Державне управління. – 2018. – № 2. – С. 27-33. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnaddy_2018_2_6.

УДК 330.4

КУЧЕРУК Анастасія,
*здобувачка першого рівня вищої освіти,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
м. Київ, Україна*
ЧУХЛІБ Алла,
*кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
М. Київ, Україна*

ІНСТРУМЕНТАРНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Моделювання – один із основних загальнонаукових методів, що застосовуються на теоретичному та емпіричному рівнях пізнання і полягає у розробці та дослідженні моделей. В деяких випадках моделювання являється єдиним способом пізнання досліджуваного об'єкта. Науковим базисом для моделювання слугує теорія подібності.

Моделювання дозволяє здійснити теоретичний аналіз, уточнити сутність бізнес-процесів підприємств аграрної сфери, побудувати модель, відтворити властивості та характеристики об'єкта дослідження.

На сьогодні існує багатоваріантність визначень сутності «моделі».

Класичне визначення моделі сформульовано В. Штоффом наприкінці 60-х років ХХ століття. Автор визначає модель як подумки представлену або матеріально реалізовану систему, яка відтворює об'єкт дослідження та здатна його замінити таким чином, що в результаті її вивчення отримують нову інформацію про досліджуваний об'єкт.

А. Уємов та І. Новік, стверджують, що моделювання використовується з метою теоретичного та практичного дослідження об'єкта. При цьому безпосередньому вивченню підлягає не сам об'єкт, а деяка допоміжна штучна/ природна система/ модель, яка:

- 1) знаходиться в певному об'єктивному співвідношенні з об'єктом дослідження;
- 2) здатна замінити об'єкт на певних етапах пізнання;
- 3) надає інформацію про об'єкт моделювання.

Одним із ключових методів дослідження є математичне моделювання, що ґрунтується на використанні математичних моделей. Математична модель включає сукупність співвідношень, які відображають характеристики стану об'єкта моделювання та їх прогнозні значення.

Загальними характеристиками моделі є формалізація, системність, аналогія та подібність, здатність заміщати об'єкт дослідження, параметричність, інформаційність, аналітичність.

Для розкриття інструментарно-методичного забезпечення моделювання бізнес-процесів підприємств аграрного сектору розглянемо сутність категорії – бізнес-процеси.

Оснoву діяльності підприємств аграрного сектору економіки становлять бізнес-процеси, які забезпечують ефективну реалізацію діяльності суб'єктів господарювання, пов'язану з виробництвом аграрної продукції. Моделювання бізнес-процесу - процес відображення суб'єктивного бачення потоку робіт у вигляді формальної моделі, що складається з взаємопов'язаних операцій. Бізнес-модель - це формалізований опис бізнес-процесів, який відображає реально існуючу/ передбачувану діяльність підприємства [3].

Для моделювання бізнес-процесів аграрних підприємств використовуються різні методи, основу яких становлять структурний та об'єктно-орієнтовний підходи до моделювання, спрямовані на пошук шляхів зменшення витрат на виробництво продукції, підвищення доходності підприємства, підвищення ефективності виробництва продукції, поліпшення її якості та конкурентоспроможності. Найбільш поширеними методами моделювання є графічні нотації, метод функціонального моделювання SADT (IDEF0), метод моделювання процесів IDEF3, моделювання потоків даних DFD, метод ARIS, метод Ericsson-Penker [4].

Імітаційне моделювання використовують для оптимізації виробничих технологічних операцій і полягає у побудові моделі з врахуванням часу виконання функцій.

Використання сучасних методів і засобів моделювання бізнес-процесів у різних нотаціях дає можливість здійснити комплексну оцінку діяльності аграрного підприємства, бізнес-прогнозування, обґрунтувати та прийняти ефективні управлінські рішення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Григор'єв Д. Моделювання бізнес-процесів підприємства. URL: <http://www.valex.net/articles/process.html> (дата звернення: 11.11.2022).
2. Корзаченко, О.В. Моделювання бізнес-процесів підприємств: методології, підходи та методи. Науковий вісник Херсонського державного університету.

2015. Вип. 11. Ч. 1. С. 171 – 175. URL:
http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_11/41.pdf.

3. Мінеєв Є.І. Моделювання бізнес-процесів. URL:
<http://zavantag.com/docs/663/index-1248743.html> (дата звернення:
09.11.2022).

4. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 128 с.

5. Depperu D., Cerrato D. Analyzing International Competitiveness at the Firm Level: Concepts and Measures. Working Paper No. 32. Piacenza : Dipartimento Scienze Sociali Sezione Economia Aziendale, Universita Cattolica del Sacro Cuore, 2005. 27 p.

УДК 658.849

КУШНІРУК Віктор,

кандидат економічних наук, доцент

Миколаївський національний аграрний університет,

м. Миколаїв, Україна

КАЛАШНИКОВ Іван,

здобувач вищої освіти,

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

ВІРТУАЛЬНА (ІНТЕРНЕТ) ТОРГІВЛЯ, ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

В умовах світової діджиталізації та мереживної інтеграції відбувається швидкий розвиток перенесення суспільних відносин із реального до віртуального світу. Завдяки широкому використанні мережі Інтернет громадяни різних держав можуть вільно спілкуватись, передавати потрібну інформацію та працювати. На сьогодні дуже популярним явищем є використання Інтернет ресурсів для ведення електронної комерції в Україні та закордоном. Розвинена мережа соціальних мереж є додатковим засобом реалізації найрізноманітніших товарів та послуг. Адже електронний варіант ведення бізнесу з кожним роком зростає. Це пояснюється, по перше швидким розвитком Інтернет-індустрії та мереж, а по друге наявністю додаткових можливостей у користувачів. [2, 10]

З моменту появи Інтернету суспільні комерційні відносини зазнали чимало змін, як позитивних (у плані розвитку), так і негативних (появи шахрайських схем). З часом свого існування онлайн-торгівля удосконалювалась: збільшувалось коло користувачів інтернет-ресурсів, з'являлись нові покупці та продавці, розширювалась мережа інтернет-магазинів,

удосконалювались механізми взаємодії та комунікації. Відтак кожна сторона електронного бізнесу мала чималу перевагу в процесі комерційних відносин. На основі розвинених сучасних технологій та використанні єдиного інформаційного простору вдалось розвинути електронну роздрібну торгівлю практично у всіх нішах продаж. Відтепер, приміром, продавець із Харкова може реалізувати свою продукцію не лише в інший район міста чи області, але й по всій території України, а то й за кордон.[1] Головне подбати про розвиток клієнтської бази на відповідному інтернет ресурсі, де розміщена офіційна сторінка чи сайт магазину.

Електронна комерція має ряд переваг перед реальними продажами, наприклад:

- -широке коло потенційних клієнтів;
- -аналіз конкурентів;
- -додаткові можливості спілкування з покупцями;
- -спрощена система обміну інформацією;
- -можливість електронних розрахунків;
- -економія часу;
- -доступність та інше.[5]

Варто зауважити, що процес виконання комерційних угод також перейшов на новий електронний рівень. Наразі існує безліч можливостей укладення електронних угод, здійснення електронних платежів та електронного контролю свого контрагента.

Споживачі та активні користувачі електронної комерції також мають ряд переваг:

- Можливість здійснення пошуку та купівлі товару у будь-який зручний час та спосіб;
- Можливість швидкого порівняння цін;
- Велика база інтернет-магазинів;
- Можливість здійснення онлайн-платежів;
- Доступність онлайн-консультування.

Переведення бізнесу на простори інтернету досить позитивно впливає і на роботу продавців, адже перед ними відкриваються нові можливості успішного ведення бізнесу, такі як:

- Дешева рекламна кампанія;
- Велика база потенційних покупців;
- Можливість виходу на глобальний ринок;
- Аналіз вподобань клієнтів;
- Удосконалення цінової політики;
- Створення ефективної здорової конкуренції[4]

Закордонна практика ведення інтернет-бізнесу давно показала свою ефективність. Позитивний досвід здобули представники

великого, середнього та малого бізнесу. Особливо вдалою виявилась діяльність саме малого бізнесу. Основними чинниками, які сприяли цьому процесу є:

- Ефективна співпраця продавця і клієнта;
- Спроможність швидко адаптуватись у своїй сфері із конкурентами;
- Можливість зацікавити потенційного клієнта за допомогою цікавого інтерфейсу;
- Швидке подолання транскордонних перешкод;
- Економія матеріальних ресурсів у пошуку нових клієнтів та постачальників;
- Спрощена система ведення бізнесу(зокрема розрахунків і комунікації)[3].

Як бачимо онлайн-торгівля має ряд переваг, які слугують основними чинниками розвитку для ведення бізнесу. Перехід на єдиний інформаційний майданчик сприяє роботі продавців та відкриває нові можливості для покупців. Адже плюралізм та багатоманітність завжди сприяють розвитку економічних процесів, зокрема і розвитку комерційних відносин в Інтернеті.

В Україні уже активно діє ефективна законодавча база регулювання електронної комерції. Досконалий профільний закон сприяє розвитку інтернет-відносин у цій сфері. Адже чітке законодавче регулювання передбачає усі можливі ризики сторін. Поряд із перевагами варто враховувати і недоліки використання інтернет-продаж. Негативний вплив на розвиток і функціонування онлайн-ринку в Україні справляють такі фактори:

- -відсутність якісного інтернет покриття в деяких населених пунктах України;
- -високі ціни на інтернет-рекламу та пошук аудиторії;
- -наявність великої кількості конкурентів;
- -перебірливий споживач;
- -наявність прогалів у законодавстві.[4]

Враховуючи наявні перепони у веденні електронного бізнесу, просто необхідно дбати про високу якість надання послуг, щоб зацікавити та зберегти клієнтів. До того ж весь час потрібно підтримувати ділову репутацію, створювати комфортні умови співпраці та займатись розвитком потенціалу продажів. Адже незважаючи на всі недоліки електронної комерції, переваг є значно більше. А це говорить про широкі перспективи цієї галузі. Детально розроблений бізнес-план, побудова якісної логістики, налагодження якісного контакту зі споживачем неодмінно буде приносити прибуток в інтернет-бізнесі.[6]

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Філіпс, Ф. Онлайн торгівля в Україні. Нові можливості для традиційних роздрібних мереж /Ф. Філіпс, А. Калініченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inrisedevelopment.com>
2. Ринок електронної торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.liga.net/user/astorozhuk/article/rinok-elektronnoi-komertsii-2022-trendi-instrumenti-ta-potrebi-onlayn-pokuptsiv>
3. Інтернет магазини України: число покупок подвоїться [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sinsay.com/pl/uk/help-how-to-shop-online>
4. В Україні стрімко зростає ринок online-торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://agronews.ua/news/v-ukraini-strimko-roste-on-layn-torhivlia-fermers-kumu-produktamy/?_cf_chl_tk=pK8zwI0jAjfJB74XxAaJYa4IGvUihoZ3r.tVZPYuTdk-1667044809-0-gaNycGzNCFE
5. В Україні збільшилася online-торгівля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/>
6. Інтернет торгівля, електронна комерція в Інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gallex.com.ua/statti/elektronna-komertsii-dialnist-internet-magaziniv>

УДК 330.47

МАТЯХ Ванесса,

*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна
Науковий керівник: - **ЛИЖНИК Юлія**, ст. викл.
кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
ДонНУЕТ, м. Кривий Ріг, Україна*

АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ ЧАЮ В УКРАЇНІ

Чайний ринок України стабільний вже декілька років: його ємність коливається в межах 20 тис. т. на рік, що свідчить про насичення ринку. Розмір ринку в грошовому виразі продовжує рости, що обумовлене зміною в структурі продажів [1].

Чай - один із популярних та улюблених напоїв у Україні. У нашій країні розвинена культура споживання цього напою: чай п'ють удома та на роботі, у кафе та ресторанах. Ринок українського чаю характеризується високим рівнем попиту і пропонуванням величезного асортименту цього напою [2].

Інструментом дослідження ринку чайного виробництва є маркетингове дослідження ринку за допомогою цього інструменту виявляється канали просування товару по країні, моделювання – для встановлення прогнозних значень основних показників ринку чаю, графічний – для відображення динаміки зміни основних показників кон'юнктури ринку чаю

В результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що відповідно до статевої класифікації, споживачами чаю є жінки, чоловіки більше віддають перевагу каві. За віковою класифікацією, споживачі до 20 років віддають перевагу пакетованим чаєм з домішками, окрім трав'яних. При цьому, вони здебільшого не звертають увагу на якість та тип листа, обирають чаї низької або середньої ціни у картонній коробці або м'якій полімерній упаковці. Споживачі віком від 20 до 35 років віддають перевагу звичайним розсипним чаєм без домішок, найчастіше обирають зелений та чорний чаї. Вони намагаються купувати чай будь-якого сорту, окрім третього, з цілого або ламаного листа середньої або високої ціни, у жерстяній банці або картонній коробці.

Споживачі віком від 35 до 50 років віддають перевагу будь-якому чаю за ступенем ферментації та формою, з цілого листа першого, вищого сорту середньої або високої ціни, у картонній коробці або жерстяній банці. Споживачі які старше 50 років віддають перевагу трав'яним розсипним або пакетованим чаєм з цілого або ламаного листа, будь-якого сорту, окрім третього, низької або середньої ціни, у картонній коробці або жерстяній банці.

Надалі було визначено та запропоновано групи показників для експертного аналізу значимості факторів загальногосподарської кон'юнктури ринку чаїв: X1 - Асортимент чаїв за ступенем ферментації ; X2 - Асортимент чаїв з домішками ; X3 - Асортимент чаїв низької та середньої ціни ; X4 - Асортимент чаїв високої ціни та преміум-класу ; X5 - Асортимент чаїв за типом листа ; X6 - Країна походження чаю ; X7 - Виробник ; X8 - Пакування ; X9 - Якість чаю ; X10 - Наявність знижок ; X11 - Якість обслуговування ; X12 - Наявність реклами ;

Відобразимо результати експертного оцінювання важливості факторів вибору чаю на рис. 1.

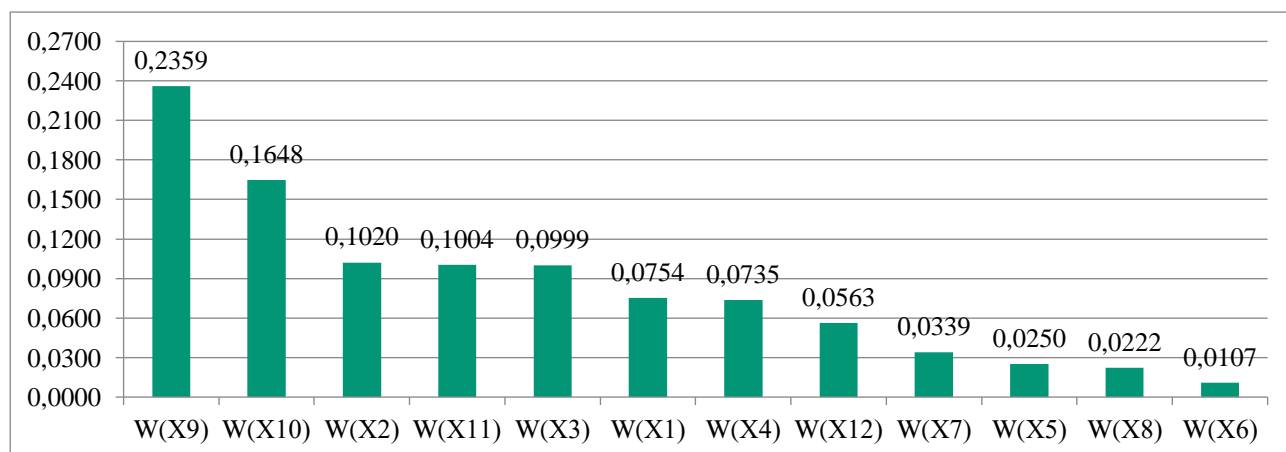


Рис. 1. Результати експертних оцінок значимості факторів вибору чаю

Джерело: побудовано автором на основі [1,2]

Як було встановлено, факторами середнього впливу є: асортимент чаїв високої ціни та преміум класу, виробник, асортимент чаїв низької та середньої ціни. Фактором низького впливу є асортимент чаїв за ступенем ферментації. Факторами незначного впливу є: країна походження чаю та пакування.

Надалі була проведена комплексна оцінка ефективності закупівлі чаю різних сортів (рис. 2).

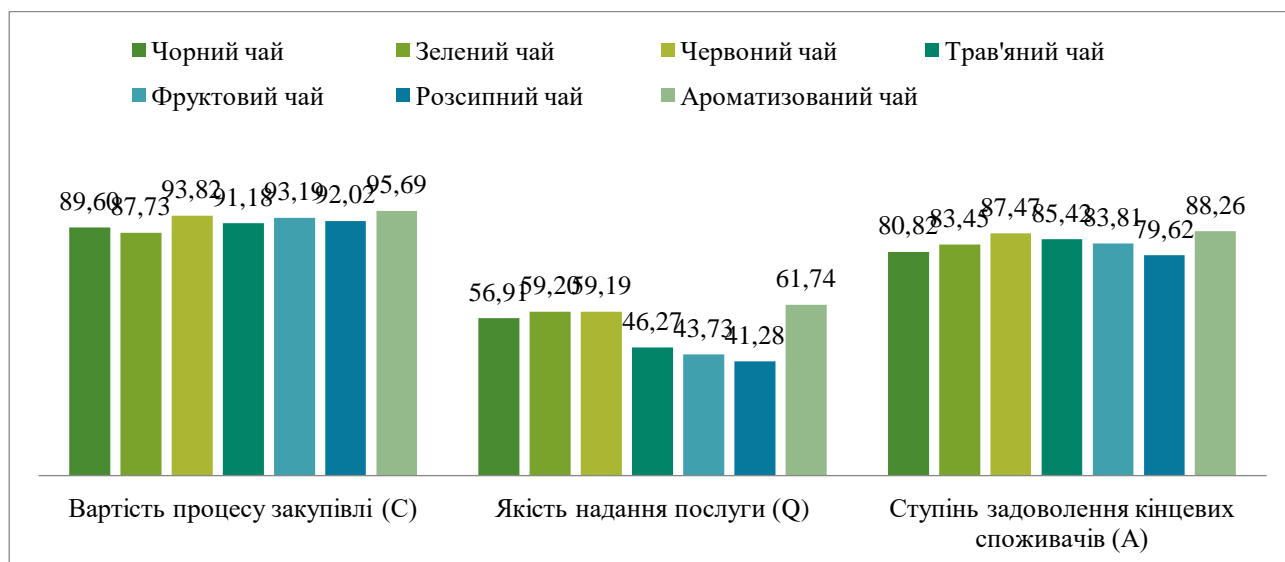


Рис. 2. Комплексна оцінка ефективності закупівлі чаю (%).

Джерело: побудовано автором на основі [2,3]

Найбільш привабливим для споживачів є фруктовий та ароматизований чай. Значення d показує, через скільки днів повинне виконуватися наступне замовлення товару, щоб зберігалася умова оптимальності постачання: для чорного чаю цей термін становить 9 днів, для зеленого чаю - 9 днів, для червоного чаю - 11 днів, для трав'яного чаю - 11 днів, для фруктового чаю - 8 днів, для розсипного чаю - 12 днів, для ароматизованого чаю - 8 днів.

Як бачимо з рисунку 2, вартість витрат на організацію закупівлі ароматизованого чаю найвища з усіх, а вартість зеленого чаю - найнижча. Показник якості надання послуг та ступеня задоволення кінцевих споживачів у ароматизованого чаю найвища, а розсипного найнижча. З чого можна зробити висновок, що за комплексної оцінки ефективності проведення закупівель чаю, закупівля ароматизованого чаю є найбільш ефективною, ніж закупівлі іншого виду чаю, особливо розсипного.

Серед досліджуваних показників ефективності закупівель найбільш ризикованим та нетривким у часі є якість надання послуги, яка змінювалась протягом досліджуваного періоду більше

ніж на 18%. При чому, для червоного чаю рівень ризику найвищий порівняно з іншими видами. Показники комплексної оцінки ефективності проведення закупівель розсипного чаю є найбільш нестабільними та схильними до коливань у часі - з трьох розглянутих показників розсипний чай має більший рівень ризику по двом показникам - вартість процесу закупівлі та ступінь задоволення кінцевих споживачів.

Отже, за результатами оцінки ефективності закупівлі чаю можна стверджувати, що закупівельна діяльність є ефективною. Було проаналізовано динаміку темпів приросту показників комплексної оцінки ефективності проведення закупівель чорного, зеленого, червоного, трав'яного, фруктового, розсипного та ароматизованого чаю та з'ясовано, що вартість закупівлі чорного чаю мала тенденцію до зниження у 2019 та 2021р., в інші періоди вона зростала.

Стосовно зеленого чаю ситуація прямо зворотна - вартість закупівлі зеленого чаю мала тенденцію до збільшення у 2019 та 2021р., в інші періоди вона зменшувалась. Вартість закупівлі червоного чаю мала тенденцію до зниження у 2019р., після чого вона зростала. Стосовно трав'яного чаю ситуація прямо зворотна - вартість закупівлі трав'яного чаю мала тенденцію до збільшення у 2019р., в інші періоди вона зменшувалась.

В цілому сучасний стан функціонування ринку чаю в Україні характеризується високими позиціями країни на світовому ринку, що собою впливає на підвищення рівня продовольчої безпеки та економіки країни в цілому. На сучасному економічному розвитку країни, ринок чаю займає лідируючі позиції за показником попиту та рівнем насиченості на ринку, що демонструє високі показники зайнятого сегменту ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ринок чаю в Україні. Сезонні коливання та перспективи розвитку. URL: <https://zrada.org/suchasnist/9-business/543-rinok-chaju-v-ukrayini-perspektivi.html> (дата звернення 16.1.2022).
2. Дослідження ринку чаю в Україні. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-rynka-chaja-v-ukraine.html> (дата звернення 18.11.2022).
3. Державна служба статистики. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 18.11.2022).

UDC 657.6:658.149.3:338.5

MURAVSKYI Oleksandr,

PhD student in accounting and taxation

State Tax University, Irpin, Ukraine

A MODEL FOR DETERMINING TRANSFER PRICES BASED ON AN OPTIMIZATION MODEL OF REVENUE MAXIMIZATION

Transfer pricing is a tool that allows the management of the enterprise, within certain limits, to delegate to managers of divisions the authority to determine the volume and prices of products produced and, at the same time, to coordinate their actions in such a way that the efforts of managers are aimed at improving the financial results of the managing sub object as a whole. Currently, the accounting and information provision of operations with the application of transfer prices does not fully meet the modern requirements of managing large enterprises. Accounting for transactions using transfer pricing is often identified with the calculation of the cost of production and its distribution by cost location, while the informational potential of transfer pricing remains largely underestimated. Accounting in the transfer pricing system, based on the double-entry method, is able to provide information on the results of work of divisions as if they functioned as autonomous subjects of economic activity. The use of such information by the company's management can significantly expand the possibilities of assessing the quality of decisions made by middle managers. At the same time, the current regulatory and legal documents on accounting and taxation, which impose certain restrictions on calculations between related parties, have a number of gaps and are in a state of transformation, which creates additional difficulties for enterprises that implement transfer pricing. The insufficient study of these problems justifies the need for further research, accounting of transactions using transfer prices and the possibility of automating these transactions. Key performance indicators in the structure of a balanced system of indicators act as information and management support for the process of determining transfer prices based on the optimization model of revenue maximization. It should be noted that the sets of balanced indicators are individual for each of the company's structural units and reflect the specifics of the structural unit's activity. Partial sets of balanced indicators should be created to assess the performance of central management and the company as a whole.

Taking into account the specified model, the transfer prices of internal processes are denoted by p_1, p_2, p_n , and the quantitative

volumes of sales of intermediate products within the company, necessary for the production of the product, are denoted by q_1, q_2, q_n . The sales prices of these products on the foreign market will be denoted by ep_1, ep_2, ep_n , and by eq_1, eq_2, eq_n we will denote the volumes of sales of these products on the foreign market, respectively. We also denote by $q_{ji} = (1;n), i = (1;n)$ the need for internal resources of the j -th product for the production of the i -th product in the amount $(q_i + eq_i)$.

Let's consider ev_1, ev_2, ev_n as the designation of variable costs per product unit, which do not include products, works, services accepted from other structural units and ef_1, ef_2, ef_n as the amount of fixed costs for the corresponding types of resources. So, the optimization model will look like this (1):

$$\begin{aligned}
 PR &= p_1q_1 + p_2q_2 + \dots + p_nq_n \rightarrow \max \\
 \left\{ \begin{array}{l}
 R_1 + ev_1 \cdot (q_1 + eq_1) + ef_1 + \sum p_jq_{j1} = ep_1 \cdot eq_1 + p_1q_1 \\
 R_2 + ev_2 \cdot (q_2 + eq_2) + ef_2 + \sum p_jq_{j2} = ep_2 \cdot eq_2 + p_2q_2 \\
 \dots \\
 R_n + ev_n \cdot (q_n + eq_n) + ef_n + \sum p_jq_{jn} = ep_n \cdot eq_n + p_nq_n
 \end{array} \right. & \quad (1)
 \end{aligned}$$

Thus, the structural units, having received the calculated mandatory volumes of resource supplies and transfer prices from the parent company, determine the production and implementation program. It should be noted that the use of the given model is possible only with adequate organization of accounting and management information support in the accounting services of structural units, as well as timely preparation of management reporting that meets all the requirements of the company's management.

REFERENCES:

1. Bouwens J., Steens B. Full-Cost Transfer Pricing and Cost Management. *Journal of Management Accounting Research*: Fall 2016, Vol. 28, No. 3, pp. 63-81
2. Reichelstein S., Sahoo A. Relating Product Prices to Long-Run Marginal Cost: Evidence from Solar Photovoltaic Modules. *Contemporary Accounting Research* 2018, pp. 1464-1498
3. Schuster P. Cost and Management Accounting. In: Transfer Prices and Management Accounting. *Springer Briefs in Accounting*. Springer, Cham. 2015. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14750-5_1
4. Smolarski J. M., Wilner N. and Vega J.G. Dynamic transfer pricing under conditions of uncertainty – the use of real options. *Journal of Accounting & Organizational Change*. 2019, pp. 535-556
5. Tytenko L.V., Bohdan S.V. Transfer pricing as a management accounting tool. *Galician economic bulletin*, vol. 64, no 3, pp. 87-95

УДК 311.3:339.13

ОЛІЙНИК Катерина,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

*Науковий керівник: - **ЛИЖНИК Юлія**, ст. викл.
Кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ ЦІН НА ЗЕРНОВІ ТА ОЛІЙНІ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

В Україні найбільші посівні площі займають зернові та зернобобові культури. Народне господарство України базується на вирощуванні зернових та зернобобових культур, що формують основу сільськогосподарського виробництва країни. Зерно використовується, як корм для тварин, як продукт харчування для людей, а також як сировина для промислового використання. За способом вирощування та іншими особливостями зернові культури поділяють на дві групи [1]:

- **зернові**, до цієї групи відноситься: пшениця, овес, ячмінь, просо, жито та ін.;
- **зернобобові**, до цієї групи відноситься: горох, соя, квасоля, чечевиця та ін.

Також значною сільськогосподарською галуззю в Україні є олійна, що базується на вирощуванні таких основних культур: соняшник, соя і ріпак. Соняшник — це основна олійна культура в Україні. На соняшникову олію припадає 98% загального виробництва олії в нашій державі. Соя — є цінною білково-олійною культурою, що має широкий спектр використання у виробництві кормів, харчовій промисловості (олія, соєве м'ясо, соєвий сир, молоко, крупа та борошно), її також застосовують для технічних цілей, а ще в медицині [2].

Ріпак — це однорічна олійна рослина, родини капустяних. Олія ріпаку широко використовується у виготовленні біодизеля, пластику, мастил та може бути використана у лакофарбовій промисловості та виготовленні чорнил для поліграфії [2].

Для початку, дослідимо зміну середньої ціни на зернові та зернобобові, а також на олійні культури, протягом 1996-2021рр. За даними Держкомстату зміна середньої ціни та темпи приросту ціни наведені на рисунку 1.

**Секція 2. БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ТА МОДЕЛЮВАННЯ
В ОБҐРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ
ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**



Рис.1 Динаміка середньої ціни на зернові, зернобобові та олійні культури (грн. за одну тону), протягом 1996-2021рр. та темпи приросту (%)

Джерело: за даними Держкомстату [3]

За даними рис.1 можна зробити такі висновки: стосовно насіння олійних культур, відбувалося незначне зниження середньої ціни на проміжках 1999-2000 рр.; 2004-2005 рр.; 2007-2008 рр.; 2012-2013 рр.; 2018-2019 рр.; але порівняно зі зростанням середніх цін протягом цих років, ці зниження були незначними.

Зростання середньої ціни на зернові, зернобобові та олійні культури протягом зазначених років було більш значимим. Середня ціна стрімко підвищувалася на проміжках 2000-2004 рр.; 2006-2007 рр.; 2008-2012 рр.; 2013-2019 рр.; 2019-2021 рр. Щодо зростання та спадання середньої ціни на зернову та зернобобову продукцію, значних коливань не було. Зниження ціни відбувалось на проміжках 2000-2002 рр.; 2012-2013 рр.; 2018-2019 рр. А підвищення ціни у 2002-2007 рр.; 2009-2012 рр.; 2013-2018 рр.; 2019-2021 рр.

Процеси зростання та спадання середніх цін на зернову, зернобобову та олійну культури, відбувалися завдяки експорту за кордон. Можна побачити, що ціни почали швидко зростати з 2006 року, саме з цього року почалося значне зростання світового попиту на українську сільськогосподарську продукцію. Також за графіком помітно, що в 2020 році відбувся стрімкий зріст ціни на зернову, зернобобову та олійну культури, що пов'язаний зі збільшенням експорту до інших країн. Саме в цьому році експорт був збільшений на 44%, порівняно з минулим.

Найбільші зростання середньої ціни на зернові та зернобобові культури відбувалися у 2000 р., 2003 р., 2007 р., 2010 р., 2014 та

2015 роках. Також помітні зростання були в 1999 р., 2006 р., 2011 р., 2020 та 2021 роках.

Найбільші падіння середньої ціни на зернові та зернобобові культури були у 2002 році, 2004 та 2013 роках. Помітні, але не такі значні падіння ціни були у 1998 р., 2001 р., 2005 р., 2008 та 2019 роках. Найбільші зростання середньої ціни на насіння олійних культур відбувалися у 1999 р., 2001 р., 2007 р., 2015 та 2021 роках.

Але у 1998 р., 2004 р., 2009 р., 2011р., 2014 та 2020 роках середні ціни також мали помітний ріст. Найбільші зниження середньої ціни на насіння олійних культур були у 2005 та 2013 роках. Але 1997 р., 2008 та 2019 роки також мали незначний спад цін.

Щодо ризиків зміни середньої ціни на зернову, зернобобову та олійну культури, то вони істотно відрізняються, залежно від розрахунку. Тобто, якщо визначати ризики зміни середньої ціни протягом всіх зазначених вище років, то вони дуже великі.

Ризик зміни ціни на зернові та зернобобові становить 103,04%, а ризик зменшення ціни на зернові та зернобобові культури 55,24%. Ризик зміни ціни на олійні культури становить 107,25%, а ризик зменшення ціни на олійні культури становить 56,93%.

Але, якщо визначати ризики зміни середньої ціни протягом 2013-2021 років, то можна побачити колосальну різницю. Ризик зміни середньої ціни на зернові та зернобобові становить 39,6%, а ризик зменшення ціни 27,9%. Ризик зміни середньої ціни на олійні культури становить 42,3%, а ризик зменшення 28%.

Побудуємо прогнозну модель, щоб визначити середню ціну зернових, зернобобових та олійних культур на наступний рік – рисунок 2.



Рис.2 Фактичне та прогнозне значення середньої ціни зернових, зернобобових та олійних культур (грн. за одну тону)

Джерело: за даними Держкомстату [3]

Прогнозна модель зміни середньої ціни має вигляд: $y^*(i)=23,44+1,15*y^*(i-1)$. Точність цієї прогнозованої моделі 78,73%. Очікувана ціна на зернову та зернобобову культуру в наступному році становить 7278,43 гривень.

Отже ми дослідили динаміку зміни середньої ціни на зернові, зернобобові та олійні культури протягом 1996-2021 років. Також побудували темпи приросту та оцінили ризики зміни та зменшення середньої ціни. Ще зробили прогнозовану модель та визначили значення середньої ціни на зернову та зернобобову культуру на 2022 рік.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Зернові та зернобобові культури. URL: <http://agroforward.com.ua/category/556/> (дата звернення: 14.11.2022).
2. Тенденції та перспективи виробництва олійних культур в Україні й аналіз експорту олії. *Агробізнес сьогодні*. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/20517-tendentsii-ta-perspektyvy-vyrobnytstva-oliinykh-kultur-v-ukraini-i-analiz-eksportu-olii.html> (дата звернення: 14.11.2022).
3. Державна служба статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.11.2022).

УДК 332.1

ПРАСОЛОВА Крістіна,
*аспірантка кафедри регіоналістики і туризму
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
м. Київ, Україна*

ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СМАРТ- СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Кризові явища в економіці країн формують виклики, які потребують певної реакції та дій для їх вирішення. Світова економічна криза 2008 року стає рушійною силою та глобальним викликом для запровадження концепції смарт-спеціалізації в європейських країнах. Така стратегія даної концепції більше зорієнтована на регіональних розвиток ніж на державний. Передбачається як розкриття і розвиток потенційних видів економічної діяльності в регіоні, так і тісна співпраця бізнесу, наукового середовища та владних структур.

Прогнозувалося в Європі активізувати 120 регіонів по формуванню стратегії смарт-спеціалізації. Переважна більшість

регіонів реалізувала ці плани. На сьогодні зареєстровано 19 країн-членів ЄС і 7 країн поза ЄС, а також 180 регіонів ЄС і 42 регіони поза ЄС [1]

Відповідно Угоді про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (2014 р.) розробка та впровадження в регіонах України стратегій смарт-спеціалізації, що підтримують розвиток певних ключових видів економічної діяльності регіону, в свою чергу передбачає фінансування з фондів Європейського Союзу цих проектів. В 2016 році почалася робота по обговоренню варіантів запровадження смарт-спеціалізації.

В Україні пілотними областями по застосуванню стратегій смарт-спеціалізації були три області – Запорізька, Одеська та Харківська. [4]

На сьогодні в Україні 16 регіонів впроваджують підходи смарт-спеціалізації, зокрема: Вінницька, Донецька, Закарпатська, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Харківська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська області та м. Київ.

Стратегія смарт-спеціалізації важливою для регіонів України, адже економіка носить характер сировинною, особливо цей процес прослідковується після 2014 року після занепаду машинобудування та високотехнологічних секторів. Така ситуація є протилежною інноваційному розвитку, а відповідно і конкурентоспроможність наявної продукції є низькою [3]

Затверджена в 2020 році Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки в оперативній цілі 5 «Сталий розвиток промисловості» передбачає ряд завдань на підтримку засад смарт-спеціалізації регіонів. Зокрема йдеться про фінансову підтримку проектів, які стосуються розвитку пріоритетних видів економічної діяльності, підтримку малого та середнього бізнесу, які є учасниками проектів смарт-спеціалізації та приєднання всіх регіонів до S3 Platform тощо.

В регіональних стратегіях розвитку на 2021-2027 роки були визначені напрями смарт спеціалізації:

Вінницька область – сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; туризм/рекреація;

Дніпропетровська – машинобудування (приладобудування); ІТ індустрія;

Донецька - креативна індустрія,

Закарпатська - туризм/рекреація;

Івано-Франківська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; туризм/рекреація; деревообробна промисловість/меблі;

Запорізька - машинобудування (приладобудування); енергетика;

Житомирська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; деревообробна промисловість/меблі;

Київська - енергетика; фармацевтика/медицина;

Кіровоградська - ІТ індустрія; енергетика;

Луганська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; машинобудування (приладобудування); ІТ індустрія; енергетика; фармацевтика/медицина; туризм/рекреація;

Львівська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; машинобудування (приладобудування); енергетика; фармацевтика/медицина; креативна індустрія; деревообробна промисловість/меблі;

Миколаївська - туризм/рекреація;

Одеська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка;

Полтавська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; машинобудування (приладобудування); енергетика; туризм/рекреація;

Рівненська - ІТ індустрія; деревообробна промисловість/меблі;

Сумська - туризм/рекреація;

Тернопільська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; машинобудування (приладобудування); ІТ індустрія;

Харківська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; машинобудування (приладобудування); ІТ індустрія; енергетика; фармацевтика/медицина; креативна індустрія;

Херсонська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; туризм/рекреація;

Хмельницька - машинобудування (приладобудування);

Черкаська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; ІТ індустрія;

Чернівецька - туризм/рекреація; деревообробна промисловість/меблі;

Чернігівська - сільське господарство та АПК, харчові продукти, біоекономіка; ІТ індустрія;

м. Київ - машинобудування (приладобудування); ІТ індустрія; фармацевтика/медицина; туризм/рекреація.

Важливим є формування та функціонування кластерів. Підтвердженням цьому є світовий досвід Німеччини, Австрії, США, Сінгапуру тощо. До того в країнах ЄС саме кластери є основним інструментом в смарт-спеціалізації регіонів. В Україні є декілька десятків зареєстрованих кластерів за різними напрямками діяльності.

Безумовно, існує ряд перешкод для реалізації смарт-спеціалізації в регіонах України. І, найбільшою, на сьогодні є повномасштабна війна. Промислові підприємства, які виступають ядром спеціалізації регіону зупиняють свою діяльність, зазнають пошкоджень, туристичний сектор взагалі майже припинив свою діяльність. Але, розробляються нові стратегії та концепції по відновленню економіки України. Ключову роль, в таких документах має грати впровадження концепції смарт-спеціалізації в кожному регіоні України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Registered countries and regions in the S3 Platform : вей-сайт. URL: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/where-we-are> (дата звернення 20.11.2022)
2. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення 19.11.2022)
3. Смарт-спеціалізація в Україні – якою має бути цільова модель : вей-сайт. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/smart-speczializacziya-v-ukrayini-yakoymaye-butyu-czilova-model/> (дата звернення 19.11.2022)
4. У трьох регіонах України розпочнуться пілотні проекти смарт-спеціалізації промисловості : вей-сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a43dbee5-485a-416f-9422-4c87d758303f&title=UTrokhRegionakhUkrainiRozpochnutsiaPilotniProektiSmartspecializatsiiPromislovosti> (дата звернення 19.11.2022)
5. Формування «розумної спеціалізації» в економіці України : колективна монографія / за ред.: чл.-кор. НАНУ І.Ю. Єгорова ; НАН України, ДУ «Ін-т. екон. та прогнозув. НАН України». Електрон. Дані. Київ, 2020. 278 с.

УДК 004.358

ПОПОВА Юлія,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна
Науковий керівник: **ЛИЖНИК Юлія**, ст. викл.
кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
ДонНУЕТ, м. Кривий Ріг, Україна*

ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Одним з ключових факторів, які впливають на прийняття важливих бізнес-рішень при укладанні угод, стратегічному плануванні або зміні бізнес-процесів, є побудова фінансової моделі. Фінансові моделі забезпечують топ-менеджмент підприємства

корисною аналітичною інформацією, котру можна використати як основу для прийняття зважених рішень.

Наразі під фінансовою моделлю розуміють «спрощене математичне відображення реальної фінансової сторони діяльності підприємства» [1].

Розглянемо поняття «фінансової моделі» та «фінансового моделювання» для бізнес-плану проєкту. В цьому контексті:

1) фінансова модель – це імітація грошових потоків, які адекватно описують планований проєкт. В основі моделі – об'ємні та вартісні дані бізнес-плану, які з необхідним ступенем деталізації характеризують плановану операційну, фінансову та інвестиційну діяльність.

2) фінансове моделювання – це можливість отримати прогноз грошових потоків від запланованої діяльності, оцінити вплив на фінансові результати проєкту зміни його основних параметрів (драйверів), зокрема характеристики економічного оточення.

Моделювання грошових потоків наочно показує, чи окуплять плановані надходження від проєкту інвестиції та чи потрібно буде залучити для цього додаткові кошти (якщо так, то в якому обсязі, на які терміни та з яких джерел).

При цьому для прийняття рішень може знадобитися розглянути різні варіанти: змоделювати не лише окремих проєкт, а й усю компанію, варіювати ключові параметри фінансової моделі та оцінювати її стійкість, створювати та аналізувати альтернативні сценарії. Все це передбачає швидке створення моделі, внесення змін та перерахунок різних варіантів, оперативну підготовку та оновлення підсумкової звітності. І все це важко реалізувати без програмного продукту.

Вирішити перелічені завдання дозволяють програми для розробки бізнес-планів та аналізу інвестиційних проєктів. Однією із найпоширеніших програм даного типу є Project Expert. За допомогою Project Expert вихідні дані про плановану операційну діяльність, інвестиції, які її забезпечують та залучені фінансові кошти автоматично перетворюються на підсумкові фінансові звіти: звіт про рух грошових коштів, баланс, звіт про прибутки та збитки, таблиці прогнозних фінансових показників, різні управлінські звіти, результати аналізу проєкту (чутливості, сценарного, статистичного), графіки та діаграми [2].

Розглянемо фінансову модель у форматі програми Project Expert на прикладі проєкту із виробництва кисломолочної продукції. Нижче наведена прогнозна фінансова звітність за розділом «Результати». Даний розділ містить, перш за все, три основні фінансові звіти, що автоматично формуються на основі моделі:

баланс, звіт про прибутки і збитки і, найбільш важливий з них, отриманий прямим методом звіт про рух грошових коштів (Кеш-Фло). Для наочності представимо результати даних звітів у вигляді графіків (рис. 1-3).

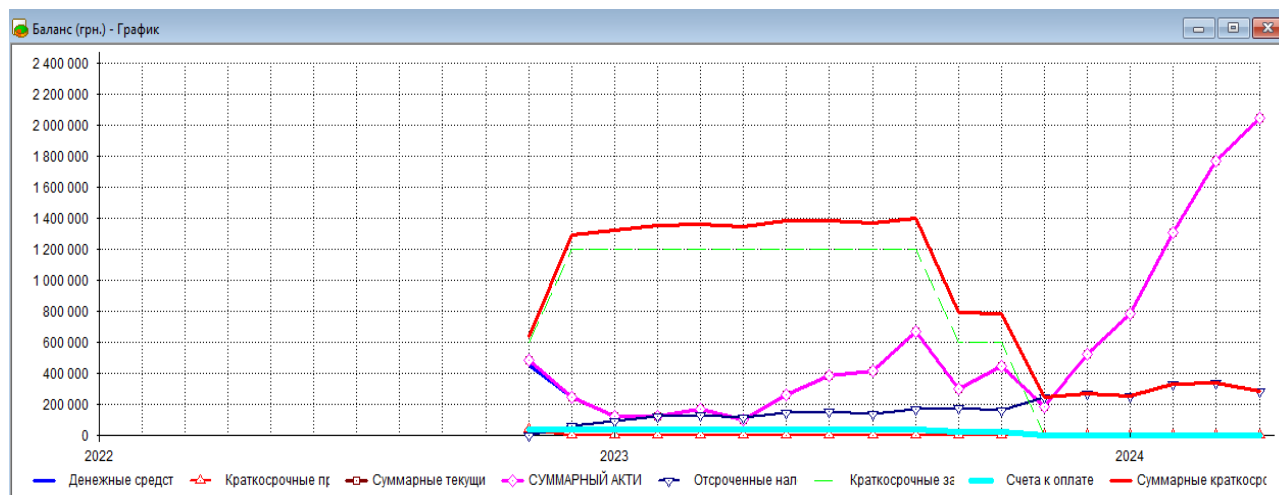


Рис. 1. Звіт «Баланс» для проекту з виробництва кисломолочної продукції

Як бачимо із графіку звіту «Баланс» сумарні короткострокові зобов'язання по проекту зростають з листопада по грудень, потім відносно стабілізуються, досягаючи свого максимального значення у серпні 2023 р., після чого спостерігаємо тенденцію до зниження протягом трьох місяців, і знову стабілізацію. Сумарні активи з листопада по грудень знижуються, і починаючи з квітня починають зростати досягаючи максимуму у серпні, після чого бачимо спадну тенденцію, але починаючи з листопада 2023 р. знову починають зростати, збільшуючись з кожним місяцем, що є позитивним.

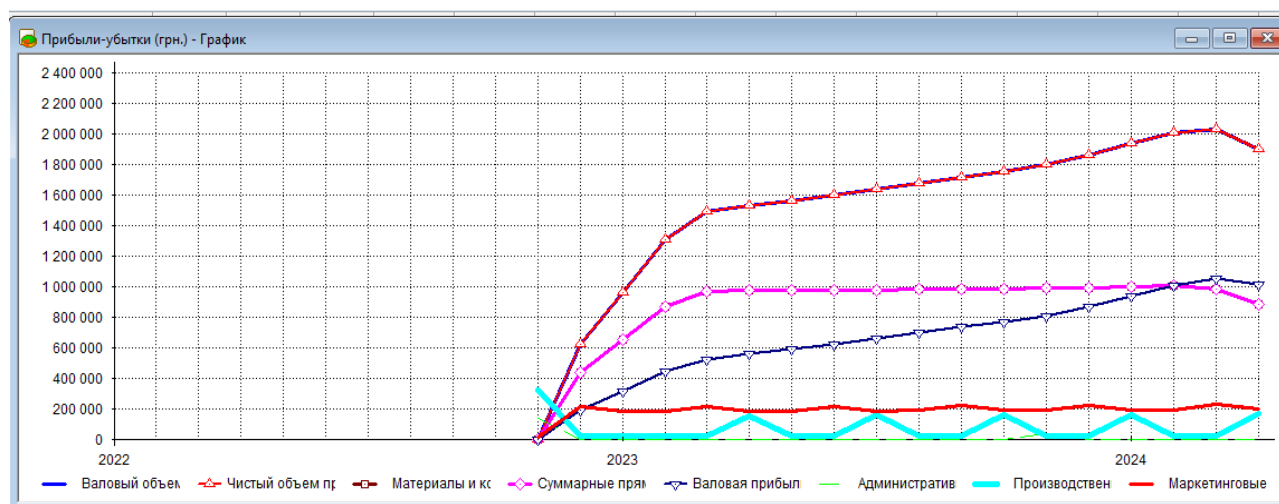


Рис. 2. Звіт «Прибутки-збитки» для проекту з виробництва кисломолочної продукції

Як видно із графіку звіту «Прибутки-збитки» валовий обсяг продажів та чистий об'єм продажів починаючи з листопада 2022 року зростають і максимізуються у лютому 2024 року, після чого йде спад. Сумарні прямі витрати зростають з листопада до березня 2023 року, потім показники стабільні в часі і змінюються не часто, досягаючи максимального значення у лютому 2024 року, після чого спостерігаємо спад. Валовий прибуток має помірне зростання і досягає піку на початок березня 2024, після чого йде спад. Виробничі витрати мають циклічний характер досягаючи максимуму на початку виробництва, потім спадають та починають зростати з березня 2023 р. і потім через кожні два місяці цикл повторюється. Маркетингові витрати мають коливально-стабільний характер починаючи з грудня 2022 р.

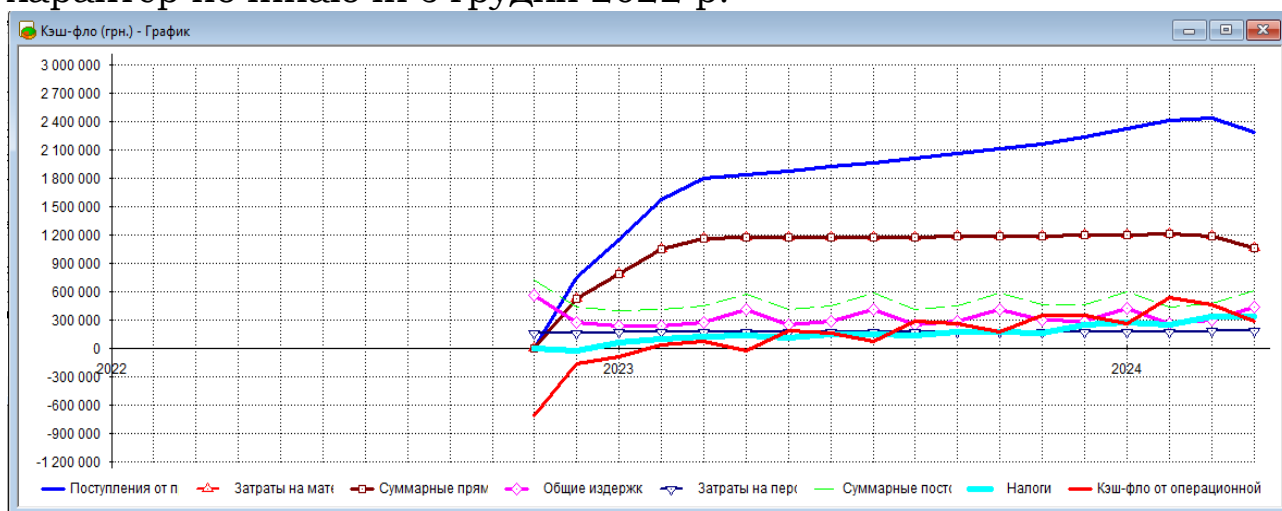


Рис. 3. Звіт «Кеш-фло» для проєкту з виробництва кисломолочної продукції

Як бачимо на графіку звіту «Кеш-фло» крива надходження від продажів відповідає графіку кривих по валовому обсягу продажів та чистому об'єму продажів. Сумарні прямі витрати після березня 2023 року залишаються стабільними в часі, досягаючи максимального значення у лютому 2024 року, після чого спостерігаємо спад. Також на цього графіку можемо простежити, що витрати на персонал і на сировину також є стабільні і майже не змінюються. Інші показники: загальні витрати, сумарні постійні витрати, податки, та кеш-фло від операційної діяльності мають циклічний характер.

Отже, фінансове моделювання дозволяє без втрати коштів заздалегідь провести фінансову оцінку різних варіантів розвитку бізнесу, а імітаційна фінансова модель, побудована з використанням програм, забезпечує генерацію прогнозних фінансових звітів та показників, які дозволяють краще

аргументувати інвесторам ефективність участі у проекті. Завдяки фінансовим моделям інвестиційного проекту можна змоделювати різні варіанти стратегій і прийняти обґрунтоване управлінське рішення щодо подальшого розвитку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Приклад фінансового моделювання бізнес-планів. <https://ric-ul-lichnyj-kabinet.ru/uk/primer-finansovogo-modelirovaniya-biznes-planov-vosem.html> (дата звернення: 08.11.2022).
2. Використання Project Expert для підготовки бізнес-планів. *Консалтинговий центр «БКЦ»*. URL: <https://www.bkc.by/> (дата звернення: 08.11.2022).

УДК 330.8:33

ПУХИР Світлана

*доктор економічних наук, професор
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

РІЧАРД ТАЛЕР ПРО ОСОБЛИВОСТІ ТЕОРІЇ ПЕРСПЕКТИВ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ

Річард Талер – професор економіки та поведінкових наук Чиказького університету, лауреат Нобелівської премії з економіки (2017 рік) у своїй праці «Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення» зазначає, що вивчаючи статтю Д. Канемана і А. Тверські «Теорія перспектив», свого часу автори змінили її назву «Теорія перспектив: аналіз ухвалення рішення в умовах ризику» (1979 рік) його увагу привернули дві речі: принцип організації і простий графік [1, с. 44]. Принцип організації полягає, з його точки зору, в існуванні двох різних видів теорій – нормативної, яка вказує як правильно, тобто логічно, послідовно, що відповідає економічному мисленню, розглядати певну проблему і дескриптивної, яка передбачає аналіз процесів прийняття рішень.

Річард Талер відмічає, що теорія перспектив прагнула відмовитися від традиційної ідеї, а саме, що єдина теорія людської поведінки може бути як нормативною, так і дескриптивною. Це дало можливість розглядати теорію прийняття рішень в умовах невизначеності.

При цьому науковці стверджували, що ухвалення рішень в умовах ризику можна розглядати як вибір між перспективою й азартною грою. Автори аналізують схильність ухвалювати рішення індивідами до здійснення різного роду помилок. За допомогою низки ретельних наукових досліджень вони підтверджують, що

економіка є результатом людських рішень. Рішення людей щодо майбутнього завжди характеризуються невизначеністю і тому завжди є ризиковими. Перспективу, яку вибирає індивід, що ухвалює рішення, також можна розглядати як азартну гру. Якою б продуманою була ця гра, вона все одно залишається азартною тому, що за рішенням завжди стоїть невизначеність.

Друга річ, як зауважує Р. Талер – це простий графік, а саме функція корисності, яка стала однією із концептуальних змін в економічному способі мислення. До відкриття Д. Канемана і А. Тверські економічні моделі застосовували на простому припущенні, що людям властива «спадна гранична корисність багатства». Важливо зазначити, що ця модель заснована на правильному розумінні основних засад психології багатства. Проте, щоб створити кращу дескриптивну модель вчені визнали за необхідне змістити акценти з рівня багатства на зміни в багатстві. Це зміщення Річард Талер визначає як радикальний крок. Вчені зосереджують увагу на змінах тому, що зміни – це те, як звичайні люди сприймають життя [1. с. 50]. Людям притаманне зменшення чутливості як до виграшів, так і до втрат. Але втрати відчуються гостріше ніж задоволення від виграшів еквівалентного розміру.

Аналізуючи функцію корисності Талер наголошує, що в S подібній кривій закладена велика мудрість про людську природу. Так, верхня частина кривої, яка відображає прибутки, має ту саму форму, що й функція корисності багатства, яка передає ідею зменшення чутливості. Водночас є слушним, що функція втрат також свідчить про зменшення чутливості. У цьому полягає відмінність від стандартної моделі, оскільки починаючи з певного рівня достатку втрати відображаються рухом униз по осі корисності достатку, а це означає, що кожна втрата стає відчутнішою [1. с. 52].

Також Річард Талер зауважує, що зменшення чутливості до змін, які не торкаються статус-кво людини, відображає важливу її особливість, акцентуючи увагу на законі Вебера-Фехнера, який вказує, що ледь помітна відмінність будь якої змінної пропорційна величині цієї змінної.

Ще однією особливістю є те, що людині притаманне зменшення чутливості як до виграшів так і до втрат. Люди не схильні ризикувати, щоб отримати більший прибуток, проте можуть ризикувати, аби не зазнати більших витрат.

Таким чином можна зазначити, що з виходом статті Д. Канемана і А. Тверські «Теорія перспектив: аналіз ухвалення рішення в умовах ризику» з'явилася можливість використовувати вдосконалений теоретичний апарат для розв'язання проблем

прийняття економічних рішень. Сформульовані висновки засвідчують, що теорія перспектив:

- може бути описана математично, що дає можливість аргументованого пояснення наукових ідей;

- має різне ставлення до ризику в сфері втрат і вигоди, а саме не прийняття ризику в разі вигоди і невиправдана схильність до ризику в разі втрат і програшів;

- схильна оцінювати не абсолютний рівень багатства, а його зміну в більшу або меншу сторону;

- пояснює яким чином економічні агенти визначають для себе результат угоди або трансакції, спираючись на власну суб'єктивну думку щодо корисності очікуваної ними в результаті угоди або трансакції.

Отже, базуючись на експериментальних дослідженнях, науковці зазначають, що теорія перспектив робить парадоксальний висновок – люди швидше готові взяти на себе більший ризик, щоб уникнути втрат, ніж одержати додаткову премію за більшого ризику. Так, відповідно до теорії перспектив, інвестор намагається зберегти акції, що знецінюються, але продавати ті, що зростають в ціні. Такий стан речей пояснюється тим, що людська психіка сприймає не стільки абсолютне значення свого багатства, скільки його зміни, причому задоволення від виграшу є значно меншим, ніж відчуття програшу. Втрати завжди видаються значнішими.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Талер Річард. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення / пер. з англ. Світлана Крикуненко. К. : Наш формат, 2018 . 464 С.

УДК 330.332

РАДЬКО Дмитро

*здобувач 4-го курсу освітнього ступення “бакалавр”,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

КУШНІРУК Віктор

*кандидат економічних наук, доцент,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ

Інвестиції – це шлях до щастя і прибутку, одна зі складових успіху. Інвестиції в будь-якій країні – це відображення того, як країна живе, чи дотримується вона законів і чи поважає права

людини. Інвестиції є дзеркалом душі кожної компанії, держави та асоціації. По-перше, з дотриманням прав людини збільшується кількість інвесторів, адже інвестори – це не лише компанії, а насамперед люди! Такі люди зацікавлені в отриманні прибутку, але без цього не буде інвесторів, тому що це круговий процес, який залежить від людей і держави [1].

Інвестиційна діяльність на території сучасної України почала свій розвиток ще у 1992 році з моменту створення «Української фондової біржі», але реального розвитку вона зазнала у 2008 році при створенні «Української біржі» де, як стверджує сама компанія: «До початку роботи «Української біржі» в 2009 році, на жодній з бірж не було системи гарантій виконання угод. Біржі мали вигляд дошки оголошень або системи обміну повідомленнями. Для приватного інвестора при таких технологіях існували деякі складнощі, пов'язані з додатковими тимчасовими й фінансовими витратами [2].

Україна залишається привабливою для інвестицій, водночас вона не перебуває осторонь світових процесів, є досить інтегрованою у світове господарство, а порушення макростабільності на зовнішніх ринках має свій відголос в Україні. В рейтингу “Doing Business 2018” Україна піднялась на 4 пункти, зайнявши 76 позицію зі 190 країн світу.

Війна призвела до складнощів у напрямі інвестицій, погіршує ситуацію і постійні зміни умов інвестування. Правила банків та законодавство щодо виведення коштів часто змінюються, тож потрібно досконало знати всі нюанси.

Зараз, в умовах війни та після неї, першочерговим завданням має бути зосередження на ефективній відбудові економіки. Створення екосистеми є одним із найефективніших способів зробити це. Зрештою, ми говоримо про ефективне та зріле партнерство, яке забезпечує цінну пропозицію для кінцевого споживача [3].

Для збільшення інвестицій у підприємницьку діяльність необхідно:

- удосконалити законодавчу базу, яка б чітко визначала права інвесторів та надавала їм можливість вільно інвестувати вільні кошти в українські компанії;
- створити освітні центри, які б навчали та інформували громадян України про інвестиційну діяльність, а також наводили приклади залучення іноземних інвесторів;
- запозичити міжнародні знання, пов'язані з інвестиційною діяльністю компанії.

Покращення інвестиційної діяльності в Україні позитивно вплине на розвиток підприємств та економіки України в цілому.

В Україні чітко простежується тенденція нестачі прямих іноземних інвестицій із уповільненням їх зростання. Причинами такого недоліку є недосконалість законодавчої бази регулювання підприємницької діяльності та адміністративні перешкоди.

Позитивні наслідки інвестиційної діяльності ТНК в Україні супроводжуються багатьма негативними тенденціями, такими як нещадна експлуатація ресурсів, відмивання грошей та поглинання вітчизняних менш конкурентоспроможних підприємств. Тому разом із створенням сприятливого інвестиційного клімату для розвитку ТНК, зокрема, вдосконаленням інфраструктури економіки країни, податкового законодавства, фінансово-кредитних відносин, необхідно подбати про захист власних виробників.

У процесі створення привабливих умов для інвестування іноземного капіталу також важливо приділяти увагу гармонізації та узгодженню законодавства країни з міжнародно-правовими нормами, активно працювати над рекламою та інформацією про інвестиційний ринок України. на міжнародному рівні створити перелік пріоритетних сфер економічної діяльності, що потребують термінових капіталовкладень (галузі, пов'язані з розвитком НТП в Україні, експорт готової продукції, сільське господарство) та менш важливих напрямків інвестиційної діяльності компаній [4].

Сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні можна вважати відносно стабільним, але за останні роки суттєвих змін у напрямі її масштабного розширення не відбулося. Причиною такого стану справ є несприятливий інвестиційний клімат в країні, основними негативними проявами якого є стагнація на внутрішньому інвестиційному ринку; нестабільна нормативно-правова база у сфері іноземних інвестицій; низький рівень розвитку інфраструктури інвестиційного ринку; зниження платоспроможності населення; інфляційні процеси; спад виробництва; зростання безробіття; проблема інвестицій для заміни та відновлення виробничого обладнання, поповнення оборотних коштів.

Проте, незважаючи на зазначені негативні чинники, які гальмують інвестиційні процеси та створюють високий інвестиційний ризик, Україна залишається інвестиційно привабливим регіоном як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів. Якщо коротко, то передумовами для формування сприятливого інвестиційного клімату в Україні є [5]:

- 1) вигідне географічне положення по відношенню до глобальних стратегічних ринків Європи та Азії;
- 2) природно-ресурсний потенціал;
- 3) ступінь розвитку промислового виробництва;
- 4) висококваліфікована та конкурентоспроможна робоча сила;
- 5) несформований товарний ринок (Україна є потенційно одним із найбільших ринків Європи);
- б) незадоволений попит населення

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Інвестиційна діяльність, як фактор реалізації та забезпечення прав людини в Україні. Асоціація юридичних клінік України. URL: <https://legalclinics.in.ua/investytsijna-diyalnist-yak-faktor-realizatsiyi-ta-zabezpechennya-prav-lyudyny-v-ukrayini/> (дата звернення: 26.10.2022 р.).
2. Українська біржа. URL: <http://www.ux.ua/s204> (дата звернення: 26.10.2022 р.).
3. Інвестиції під час війни: як змінилися та у що вкладатися. LB.UA дорослий погляд на світ. URL: https://lb.ua/blog/oleksii_sobolev/515556_investitsii_pid_chas_viyni_yak.html (дата звернення: 26.10.2022 р.).
4. Сучасний стан та тенденції прямого інвестування в економіку України. Облік і фінанси АПК: освітній портал. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/suchasniy-stan-ta-tendencii-pryamogo-investuvannya-v-ekonomiku-ukraini.html> (дата звернення: 26.10.2022 р.).
5. Сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-2-2017/16.pdf> (дата звернення: 26.10.2022 р.).

UDC 338.27

RUMYK Ihor,

*Doctor of Science (Economics), Professor,
KROK University, Kyiv, Ukraine*

MODELING OF BUSINESS PROCESSES IN THE CONDITIONS OF RECOVERY OF THE ECONOMY OF UKRAINE

Regardless of the circumstances that develop in certain periods of time, the economic system of any country must demonstrate stability and reliability. This is especially important when creating events that are difficult to predict or whose occurrence is considered unlikely. At the same time, the government must forecast various scenarios of the development of the situation and be ready to change approaches to the formation and implementation of economic policy.

The purpose of the work is to study the possibilities of modeling business processes in the conditions of the recovery of the country's economy.

The situation that arose in the economic system of the state as a result of military aggression is extremely difficult [1, pp. 4-5]. Modern changes in socio-economic, legislative-normative, organizational processes make significant adjustments to the system of evaluating the effectiveness of business. The possibilities of enterprises are limited for the basic provision of the production process with new achievements. Today, due to objective factors and the specifics of industry production, business structures cannot independently solve the problems of stabilization and strengthening of production potential. They need investments to finance the main activity, restore destroyed and damaged equipment as a result of military operations, purchase new equipment, mineral fertilizers, plant protection products, formation of current assets, etc.

When choosing economic instruments, one should count not only on the speed of their action, although at present this indicator is undoubtedly extremely important. When planning business processes, special attention should be paid to the long-term consequences of their impact.

The study of the mechanism of business structures in the conditions of war requires a reliable, full-scale, comprehensive analysis of this complex socio-economic system according to certain characteristics measured on different scales, using the tools of economic-mathematical descriptive modeling. It is in the process of multidimensional data analysis that the socio-economic system is adequately described, and its reliable model in the economy is formed.

The application of most methods of statistical analysis of numerical data of a continuous type of complex economic systems involves a preliminary check of the sample data of the researched object for compliance with a normal distribution, since these methods are based on the assumption of the normality of the distribution of the researched data [2, pp. 109-110].

The level of significance is the permissible probability of a type 1 error for a given task when testing a hypothesis by a statistical criterion, that is, the probability of rejecting the null hypothesis (in our case, rejecting the hypothesis of normality of distribution), when in fact it is correct. Standard values of the level of significance: 0.005; 0.01; 0.05; 0.1.

The achieved level of significance (P-value) is the value of the distribution function of the criterion for its analyzed value. The smaller

the P-value we get, the stronger the set of data testifies against the null hypothesis.

The achieved level of significance (P-value) is compared with a given level of significance, which is determined by the researcher. If the P-value is below the given level of significance, the hypothesis is rejected. If it is higher, it is accepted.

For example, if it turns out that the significance level of one of the statistical criteria (χ^2 -square, Shapiro-Wilk, etc.) is less than the specified significance level equal to 0.01, then this means that the hypothesis about the normal distribution of the sample is rejected with a confidence probability 99%.

One of the main features of these methods is the requirement of fairly large volumes (hundreds or thousands) of analyzed data to obtain reliable conclusions. With a small sample size, these methods are able to reject the hypothesis about the normality of the distribution only in case of gross deviation from the normal distribution.

Further, in the modeling process, a check is made whether the studied indicator corresponds to a normal distribution with the help of goodness-of-fit tests. For this, at least three tests are used: the Kolmogorov-Smirnov test, the modified Kolmogorov-Smirnov test, and the Anderson-Darling test [3, p. 63].

For a better visualization of the test results, it is advisable to build a frequency histogram in order to assess how well the normal distribution is suitable for the studied indicator [4, p. 209].

Having studied business processes from the perspective of normality of distribution and confirming this distribution using the Kolmogorov-Smirnov, Anderson-Darling and modified Kolmogorov-Smirnov tests, it is advisable to move on to determining the forecast dynamics of changes in activity volumes for future periods with the aim of preliminary determination of their level of development.

In the future, a comparative analysis is carried out using many forecasting models in order to choose the best one for the studied indicator.

Before starting the forecasting, mathematical correction of the initial data is performed, the essence of which is to determine the forecast values of the studied indicator for the previous period and their deviations from the actual data.

Based on the received data, a forecast is made using the selected model of production volumes.

In Ukraine, the main procedures of data analysis are most often implemented with the help of modern computer technologies. At the same time, researchers either build calculation algorithms themselves

and write appropriate computer programs, or use existing software - MS Excel spreadsheets, specialized packages SPSS, STATISTICA, E-Views, general-purpose mathematical packages MatLab, MathCad, etc. [2, p. 6].

Thus, the diversity of statistical approaches to building models and methods of estimating their parameters determines the diversity of existing econometric models. In practice, when forecasting business processes, linear models are most often used.

REFERENCES:

1. Socio-economic and humanitarian consequences of Russian aggression for Ukrainian society (summary). Retrieved from https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022_Gum.pdf
2. Rumyk, I. (2020). Metody otsiniuvannia modelei dovhostrokovoho prohnozuvannia diialnosti ahrovyrobnykiv. Rozvytok ahroprodovolchoho rynku v umovakh hlobalizatsii ekonomiky [Agri-food market development under economy globalization conditions]: materialy II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii (m. Poltava, 31 bereznia 2020 r.). Poltava: kafedra ekonomiky ta mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn PDAA. S. 108-112 [in Ukrainian].
3. Bakhrushyn V.Ie. (2011). Metody analizu danykh: navch. posibnyk dlia studentiv. Zaporizhzhia: KPU. 268 s. [in Ukrainian].
4. Rumyk, I. (2020). Prodovolcha bezpeka derzhavy: pytannia teorii, metodolohii, praktyky [Food security of the state: questions of theory, methodology and practice]. Kyiv: VNZ «Universytet ekonomiky ta prava “KROK”» [in Ukrainian].

УДК: 005.7

РУТКОВСЬКА Софія,

здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,

Міжнародний європейський університет, м. Київ, Україна

Науковий керівник:- ВЛАСЕНКО Олена, канд. екон. наук, доцент,

Міжнародний європейський університет, м. Київ, Україна

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ КОЛЕКТИВУ НА РОЗВИТОК ОСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасна ситуація, що склалася в Україні, свідчить про значну роль освіти в становленні суспільства. Вона стає важливою ланкою ефективного розвитку держави. Освітні установи потребують висококваліфікованих та психологічно грамотних фахівців з особистісно-орієнтованою спрямованістю на навчання та виховання учнів.

Кожна людина обов'язково проходить через такий суспільний інститут як середня школа, яка є однією з головних ланок

становленням особистості як члена суспільства. Основними чинниками, що впливають на становлення особистості, а саме ставлення дітей до навчання, є сприятлива психологічна атмосфера у класі та школі. Сьогоднішня надає проблемі відповідності соціально-психологічного клімату трудового колективу освітньої установи виняткового значення.

Соціально-психологічний клімат колективу – це середовище міжособистісних стосунків між працівниками організації, яка відображає сукупність психологічних умов, що сприяють або перешкоджають їх ефективній трудовій діяльності.

Соціально-психологічний клімат колективу утворюється під впливом двох груп чинників. Перша група – це фактори дії соціально-психологічної атмосфери суспільства в цілому. На сьогоднішні воєнні часи, це найбільш впливове явище на будь які умови діяльності організації. Друга група – це мікросоціальні умови, які відображають специфіку функціонування визначеного трудового колективу.[1]

На першу групу факторів ми не можемо впливати, а праця з другою групою факторів веде до підвищення працездатності трудового колективу в цілому.

До мікросоціальних умов формування соціально-психологічний клімату колективу закладу освіти відносять:

- задоволеність членів колективу взаєминами, процесом праці;
- продуктивність роботи педагогічного колективу (якість засвоєння знань і рівень вихованості учнів);
- плинність кадрів;
- рівень свідомої трудової дисципліни;
- ступінь участі членів педагогічного колективу у керуванні і самоврядуванні;
- взаєморозуміння між керівництвом і підлеглими;
- наявність та частота конфліктних ситуацій між працівниками;
- ступінь згуртованості трудового колективу.

Джерела конфліктів у трудовому колективі освітньої організації є неузгодженість між наступними властивостями [2]:

- знань, умінь, здібностей, рис характеру;
- емоційних, психічних та інших станів;
- цілей, засобів, методів діяльності;
- мотивів, потреб, ціннісних орієнтацій;
- поглядів, переконань, оцінок, самооцінок і т.і.

Крім того, серед особистісних звичок, які породжують конфлікти між членами колективу є надмірна емоційність, агресивність, невміння вислухати інших, надмірна вимогливість, неухвага до їхніх потреб та інтересів.

Для створення продуктивних стосунків серед членів трудового колективу керівник повинен розробляти програми створення позитивного соціально-психологічного клімату та регулярно їх удосконалювати в залежності від зміни умов діяльності закладу освіти.

Соціально-психологічний клімат колективу відображає його емоційно-психологічний настрій і рівень особистісних та ділових взаємин між членами колективу на тлі їх моральних норм і інтересів. [3].

Кожен керівник закладу освіти намагаючись розробити програму створення позитивного соціально-психологічного клімату в трудовому колективі, повинен враховувати наступні внутрішні фактори:

- особливості роботи закладу освіти;
- зміст, організація і умови діяльності кожного співробітника;
- характер прийняття та ухвалення рішень стосовно поточної діяльності освітнього закладу;
- ступінь співпраці офіційної і неофіційної структури освітнього закладу (наявність та співпадіння формальних і неформальних лідерів);
- вплив соціально-демографічних (сімейних) і психологічних особливостей членів колективу (темперамент, психічні стани: тривожність, агресивність).

Позитивний соціально-психологічний клімат у колективі, відсутність непродуктивних конфліктів є показником зрілості та результатом клопіткої роботи керівника навчального закладу. Здоровий соціально-психологічний клімат у колективі є запорукою його розвитку та ефективної роботи. Формування позитивного соціально-психологічного клімату надає можливість розвитку кожної особистості, члену трудового колективу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Баранова Н. Психологічний клімат у колективі / Психопрофілактика / упоряд. Т. Гончаренко.К. : Ред. загальнопед. газет, 2003. С. 4-6.
2. Назаренко Г.І., Філіппова Н.О. Створення позитивного психоемоційного клімату в шкільному колективі: Методичний посібник для вчителів, психологів, керівників навчальних закладів. Харків: ХОНМІБО, 2008.176 с.
3. Як згуртувати колектив / [упоряд.: А. Шелестова, Н.Чиренко, Н.Чернякова]. К.: Шкільний світ, 2011.118с.

УДК: 657.6(477)

САРАХМАН Оксана,
кандидат економічних наук, доцент
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ І ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Безсумнівно, війна в Україні накладає суттєві обмеження на функціонування аудиту і знову постає допитливе питання, у чому безпосередньо полягає його користь.

Аудит завжди був на передовій захисту інтересів інвесторів спільноти в широкому бізнесовому розумінні, який дозволяє створити необхідні умови для підвищення якості і довіри до фінансової звітності, стабільності діяльності суб'єктів господарювання, сприяє зростанню економіки у цілому.

Фахівцям служб аудиту важливо розуміти, як змінилися очікування ключових стейкхолдерів, а саме власників, наглядових рад, аудиторських комітетів, вищого виконавчого керівництва, щоб довести, що внутрішній аудит не просто центр витрат, а функція, що підвищує стійкість і ефективність бізнесу під час війни, а також присутні усі необхідні якості для того, щоб залишатися корисними і актуальними навіть у такий складний час. Провідним завданням внутрішнього аудиту є орієнтація на ризики [1].

Динамічне навантаження ризиків створює для організацій як нові виклики, так і нові можливості. Бути готовим їм відповісти є надзвичайно важливим, проте складним завданням. Аудит покликаний бути визначальним рушієм докорінних перетворень в організаціях, надаючи їй органам управління впевненість, необхідну для оперативного реагування на вимоги нестабільних процесів, що відбуваються на ринку в період воєнного стану і післявоєнного відновлення економіки..

Ризики суттєвого викривлення можуть виникнути з різних джерел, у тому числі зовнішні фактори, такі як економічні, правові та політичні умови в галузі компаній і навколишнє середовище. Для аудитора важливо зрозуміти, як зміни подій, умов функціонування організацій впливають на ризики суттєвого викривлення і чи викликають ці зміни нові або різні ризики.

Теперішнє середовище може створити можливості, стимули і тиск вчинити шахрайство. Ризики шахрайства потенційно можуть

виникнути від ведення бізнесу з суб'єктами, які потрапили під санкції. Спілкування між членами команди завдання про важливі питання, що стосуються ризиків суттєвого викривлення має продовжуватися протягом усього аудиту.

Нерівновага та форми її прояву в економіці у сучасному навколишньому середовищі може становити підвищений ризик на кібербезпеку. У відповідь на економічні санкції та бойкотможуть бути підвищені стимули і можливості для хакерів для здійснення атак програм або можуть зрости випадки та можливості скористатися потенційними слабкостями в інформаційних системах організацій.

Важливо для розуміння аудиторями того, як організації знаходять вирішення специфічних ризиків кібербезпеки, включати процедури оцінки ризиків, поточне середовище з акцентом на потенційний вплив на фінансову звітність.

Аудит фінансової звітності є ключовим аспектом аудиторської перевірки, який виконує надзвичайно важливу функцію щодо підтвердження достовірності і неупередженості поданої користувачам інформації, що допомагає їм у прийнятті правильних рішень

Наслідки фінансової звітності від подій навколо російського вторгнення, ймовірно, будуть значно відрізнятися залежно від географії розташування організації, виду промисловості та інших факторів.

Аудитори повинні знати як ситуація розвивається надалі, про потенціал цього розвитку і про можливі більш ширші економічні проблеми, які, у свою чергу, можуть вплинути більше на організації. Аудитори можуть зіткнутися з певними труднощами при проведенні аудитів постраждалих організацій і у деяких випадках отримання достатніх відповідних аудиторських доказів для обґрунтування думки аудитора щодо фінансових звітів можуть тривати довше або вимагати більше аудиторських зусиль [2].

10 травня 2022 року на засіданні Комітету Верховної Ради України з питань фінансів, податкової та митної політики було розглянуто та підтримано проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» щодо забезпечення аудиторської діяльності на період дії воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки» (далі Закон) зареєстрований 04 травня 2022 року за № 7347 і прийняття Закону від 31.05.2022.

До Закону були внесені такі зміни:

- виключення з Реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності аудиторів, які мають громадянство країни, що здійснює збройну агресію проти України, або включені до відповідних публічних реєстрів країни, що здійснює збройну агресію проти України, або працюють чи мають власність, здійснюють управління аудиторськими фірмами, що зареєстровані у країні, а також суб'єктів аудиторської діяльності, які мають у складі засновників прямо або опосередковано громадян чи суб'єктів господарювання країни, що здійснює збройну агресію проти України;

- зменшення фінансового навантаження на аудиторів і суб'єктів аудиторської діяльності шляхом тимчасової відміни сплати внесків у відсотках від суми договорів з обов'язкового аудиту на користь Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю та Аудиторської палати України (далі АПУ), зменшення фіксованого платежу до 1 мінімальної заробітної плати на користь Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю та 0,1 мінімальної заробітної плати на користь АПУ, а також звільнення суб'єктів аудиторської діяльності від сплати членських внесків до АПУ;

- зупинення тимчасово норм Закону щодо застосування стягнень за несплату відповідних внесків аудиторами та суб'єктами аудиторської діяльності;

- спрощення порядку атестації, зокрема особи, які мають вищу освіту та досвід роботи у сфері бухгалтерського обліку, ревізії, права, фінансів, банківської справи, економіки або аудиту не менше трьох років, атестуються за результатами складання лише кваліфікаційного іспиту, забезпечення організації якого пропонується тимчасово покласти на Орган суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, зупинення вимоги щодо проходження стажування кандидатів у аудитори;

- спрощення вимог до внутрішньої організації суб'єктів аудиторської діяльності, які мають право проводити обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес, зокрема, скасування вимоги щодо наявності у складі таких аудиторських фірм двох осіб, які пройшли атестацію відповідно до Закону, або мають сертифікат (диплом) професійних організацій, який засвідчує знання міжнародних стандартів фінансової звітності;

- проведення перевірок контролю якості протягом періоду військового стану та шести місяців після його скасування лише за згодою суб'єктів аудиторської діяльності [3].

Даний Закон дає можливість врегулювати окремі питання провадження аудиторської діяльності на період дії воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки.

Отже, сьогодні особливу увагу аудиторам необхідно приділяти таким питанням, як запобігання легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення; кібербезпека; бухгалтерські оцінки і розкриття інформації для того, щоб правильно оцінити вплив цих подій на аудиторській звіт.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Касаткін Сергій. Професія внутрішнього аудитора під час війни. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://home.kpmg/ua/uk/blogs/home/posts/2022/07/profesiya-vnutrishnoho-audytora-pid-chas-viyny.html>
2. Аудиторські рекомендації на тлі російського вторгнення в Україну. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://audit-optim.com.ua/press/publications/206-pcaob-audytorski-rekomendatsii-na-tli-rosiiskoho-vtorhnennia-v-ukrainu>
3. Інформаційне повідомлення щодо проєкту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» щодо забезпечення аудиторської діяльності на період дії воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки». [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.apob.org.ua/?p=3955>
4. Рудницький В.С., Сарахман О.М., Шурпенкова Р.К. Strategic audit as a means of implementation of the state financial control in Ukraine. Стратегічний аудит як засіб здійснення державного фінансового контролю в Україні. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, t. 43, nr 3, wrzesień 2019, - с.47-57.

УДК 338.43

СИМОНЕНКО Олена,

*кандидатн економічних наук, доцент кафедри
статистики та економічного аналізу
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

ГОРДІЄНКО Тетяна, студентка

*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ЦУКРОВИХ БУРЯКІВ В ДИНАМІЦІ

Цукровий буряк має провідне положення в економіці нашої держави, як і в будь-якому бурякосійному господарстві. Цукровий буряк є складовою виробництва низки харчових продуктів, від

реалізації цукрової сировини підприємці отримують понад 50% прибутку.

На території України цукрові буряки виступали провідною технічною культурою, отриманий прибуток формує значну частину прибутку від усієї долі рослинництва.

Питання розвитку та ефективності економічних підприємств цукрових буряків досліджували у своїх роботах наступні дослідники та практики: В. Бондар [1], О. Король [3], О. Маслак [4], Л. Степанова [6], О. Томашевська [7].

У 2019 р. валовий збір цукрового буряку на українських землях становив 9,7 млн. тонн, що став найгіршим результатом за 4 посівних сезони, та вдвічі нижче рівня 2016 р.

Варто зазначити, що за останні роки валовий збір цукрового буряку в Україні знаходився на наступному рівні (рис.1):

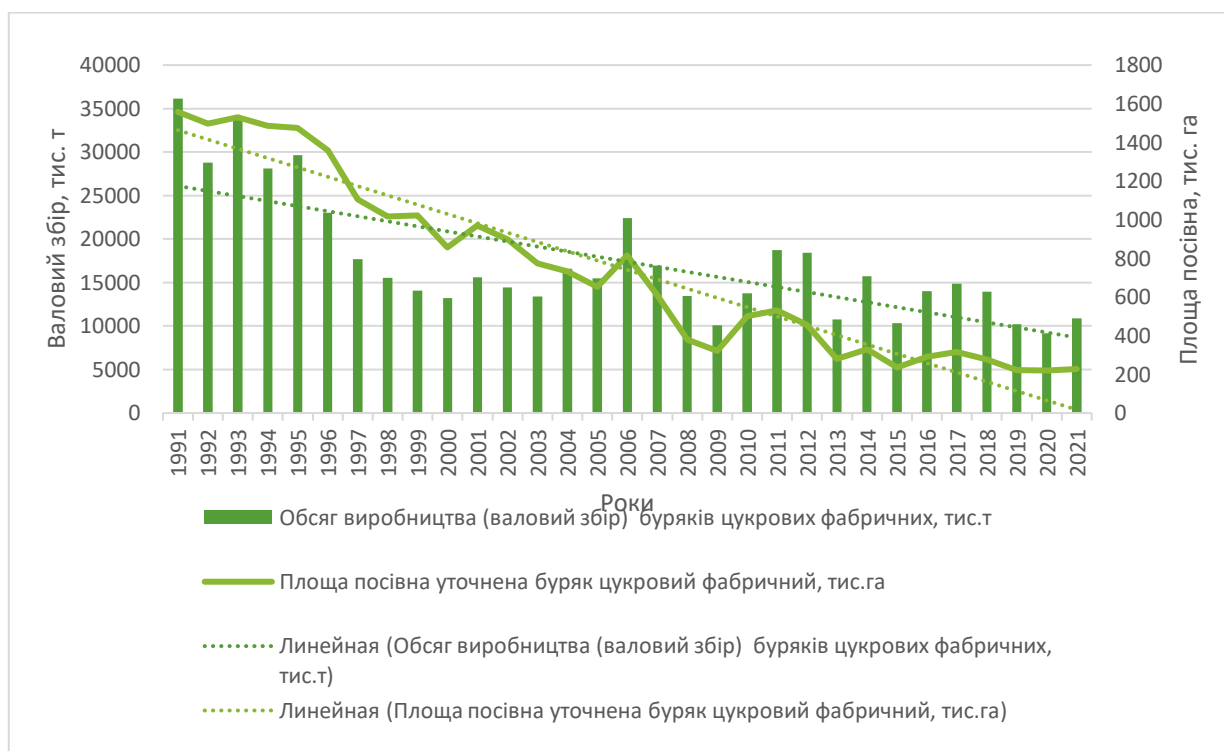


Рис. 1. Динаміка та тренди валових зборів і посівних площ буряків цукрових фабричних

Основним показником економічної ефективності виробництва цукрових буряків є рентабельність. На рентабельність впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники, головним внутрішнім чинником є валовий збір. Згідно з основним законом економіки збільшення пропозиції (високий валовий збір) веде до зниження ціни на зерно і, навпаки, недостатня пропозиція (низький валовий збір) викликає ріст ціни продукції (рис.2).

**ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ, ФІНАНСІВ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ
В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА СУСПІЛЬСТВА:**

Міжнародна науково-практична конференція, 30 листопада 2022 року

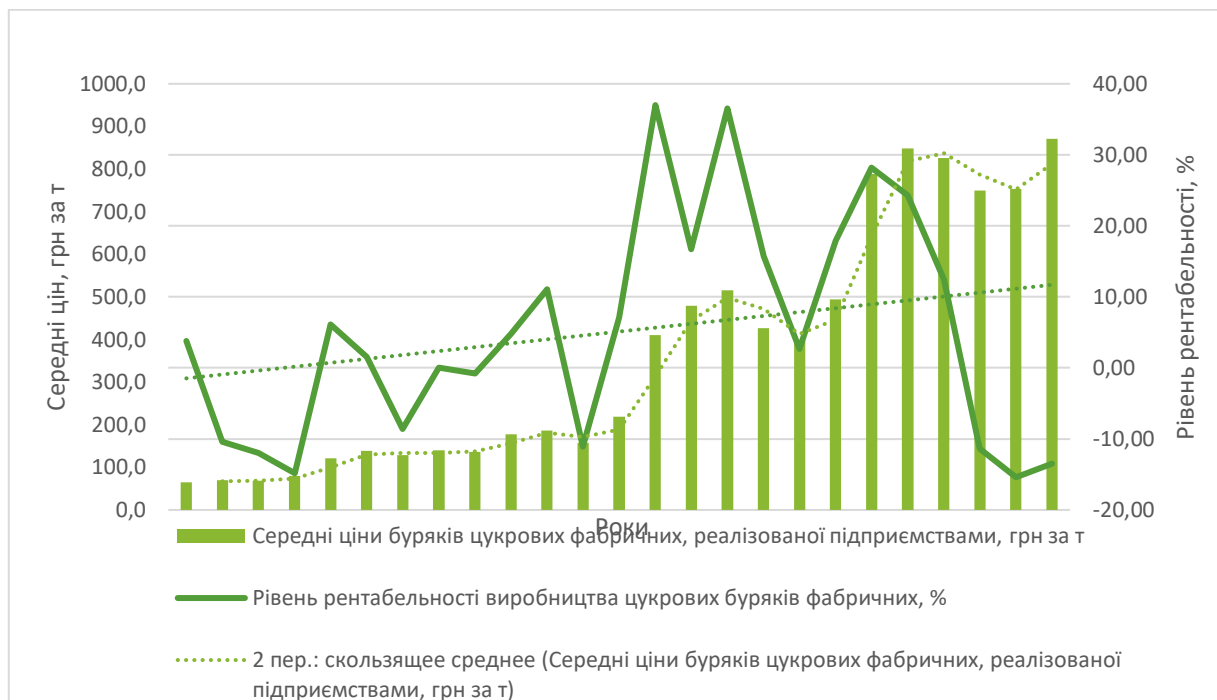


Рис. 2. Динаміка та тренди середніх цін та рівня рентабельності виробництва буряків цукрових фабричних за 1996-2020 р.р.

Станом на 21 жовтня 2021 р. на українських землях було зібрано 6, 23 млн. тонн цукрових буряків з загальної площі 133,9 тис. га (59% до прогнозу) за середнього рівня врожайності 46,5 т/га, що знаходиться майже на рівні 2019 р., однак вище результатів 2020 р. на 4 т/га [4].

	A	B	C	D	E	F	G
1	SUMMARY OUTPUT						
2							
3	Regression Statistics						
4	Multiple R	0,637112583					
5	R Square	0,405912443					
6	Adjusted R Square	0,354252656					
7	Standard Error	28,2621903					
8	Observations	26					
9							
10	ANOVA						
11		df	SS	MS	F	Significance F	
12	Regression	2	12552,24414	6276,122	7,857416	0,002507727	
13	Residual	23	18371,28221	798,7514			
14	Total	25	30923,52635				
15							
16		Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%
17	Intercept	104,7101571	29,57037149	3,54105	0,001744	43,53918303	165,8811311
18	X Variable 1	0,002751168	0,031084066	0,088507	0,93024	-0,061551122	0,067053457
19	X Variable 2	0,069860156	0,030237339	2,310394	0,030182	0,007309455	0,132410857
20							

Рис. 3 Економетрична модель залежності валових зборів цукрових буряків від рівня середніх цін реалізації та посівних уточнених площ.

Для дослідження валових зборів цукрових буряків в динаміці з використанням пакету EXCEL було побудовано економетричну модель (рис. 3), яка описує залежність валових зборів від середніх

цін та посівних уточнених площ $\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1x_1 + \hat{a}_2x_2$, де \hat{y} , валовий збір буряків цукрових фабричних, 100 тис.т, x_1 - середні ціни буряків цукрових фабричних, реалізованої підприємствами, грн за т, x_2 - площа посівна уточнена буряк цукровий фабричний, тис.га

Для аналізу динаміки валових збірів буряків цукрових фабричних була побудована економетрична модель (рис. 7) $\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1x_1 + \hat{a}_2x_2$, де \hat{y} – обсяг виробництва (валовий збір) цукрових буряків фабричних за 1996-2021 роки, 100 тис.т, x_1 - середні ціни буряків цукрових фабричних, реалізованої підприємствами, грн за т, x_2 - урожайність буряків цукрових фабричних, ц з 1 га зібраної площі.

	A	B	C	D	E	F	G
1	SUMMARY OUTPUT						
2							
3	<i>Regression Statistics</i>						
4	Multiple R	0,550821023					
5	R Square	0,303403799					
6	Adjusted R Squa	0,242830216					
7	Standard Error	30,60350291					
8	Observations	26					
9							
10	ANOVA						
11		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>	
12	Regression	2	9382,315371	4691,158	5,008847	0,015641654	
13	Residual	23	21541,21098	936,5744			
14	Total	25	30923,52635				
15							
16		<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>
17	Intercept	147,9008122	22,48392932	6,578068	1,03E-06	101,3892607	194,4123637
18	X Variable 1	-0,095523564	0,040783039	-2,34224	0,028192	-0,179889708	-0,01115742
19	X Variable 2	0,116718391	0,108007301	1,080653	0,291053	-0,106711734	0,340148516
20							

Рис. 4 Економетрична модель залежності валових зборів цукрових буряків від рівня середніх цін реалізації та урожайності.

Аналіз побудованих моделей свідчить про те, перша модель має найкращі прогностні якості для дослідження валових зборів цукрових буряків у динаміці.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бондар В. С. Лібералізація ринку цукру в країнах ЄС – як виклик цукровиробникам України. *Цукрові буряки*. 2018. №1 (117). С. 8 – 10.
2. Король Оксана Солодкі сподівання: чи стане 2017 рік зірковим для цукрового буряка. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/solodki-spodivanna-ci-stane-2017-rik-zirkovim-dlacukrovogo-buraka>
3. Маслак О. В., Ільченко О. Б. Економіка виробництва цукрових буряків в Україні. URL: <http://provozitsiya.com/ua/ekonomika-cukrovih-buryakiv-vukrayini>.
4. Сінченко В. М., Пиркін В. І. Стратегія розвитку галузі буряківництва в Україні. *Цукрові буряки*. 2018. №1(117). С. 4 – 7.
5. Степанова Людмила Буряківництву – друге дихання. URL: <https://www.syngenta.ua>

УДК 519.86

СИТНИКОВА Вероніка,
*здобувачка 1 рівня вищої освіти,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
м. Київ, Україна*
Науковий керівник:- **СИМОНЕНКО Олена,**
*кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
м. Київ, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМЕТРИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Суспільне життя неможливе без передбачення майбутнього, без прогнозування перспектив розвитку. Економічні прогнози необхідні для визначення шляхів розвитку суспільства й раціонального використання економічних ресурсів, що забезпечують його досягнення, для виявлення найімовірніших і економічно ефективних варіантів довготермінових, середньотермінових і поточних планів, обґрунтування основних напрямків економічної й технічної політики, передбачення наслідків прийнятих рішень і здійснюваних у даний момент заходів. В умовах науково-технічного прогресу й удосконалення економічної системи держави, прогнозування стає одним з вирішальних наукових факторів формування стратегії й тактики суспільного розвитку.

Процес пізнання економічної реальності вимагає побудови економетричних моделей, причому кожна економетрична модель виходить з певної економічної закономірності, яку необхідно економічно сформулювати й кількісно визначити на основі статистичних даних.

Використання комплексної моделі для моделювання й прогнозування може також вимагати перетворення моделі до зведеної форми з обчисленням матриць мультиплікаторів, екстраполяції екзогенних змінних і одночасного розрахунку прогнозів ендогенних змінних.

При конструюванні моделей кожне рівняння має бути кількісно визначене у варіантах, які перевіряються за допомогою методів математичної статистики. Найкращі альтернативи мають

економічне тлумачення, їх кількісне значення уточнюється через використання методів оцінювання одночасних систем рівнянь. Потім перевіряється функціонування моделі в цілому.

Для прикладу, розглянемо просту економетричну модель з двома змінними в загальному вигляді

$$Y = f(X) + u, \quad (1)$$

де Y – залежна змінна; X – пояснювальна змінна; u – випадкова складова.

Це означає, що ми ідентифікували змінну X , яка впливає на змінну Y . Назвемо таку економетричну модель простою моделлю. На базі простої економетричної моделі розглянемо принципову структуру економетричної моделі та основні методи оцінювання її параметрів. Теоретичні знання про взаємозв'язок між економічними показниками мають підказати його конкретну аналітичну форму. Але оскільки одні й ті самі економічні процеси можуть бути описані різними функціями, то потрібно звернутися до статистичного аналізу й за його допомогою зробити вибір серед можливих альтернативних варіантів.

Найпростішою є лінійна форма зв'язку між двома змінними

$$Y = a_0 + a_1 X, \quad (2)$$

де a_0 , a_1 – невідомі параметри, перший з яких визначає довжину відрізка, утворюваного перетином прямої з віссю ординат, а другий – тангенс кута нахилу цієї прямої до осі абсцис.

Навіть швидко знайомство з економічними показниками, взаємозв'язок між якими вимірюється, показує, що окремі експериментальні значення залежної змінної не можуть міститися на прямій лінії, за якою вимірюється зв'язок. Певна частина фактичних спостережень залежної змінної лежатиме вище або нижче від значень, обчислених згідно з вибраною функцією. Якщо фактичні значення залежної змінної містяться на значній відстані від обчислених за допомогою функції, то можна припустити, що формалізація залежності між економічними показниками неадекватна реальному процесу взаємозв'язків у економіці. Проте поняття «значна відстань» не є конкретним, а тому не може бути критерієм для оцінювання адекватності моделі [2]

Щоб розв'язати задачу наближення розрахованих значень змінної до фактичних, розглянемо стохастичну (випадкову) складову, яка акумулює всі відхилення фактичних спостережень змінної Y від обчислених за моделлю.

Математичний аналіз цієї складової дасть змогу зробити висновок щодо того, чи можна вважати її стохастичною і чи містить вона систематичну частину відхилень, що може зумовлюватися наявністю тих чи інших помилок у моделюванні.

Нехай вектор змінної Y описує витрати на споживання, а вектор X – дохід сім'ї. Очевидно, що для окремих груп сімей існує певна залежність між споживчими витратами і доходом сім'ї. Проте на розмір споживчих витрат крім доходу можуть впливати інші фактори, частина яких є випадковими. Ці фактори й зумовлюють відхилення фактичних витрат на споживання від обчислених, наприклад, на основі регресійної функції

$$\hat{Y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 X, \quad (3)$$

де \hat{a}_0, \hat{a}_1 – оцінки параметрів моделі.

Наблизити обчислені значення до фактичних формально можна зведенням до моделі стохастичної складової

$$Y = a_0 + a_1 X + u, \quad (4)$$

де a_0, a_1 – оцінка параметрів моделі; u – змінна, яка може набувати додатних та від'ємних значень, оскільки вона вимірює відхилення витрат на споживання кожної окремої сім'ї від обчисленого значення.

Економічні прогнози необхідні для визначення шляхів розвитку суспільства й економічних ресурсів, що забезпечують його досягнення, для виявлення найбільш ймовірних і економічно ефективних варіантів довготермінових, середньотермінових і поточних планів, обґрунтування основних напрямків економічної й технічної політики, передбачення наслідків прийнятих рішень і здійснюваних у даний момент заходів [1]. Саме застосування економетричних моделей в економіці дає змогу виокремити та формально описати найважливіші, найсуттєвіші зв'язки економічних змінних і об'єктів, а також індуктивним шляхом отримати нові знання про об'єкт. У такій моделі, в спрощеній формі, за багатьох припущень встановлюють основні залежності між економічними показниками.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Базилевич, В.Д. Зміст, цілі та засади (інструменти) макроекономічної політики. Теорії економічної політики Я. Тінбергена та Р. Манделла / В.Д. Базилевич // Макроекономіка: підручник / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик. 2-ге вид., виправл. К.: Знання, 2005. Тема 13. С. 595 – 611.
2. Правдюк, Н.А. Економетрія: навч. посіб. для вузів / Н.А. Правдюк, Н.А. Потапова, Л.О. Волонтир. – Вінниця, 2009. 276 с.

УДК 33:338.24

СТЕЛЬМАХ Юлія,

*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня «Бакалавр»,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

Науковий керівник:- **ПУХИР Світлана.**, *д-р екон. наук, професор,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

ЗНАЧЕННЯ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В ОБҐРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

У неокласичній економічній концепції індивід розглядається як «машина логічного мислення», яка точно аналізує всю отриману інформацію і на її основі приймає рішення, які максимізують її особисту вигоду та мінімізують ризик досягнення поставлених цілей. Така поведінка людини називається раціональною. Концепція слугує джерелом неокласицизму для побудови моделей попиту та пропозиції, функціонування податкових систем, ділових циклів, інфляції тощо.

У колі економістів не прийнято було звертати увагу на психологію прийняття рішень. Тимчасові, випадкові фактори вважалися незначними порівняно з величиною економічних стимулів. Адже психологів цікавлять рішення, які є емоційними, спонтанними, відповідають певним культурним ідеям, нормам, правилам і можуть бути навіть фобіями. Економісти вважають, що економіка - це наука про раціональну поведінку.

Одним із перших, хто звернув увагу на поведінкові аспекти, а саме суб'єктивні фактори ринкових відносин на ринку вживаних автомобілів, став Джордж Акерлоф, який у 1970 році написав статтю «Ринок лимонів: невизначеність якості та ринковий механізм» [1, с. 1]. Основну гіпотезу можна сформулювати так: «якщо покупці не володіють інформацією про якість товару в тій же мірі, що й продавці, поганий товар буде витіснити хороший товар аж до його повного зникнення з ринку». Ілюстрацією цієї проблеми є ринок вживаних автомобілів: «лимони» на американському сленгу – це автомобілі з дефектами, які виявляються лише після покупки.

Почнемо з того, що ціни на вживані автомобілі в Україні в середньому вищі, ніж у Європі. На це є три основні причини: політичні, правові та економічні бар'єри. У 2015 році було впроваджено Закон України «Про пільгове розмитнення авто» [2], який спрямований на зниження ставок акцизного податку на

вживані транспортні засоби. Таким чином було суттєво зменшено один із бар'єрів цінової диференціації на європейському, американському та українському ринках. Це викликало «бум» автомобілів із США та Європи. Тобто попит зріс, але пропозиція зросла багаторазово відносно зростання попиту. У цьому немає нічого незвичайного, адже з часом ціни знижуються.

Проаналізувавши дослід Мажара Г. А. [3, с. 85-89] варто почерпнути його наступні висновки:

- продавець автомобіля в «хорошому» стані не може продати автомобіль за об'єктивною ціною і об'єктивно не має наміру її знижувати;
- покупець нічого не купує, тому що хоче купити дешевше, а машини його не влаштовують за якістю;
- продавець автомобіля в «поганому» стані не знижує ціну, ціни штучно завищуються, продавець намагається приховати дефекти і видати автомобіль в поганому стані за автомобіль в «хорошому» стані за його ціною.

Отже зазначимо наступне: до ситуації «стагнації ринку» призвели об'єктивні та суб'єктивні фактори, проте її вирішення залежить лише від психологічних та поведінкових аспектів покупців і продавців.

Дослідження надає кілька різних ситуацій і перевіряє їх з реальними ринковими даними, щоб продемонструвати, що як покупці, так і продавці можуть діяти нерационально на ринку, встановлюючи ціни на основі своїх особистих переконань, суб'єктивних і психологічних факторів, які слід брати до уваги при побудові класичних моделей.

Ще однією перешкодою для раціонального прийняття рішень є «рамка», створена особистістю для сприйняття нею інформації, яка є основою техніки фреймінгу (ефект обмеження рамки). Цей метод дозволяє вплинути на сприйняття інформації аудиторією, тобто є одним із прийомів підштовхування. Щоб допомогти людям звернути увагу на певну інформацію, її необхідно правильно сформулювати та подати, тобто створити ефект фреймування. Класичний приклад - склянка, наполовину наповнена водою. Хтось трактує його як напівпорожню, хтось як наполовину повну. На формування цієї рамки впливає своєрідна інерція ідеї: схильність до певного способу мислення при вирішенні тих чи інших завдань, ігнорування всіх можливостей, крім тих, що були запропоновані на початку. Ефект володіння полягає в тому, що заради нашого задоволення ми можемо відмовитися від максимізації прибутку.

Найчастіше обговорювані техніки та принципи поведінкової економіки використовуються переважно на макрорівнях. Однак

вони також можуть бути особливо ефективними на рівні підприємства. Для цього Передало Х.С., Огерчук Ю.В. та Лібенко Ю.С. рекомендують наступні кроки [4, с. 5]:

1. Застосування функціонального підходу до використання основних прийомів впливу поведінкової економіки, що включає поетапну реалізацію основних функцій управління;

2. Розробка системи принципів, на яких буде базуватися процес застосування базових прийомів впливу на поведінкову економіку у вітчизняних організаціях.

3. Розробка заходів на основі методик індивідуального поведінкового економічного впливу.

4. Розробка системи показників для оцінки ефективності застосування методів поведінкової економіки в сучасних організаціях.

Як відомо, будь-які процеси на підприємстві необхідно розглядати з точки зору функціонального підходу. Тобто, перш за все, їх необхідно планувати, організовувати роботу з їх виконання, мотивувати працівників, контролювати етапи їх впровадження та реалізації, а також регулювати відхилення. Це також може стосуватися процесу застосування методів поведінкової економіки.

Дослідження показують, що сьогодні техніки підштовхування активно використовуються в різних країнах та в різних сферах життя: в медицині, податковій системі, в державних установах, на підприємствах тощо. Саме ця основна ідея розбиває два основні міфи, закладені в класичній економічній теорії, а саме: усі люди приймають раціональні рішення, які є для них правильними, і всі люди приймають ті рішення, які максимізують їхню корисність. Ефективність його застосування вже доведена практикою, хоча багато хто все ще вказує на деякі неетичні моменти. Тобто поведінкова економіка пропонує враховувати складність людської поведінки, а не реакцію людської поведінки «раціональним» способом, що необхідно брати до уваги керівникам компаній, які реалізують свою продукцію на ринок.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Корнилюк Р. Мічені Нобелем: продавець лимонів Джордж Акерлов / Р. Корнилюк // Економічна правда. 2010. С. 1.
2. Закон України «Про пільгове розмитнення авто» [<https://petition.president.gov.ua/petition/44428>] . 2015.
3. Мажара Г.А. Моделювання ірраціональної поведінки економічних агентів на товарному ринку. 2020. С. 79-90.
4. Передало Х.С., Огерчук Ю.В., Лібенко Ю.С. Поведінкова економіка та можливості застосування технік її впливу в сучасних організаціях. Ефективна економіка. 2019. №12. С. 4-5.

УДК 339.92:339.97:339.98

ТАРАСЕНКО Лев,

здобувач освітнього ступеня «магістр»,

Навчально-науковий інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

м. Київ, Україна

Науковий керівник: - **РЕЗНИКОВА Наталія,**

д-р. екон. наук, професор,

Навчально-науковий інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

м. Київ, Україна

ЦИФРОВІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНВЕРГЕНЦІЇ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ ТА ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ

Формування цифрової бізнес-стратегії (ЦБС) включає розробку продуктів та послуг за умови забезпечення їхньої сумісності з цифровими платформами і виступає елементом реалізації політики регуляторної конкуренції [1, с.49]. Прикметно, що при цьому передбачається просування ЦБС як окремого цифрового ресурсу, що стає відповідною реакцією фірм на усвідомлення потенціалу цифрових продуктів та послуг і створення нових ІТ-можливостей в процесі стимулювання розвитку інноваційних підприємств [2], Industry 4.0 й цифрової економіки [3]. Наявні приклади включають хмарні веб-сервіси Amazon, які суттєво розширюють стратегію типового інтернет-магазину за рахунок використання новітніх цифрових ресурсів, що дозволяє оцінювати корпоративну сферу електронної роздрібною торгівлі та веб-сервісів Amazon як приклад розрізненого портфеля ведення бізнесу. Така ж логіка може бути поширена на такі фірми, як Google, Netflix, Microsoft та інші, оскільки вони продовжують коригувати та налаштовувати свою діяльність в корпоративних масштабах з тим, щоб скористатися перевагами розробок у галузі апаратного та програмного забезпечення та підключення до Інтернету. Інші приклади використання нових цифрових ресурсів для розширення масштабів бізнес-стратегії включають цифрову архітектуру продуктів Sony в ігрових консолях і телевізорах, термостати нового покоління Honeywell і Nest з можливостями віддаленого доступу до Інтернету в режимі реального часу, медичні пристрої GE, підключені до Інтернету для забезпечення віддаленого моніторингу за пацієнтом в режимі реального часу, а також розробку оцифрованих продуктів Nike за допомогою iOS від Apple. Цифрові ресурси, пов'язані зі

стратегією цифрового бізнесу, слід розглядати досить широко. Це пов'язано з тим, що цифрові ресурси — це більше, ніж просто біти та байти, адже цифрова інфраструктура складається з інститутів, практик і протоколів, які разом організують і забезпечують простір для реалізації потенціалу цифрових технологій для бізнесу та суспільства. Вони включають традиційні дані та інформацію, втім на них здійснює вплив процес поширення соціальних мереж, хмарних обчислень та мобільних телефонів, які підвищують якість та кількість даних, що генеруються щодня. У той час як у минулому нестача даних (інформації) була вихідною умовою розробки бізнес-стратегії, а рішення приймалися на основі неповних і часто викривлених і навіть неактуальних даних, нині Big Data створює підстави для завчасного отримання достатньої кількості даних (інформації), що створює підґрунтя для започаткування абсолютно нового портфеля підходів до цифрової бізнес-стратегії, пов'язаних з оцифруванням інформації про продукти та послуги.

Очікування від імплементації ЦБС вкрай апроксиматично можна поділити на нефінансові та фінансові результати. ЦБС дозволяє фірмам використовувати нові цифрові можливості, розкривати потенціал нових ринків та отримувати конкурентні переваги, адже результатом може стати унікальне становище в конкурентному середовищі, швидше виведення товарів та послуг на ринок, а також миттєве реагування на запити споживачів та побудова ефективнішої екосистеми. Фірми можуть підвищити свою гнучкість і адаптивність до мінливих умов ринку, а також покращити обслуговування та продуктивність співпраці із клієнтами. ЦБС, з одного боку, здатна підвищити організаційну інноваційність, а, з іншого боку, рентабельність та підвищена продуктивність можуть бути результатом застосування успішної ЦБС. При цьому певні зміни організаційних можливостей, такі як інформаційна аналітика з підтримкою ІТ, призводять до різних результатів продуктивності — вищих чи нижчих — залежно від вибору можливостей бізнес-середовища та галузі їхнього застосування. ЦБС може спочатку покращити операційну продуктивність, і, у результаті, підвищиться також і загальна продуктивність фірми. Так само ЦБС за допомогою ІТ-можливостей, таких як аналітика, значно впливає на підвищення ефективності та продуктивності фірми.

ЦБС покликана покращити фінансові показники за рахунок підвищення прибутковості та ціннісних і цінових пропозицій одночасно. Крім того, ЦБС сприяє поліпшенню фінансових показників, що вимірюються рентабельністю активів та

співвідношенням операційного прибутку до активів, рентабельністю інвестицій, прибутковістю, ліквідністю, часткою ринку та зростанням бізнесу. Від типу ЦБС залежить, чи буде результат щодо фінансових результатів позитивним чи негативним: так, якщо організація цифрових бізнес-екосистем позитивно впливає на фінансову продуктивність, то розробка цифрових продуктів на неї впливає негативно.

Окреслене дозволяє стверджувати, що ЦБС репрезентує собою результат поєднання дослідження в сфері стратегічного управління та інформаційних технологій. І якщо початкова концепція ЦБС використовувала чотири виміри (обсяг, масштаб, швидкість та джерела створення та захоплення цінності), з часом вона була ускладнена наступними припущеннями, отриманими на основі аналізу емпіричних даних. По-перше, ІТ є ключовим аспектом ЦБС. По-друге, ЦБС напряду пов'язана з цифровими ресурсами. З отриманих результатів випливає, що, порівняно з класичним підходом до бізнес-стратегії, в ЦБС слід приділяти особливу увагу цифровим ресурсам, особливо за рахунок стратегічного використання цифрових технологій. Крім того, теорія динамічних можливостей, застосована по відношенню до ЦБС, свідчить, що готовність до змін та гнучкість мають вирішальне значення для останньої, а можливість забезпечення участі в інноваційних екосистемах стає ключовою основою для розробки та реалізації ЦБС. Це вкотре доводить, що використання ЦБС може стати ключовим фактором, що уможливить існуючим організаціям здійснити цифровий перехід.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Panchenko V., Reznikova N., Bulatova O. Regulatory Competition in the Digital Economy: New Forms of Protectionism. *International Economic Policy*. 2020. № 1-2 (32-33). P. 49-79.
2. Резнікова Н. В., Рубцова М. Ю., Рилач Н. М. Інституційні важелі міжнародної конкурентоспроможності національної інноваційної системи: проблема вибору інструментів стимулювання інноваційних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/16.pdf
3. Панченко В. Г., Резнікова Н. В., Іващенко О. А. Розвиток Industry 4.0 й цифрової економіки у фокусі глобального технологічного та інноваційного суперництва КНР і США. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 4–10.

УДК 65.016

ТОПУЗОВА Валерія,
*здобувачка освітнього ступеня “магістр”,
КЗВО «Хортицька національна
навчально-реабілітаційна академія» ЗОР,
м. Запоріжжя, Україна*
Науковий керівник: - **ЮХНОВСЬКА Юлія**, *д-р.екон.наук, доцент,
КЗВО «Хортицька національна
навчально-реабілітаційна академія» ЗОР,
м. Запоріжжя, Україна*

МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Ключовою складовою механізму прийняття стратегічних рішень на підприємстві в умовах невизначеності можна назвати своєчасний та об'єктивний аналіз факторів впливу на саме підприємство, оскільки ефективність системи стратегічного управління підприємством загалом та окремо обраної керівними ланками стратегії підприємства залежить саме від прийнятих стратегічних рішень керівників та менеджерів.

В умовах сьогодення стратегія вважається найважливішою та невід'ємною складовою управління як на рівні держави, так і на рівні окремого підприємства. По своїй суті, вибір стратегії означає, що з усіх відкритих шляхів розвитку і методів дій, які доступні для компанії, вона вибирає певний напрямок. Правильно розроблена стратегія є запорукою підвищення конкурентоспроможності компанії, досягнення поставлених цілей та забезпечення стабільної положення на ринку та фінансової стійкості.

Вивченням цієї теми займалися такі науковці, як Сумець О. М. [1], Вороніна А.В. [2], Копил О.В. [2] Карпов В.А [3] та інші. Але, потребують детальнішого дослідження механізм стратегічного планування в умовах невизначеності.

Для забезпечення виживання компанії у довгостроковій перспективі, дуже важливим є прогнозування тенденції розвитку шансів і загроз. Тому виходячи з інтересів ефективного менеджменту є необхідність розробляти прогнози та сценарії майбутнього, що є основою для формування та вибору стратегії.

В результаті невчасного та не об'єктивного аналізу факторів впливу на прийняття стратегічних рішень може статися невідповідність реалізації стратегії від плану та її неефективність

через нездатність адаптуватись до нових умов в середовищі підприємства.

Наведемо перелік стратегічних рішень на основі яких компанія повинна здійснювати вибір стратегії :

- - утримання вже досягнутих позицій на ринку збуту продукції, за умови постійних змін ринкових умов,
- - розширення обсягів реалізації продукції при збереженні її структури та номенклатури,
- - розширення обсягів реалізації продукції шляхом освоєння нових видів продукції при збереженні географії ринків,
- - розширення обсягів реалізації продукції шляхом розробки нових видів продукції та виходу на нові ринки збуту,
- - зменшення обсягів реалізації продукції за рахунок скорочення виробництва нерентабельних та неконкурентоспроможних видів продукції,
- - збільшення частки обсягу реалізації продукції на ринку без зниження ціни тощо.

Фактори, які впливають на прийняття стратегічних рішень підприємства можна розділити на три групи:

1. Фактори макроекономічного середовища.
2. Мікроекономічні фактори.
3. Фактори внутрішнього середовища підприємства.

Макросередовище складається з елементів-факторів непрямої дії, які здебільшого не пов'язані безпосередньо з конкретним підприємством, але можуть створювати для нього певне сприятливе або несприятливе середовище.

Мікросередовище підприємства безпосередньо впливає на саме підприємство, тобто в мікросередовище включає учасників ринку, які пов'язані з підприємством.

Внутрішнє середовище підприємства можна назвати сукупністю елементів і факторів, що визначають внутрішній стан підприємства, його сильні та слабкі сторони та ефективність підприємства.

Підприємство являє собою єдину систему, що складається з підсистем: виробництво, збут, фінанси, маркетинг та інші. Внутрішня діагностика середовища означає оцінку стану підсистем і елементів цього середовища, їх взаємодію і системний вплив на рівень виробництва, його ефективність і конкурентоспроможність.

Отже, механізм прийняття стратегічних рішень на підприємстві залежить від факторів, що впливають на зовнішнє середовище підприємства та його внутрішні фактори.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник. Харків: ХНУВС, 2021. 208 с.
2. Вороніна А.В., Копил О.В. Прийняття стратегічних рішень в умовах невизначеності та ризику. *Молодий вчений*. 2016. № 1 (28) Частина 1. С. 35-39.
3. Карпов В.А. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 670 с.

UDC 621.31

FEDOROVYCH Iryna

*Associate Professor at the Department Applied Economics
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas
Ivano-Frankivsk, Ukraine*

KOZACHOK Hrustyna,

*graduate of the 2nd year of the Master's degree,
educational program "Business Economics"
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas,
Ivano-Frankivsk, Ukraine*

EQUIPMENT MODERNIZATION AS A KEY TO THE DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF ENERGY ENTERPRISES

The growth of energy losses in electrical networks is determined by the objective patterns of energy development as a whole. The main ones are: the tendency to concentrate electricity production at large power plants; the continuous growth of electrical network loads, associated with the growth of consumer loads and the lagging of the rate of increase in network bandwidth from the rate of increase in electricity consumption and generating capacity [1, p.191].

The sharp aggravation of the problem of electricity losses in electrical networks requires an active search for new ways to solve it, new approaches to the selection of appropriate measures, and most importantly, to the organization of work to reduce losses. Electrical energy losses are characteristic of all electrical energy distribution systems. Correct design and operation of electrical systems allow not only to reduce them to a minimum, but also to ensure a reduction in electricity costs [2, p.123].

The main task of the state should be to ensure conditions for equal competition of all business entities. In conditions of high prices for energy resources, competition will stimulate them to introduce technical and technological innovations in order to optimize operational and capital expenditures, in particular, on energy resources. In order

to further stimulate the implementation of such measures, the state should use a system of financial, credit-monetary, amortization, and other benefits and preferences.

The ultimate goal of the energy-saving policy is to reduce technological energy costs and transition the industry to the mode of break-even operation. To ensure the saving of resource costs and the reduction of costs in the communal economy, it is necessary, first of all, to implement a series of energy-saving measures in energy supply systems, organization of accounting and control over the use of energy carriers, and constructive energy-saving measures by modernizing systems and their elements.

Thus, the modernization of electric power equipment is an important component of the energy industry development strategy in Ukraine.

Electricity losses in electrical networks are one of the important indicators of the efficiency of the work of energy supply companies, a characteristic indicator of the technical condition of electrical networks, metrological compliance of measuring equipment, the effectiveness of the functioning of energy supervision and sales activities in the electric power industry.

In Ukraine, technological losses of electricity during transportation from power plants to consumers significantly exceed the similar indicator of Western European countries. Losses in distribution networks of 0.38 kV, which currently reach 30%, are particularly significant.

The main causes of electricity losses (during its transportation to consumers) in distribution networks of 0.38 kV are:

- the unsatisfactory condition of electrical networks, their inconsistency with electricity consumption regimes, as well as insufficient accuracy of metering devices;
- low quality monitoring of low-voltage electrical networks, which can lead to distortion of input information about mode parameters;
- presence of unregistered consumers and lack of verification of source information;
- the imperfection of methods for calculating technological losses of electricity, namely in terms of their accuracy, adequacy and analysis of the sensitivity of losses if it is necessary to reduce them, etc.

To improve the situation, the "Energy Strategy of Ukraine for the period until 2030" envisages commissioning new and modernizing existing power supply lines with a voltage of 0.38–150 kV. Therefore, the problematic tasks of analysis, assessment and development of

scientific measures to reduce electricity losses in distribution electrical networks attract the increased attention of domestic scientists.

Modernization of equipment to reduce losses and increase energy efficiency is the basis of the competitiveness of domestic industry - the primary task of all links and levels of the economic mechanism.

Modernization of equipment is an improvement of the design, which ensures an increase in the functional capabilities of the object being modernized and contributes to the reduction of losses to the level of modern technical and technological requirements, the achievement of resource savings, and the improvement of working conditions. Modernization of equipment consists in relatively minor changes in the design of working mechanisms, machines, installations and other equipment, as well as in a relatively minor change in materials and processing methods, in contrast to reconstruction - a fundamental reconstruction that requires large amounts of money.

Therefore, the modernization of energy industry facilities, which have a large capital intensity, is a potential source of competitive advantage of the Ukrainian economy. At the same time, even minor improvements due to the modernization of facilities, taking into account the significant scale of electricity consumption, can provide a significant economic effect.

Achieving economic efficiency has a significant and growing impact on demand, mainly due to the application of appropriate tariff policies. Today, this creates additional problems for energy companies of Ukraine.

On the one hand, they need to maintain their technical and resource potential, and on the other hand, to create competitive products in order to maintain the market and obtain a guaranteed income. Such requirements determine the strategy of modernization of energy industry facilities based on the introduction of innovations that guarantee the efficiency of their economic growth.

Thus, a sharp increase in the cost of energy resources, intensifying competition on the domestic and foreign markets, the need for constant improvement of product quality, as well as limited investment resources require solving the tasks of modernizing energy industry equipment.

Implementation of innovative modernization measures is carried out on the basis of projects. As a rule, the modernization of energy enterprises requires the implementation of a number of projects, which requires a rather complex organization and their detailed planning. At the same time, the implementation of innovative modernization projects requires effective management measures.

REFERENCES:

1. Myronenko M.A., Gavrilov M.L. Search for ways of innovative development of energy industry enterprises under the influence of energy market reforms. Problems of economy and political economy. 2018. No. 2. P. 190-204.
2. Protsenko A.V. Formation of management decisions on increasing the level of innovative potential of industrial energy enterprises, taking into account the impact of structural transformations. Economic Herald. 2019. No. 4. P.121-130.

УДК 339.14

ЧУЙКО Марина,

кандидат технічних наук, доцент,

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків, Україна

ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В умовах ринкової економіки основна мета будь-якого підприємства є утримання позицій над ринком, отримання прибутків і оптимізація витрат. За умов, що склалися в сучасній вітчизняній економіці, найважливішим показником розвитку підприємства є конкурентоспроможність, тобто здатність товарів і послуг відповідати всім тим вимогам, що задає конкурентний ринок. Якщо конкурентоспроможність підприємства при спробі виходу на ринок нижче, ніж у виробників, які вже є на ринку товарів та послуг, то існує кілька варіантів розвитку подальших подій: припинення економічної діяльності фірми або спроба підвищення конкурентоспроможності.

Існує безліч шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вибір обумовлюється аналізом конкретного підприємства та економічної ситуації, що склалася. Найвідоміший і найчастіше застосовуваний метод збільшення конкуренції – це розширення лінійки товарів та послуг. Але також можливий варіант концентрації виробництва схожих видів продукції в межах одного регіону. Проте доведено, що правильно побудована логістична діяльність підприємства також веде до підвищення його конкурентоспроможності.

Значні переваги логістики в конкурентній боротьбі підтверджуються результатами досліджень британських учених, згідно з якими в структурі собівартості продукції близько 70 % становлять витрати, пов'язані зі зберіганням, транспортуванням, упаковкою та іншими операціями з переміщення товарно-матеріальних цінностей. Звідси випливає, що саме у сфері

логістики, а не виробництва, як вважалося раніше, містяться найбільші резерви щодо поліпшення конкурентних позицій підприємства, тому логістика повинна стати частиною механізму функціонування підприємств.

Логістичний підхід у діяльності кожного підприємства передбачає наявність та виділення логістичної служби, мета якої полягає в управлінні матеріальними потоками на всіх стадіях їхнього руху. Служба логістики повинна працювати у тісній взаємодії з іншими службами підприємства, такими як: службою маркетингу, контролю якості, виробничими службами, фінансовою службою та відділом закупівель. Економічний ефект від впровадження логістичних принципів управління діяльністю підприємства досягається завдяки використанню логістичного підходу до управління матеріальними потоками [1, с. 75].

Основними напрямками вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, враховуючи логістичний підхід, є:

- конкретизація логістичної місії підприємства на основі виявлення та узгодження інтересів учасників бізнесу;
- удосконалення структури управління логістичним процесом;
- поліпшення управління ресурсами підприємства;
- удосконалення інструментарію управління на основі встановлених логістичних принципів;
- удосконалення механізмів оптимально-максимальної реалізації конкурентоспроможних товарів та надання логістичних послуг;
- удосконалення системи дослідження попиту;
- поліпшення системи планування як основної ланки управління діяльністю підприємства;
- коригування процесів управління розвитком підприємства;
- стратегічний моніторинг логістичної діяльності підприємства;
- впровадження компенсаційно-коригуючих механізмів розвитку підприємства [2, с. 55].

Встановлено, що застосування логістики у сферах виготовлення та обігу допомагає: істотно знизити кількість запасів по всьому шляху руху матеріального потоку; зменшити час пересування товарів з логістичного ланцюга; зменшити витрати на транспорт. Тобто понад 95 % операцій відводиться на логістичну діяльність.

Саме тому логістика сприймається як чинник збільшення конкурентоспроможності фірми.

У зв'язку з цим вважається актуальним знаходження способу контролю витрат та показників, які найбільш коректно відбивають зв'язок логістики з основними економічними та фінансовими індикаторами фірми. Західні вчені розробили кілька логістичних концепцій, які вже успішно застосовуються у багатьох відомих підприємствах та корпораціях. Впровадження даних концепцій дало значну конкурентну перевагу товарам, що випускаються ними, і дозволило стати підприємствам провідними у своїй галузі виробництва. До того ж швидкий розвиток інформаційних технологій дозволив автоматизувати управлінський процес логістичного менеджменту на підприємстві за рахунок використання сучасного програмного забезпечення, що дозволяє контролювати процес, починаючи від закупівель матеріалів, через виробництво до розподілу та закінчуючи продажем готової продукції.

Отже, логістична діяльність є одним із найважливіших чинників конкурентоспроможності підприємства і ефективним інструментом збільшення рентабельності діяльності організації, оскільки більше половини загальних витрат фірми посідають логістичні витрати: закупівля матеріалів і комплектуючих, зберігання матеріальних ресурсів і готової продукції, збут тощо. Впровадження сучасних логістичних концепцій та систем є одним із найбільш необхідних та важливих стратегічних шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних організацій бізнесу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ареф'єва О. В., Харчук Т. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 7(85). С. 71–76.
2. Смирнова Н. В. Сутність і значення логістичної діяльності в системі менеджменту організації. *Науковий вісник Ужгородського Національного університету*. 2018. Випуск 20. Частина 3. С. 54–59.

УДК 658:65.012.8

ШВЕЦЬ Анастасія,

*здобувачка вищої освіти,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна,
Науковий керівник: - **МІЩЕНКО Тетяна,**
канд. екон. наук, доцент,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна,*

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В середовищі економічних відносин наразі присутні високі вимоги щодо якості внутрішнього контролю, що зумовляє вдосконалення роботи підприємства. Він присутній на кожному підприємстві, але складність полягає у правильності його застосування. Формування ринкових відносин потребує підвищення вимог до якості управління підприємством. Найважливішим напрямком підвищення ефективності системи управління є вдосконалення однієї з найважливіших її складових - внутрішнього контролю.

Науковці С. І. Головацька та Н. С. Хаймьонова вважають, що внутрішній контроль – це комплекс дій, правил та заходів, запроваджених керівництвом суб'єкта господарювання відповідного сектору економіки, що постійно застосовуються в ході діяльності організації з метою забезпечення впевненості у досягненні нею поставлених загальних цілей: результативності діяльності, економності та ефективності використання ресурсів; відповідності чинним нормативно-правовим та регулюючим документам, політиці та процедурам; незалежності та надійності інформації; захисту активів від втрат, зокрема тих, які виникли через зловживання, неврегульованість чи корупцію [1].

Внутрішній контроль на підприємстві має прямий або опосередкований зв'язок із такими функціями : аналіз, облік, прогнозування, планування, організація роботи підприємства, мотивація. Відповідно до цього внутрішній контроль є самостійною функцією цілої системи управління.

Система внутрішнього контролю – це організаційна структура, операційні процедури, а також адміністративні методи, які застосовуються керівниками всіх рівнів з тим, щоб забезпечити ефективне виконання програм та адміністративних заходів у відповідності до визначених цілей [2].

При ефективному функціонуванні системи внутрішнього контролю зменшуються витрати на проведення внутрішнього

аудиту. Економічна вигідність відображається у витратах, які будуть меншими при її використанні, аніж за її відсутності. Також вона встановлює правила та процеси контролю, аби забезпечити стабільне і ефективне функціонування підприємства, підтримку господарської політики підприємства, розкрити фальсифікацію та помилки, вчасно подати усі бухгалтерські звіти та підготувати фінансову інформацію.

Концепція COSO спрямована на налаштування належної системи внутрішнього контролю, вона визначає критерії оцінювання та проектування системи контролю на підприємстві. Дана концепція визначає цілі, компоненти, демонструє як застосовані компоненти допомагають якнайшвидше дістатися цілі.

Особливість моделі внутрішнього контролю COSO полягає в тому, що головною метою нормативного регламентування підприємницької діяльності має бути спрямованість на зниження рівня системних ризиків фінансової системи країни, шляхом проектування ризик-орієнтованого внутрішнього контролю на кожному конкретному підприємстві. Зовнішній контроль не може гарантувати реального зниження впливів ризику в сучасних, досить мінливих умовах, якщо на підприємстві не існуватиме системи постійного реагування на зміни навколишнього середовища – системи внутрішнього контролю, орієнтованого на запобігання бізнес-ризикам.

Отже, внутрішній контроль – це процес збереження активів та їх ефективного використання, відстеження та запобігання економічним ризикам для досягнення мети діяльності підприємства. Результативність системи внутрішнього контролю полягає не стільки у переліку порушених законодавчих вимог, а скільки у кваліфікованій оцінці специфічних для певного підприємства системних ризиків, які впливатимуть на досягнення цілей підприємства. Однак це, в свою чергу, не виключає покарання винних та реагування на виявлені порушення [4].

Використання прийомів та методів внутрішнього контролю призводять до викриття відхилень, помилок та недоліків системи управління та дають змогу найефективніше їх виправити. Відсутність системи внутрішнього контролю на підприємстві призведе до переходу контролю у процес спостереження і самоконтролю. Такі дії можуть призвести до появи великої кількості непокритих ризиків, які сприятимуть втраті частини активів підприємства.

Концептуальна модель контролю COSO зумовлює основні поняття системи внутрішнього контролю та її основних компонентів. Сюди відноситься внутрішній контроль як спосіб

досягнення цілі підприємства, дотримання персоналом усіх правил, процедур та складання керівних документів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Головацька С. І., Хаймьонова Н. С. Організаційно-методична модель внутрішнього контролю витрат підприємства / С. І. Головацька, // Економічні науки, 2015. – Вип. 12 (45). Ч. 1. – С. 74–80. – (Сер. «Облік і фінанси»).
2. Гініятов Р. Ризик і контроль. Модель COSO. Інститут внутрішніх аудиторів. URL : <http://www.iaa-ru.ru/.21>
3. Бондаренко Н.М., Шачаніна Ю.К. Організація внутрішньогосподарського контролю використання основних засобів на вітчизняних підприємствах та шляхи його вдосконалення. // Науковий вісник Херсонського державного університету (Серія Економічні науки). Випуск 23. Частина 3. 2017. С. 119-122.
4. Пашкевич М. С., Шишкова Н. Л. Контроль: незалежний, внутрішній, державний: навч. посіб. : Дніпро : НГУ, 2017. 182 с. URL: <http://nmu.org.ua>

УДК 330.4

ШЕВЧЕНКО Лілія

аспірантка,

Хмельницький національний університет,

м. Хмельницький, Україна

Науковий керівник - **ОВЧИННИКОВА Олена,**

канд. економ. наук, доцент,

Хмельницький національний університет,

м. Хмельницький, Україна

ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Фахівці в сфері інвестування визначають три способи прийняття управлінських рішень щодо прямих іноземних інвестицій (ПІІ) на основі:

- - науково обґрунтованого інвестиційного планування, оцінки ефективності, визначення переваг варіантів;
- - стандартних методів і правил дисконтування;
- - інтуїції, досвіду, аналогій, експертних оцінок.

Третій спосіб також передбачає використання економіко-математичних методів (ЕММ) для оцінки в тому числі експертної думки щодо напрямів і можливостей здійснення ПІІ. Як вже зазначалося в попередніх дослідженнях, при виникненні ситуації невизначеності використання точних розрахунків не відображає вплив всіх факторів впливу на інвестиційну привабливість для ПІІ

і необхідно застосовувати моделі, які враховують невизначеність, зокрема, теорію нечіткої логіки [1, с. 222].

Аналіз попередніх досліджень використання ЕММ у прийнятті управлінських рішень в іноземних інвестиційних процесах показує, що найчастіше вивчалися методи оцінки впливу макроекономічних факторів на здійснення та ефективність ПІІ у вигляді кореляційно-регресійного аналізу. Цей метод у 2010 році був застосований до визначення інвестиційного потенціалу окремого регіону. Зокрема Ліпич Л. та Івашко О. у 2010 році було досліджено вплив чинників інвестиційної діяльності та за допомогою ЕММ побудовано модель формування оптимальної інвестиційної програми на територіях пріоритетного розвитку у Волинській області. Романова Т. у 2010 році застосувала регресивно-функціональний аналіз для моделі прогнозування ефективних напрямів зростання інвестиційного потенціалу регіону на прикладі Полтавської області з визначенням основних факторів впливу на інвестиційний потенціал. Ряд інших українських дослідників вивчали застосування економетричних методів вивчення впливу факторів на здійснення ПІІ (Пирог О., 2005; Харламова Г., 2008; Грабовецький Б., Єпіфанова І., 2009; Рубіш І., 2014; Баженов О., 2016; Ванькович Д., Демчишак Н., Луковська Ю., 2018; Бухаріна Л., Чуріканова О., 2020) [2]. Це показує, що основним інструментом оцінки впливу факторів на інвестиційний клімат країни та інвестиційну привабливість регіону чи підприємства є економетричне моделювання.

При вирішенні проблеми прийняття управлінського рішення щодо спрямування інвестиційних чи оцінці привабливості об'єкту інвестування вітчизняними науковцями розробляються також методи дослідження операцій або оптимізації. Кудрицька Н. у 2007 році вперше запропонувала ЕММ нелінійного програмування вибору оптимальних інвестиційних проектів. Яременко О. у 2011 р. розробив процес внесення коректив в організаційно-інвестиційну структуру управління на основі економічного моделювання з метою виявлення проблемних зон підприємства. Скоробогатова Н., Корчак А. у 2017 р. розробили модель багатокритеріального оцінювання інвестиційної привабливості підприємства [3]. При цьому ці методи також застосовуються для дослідження регіонального інвестиційного потенціалу У 2014 році Кононський С. розглянув всі сучасні методи моделювання для формування моделі регіональної інвестиційної політики: імітаційне, математичне, статистичне, економіко-математичне, експертне та ситуаційне. Він дійшов висновку, що подальші дослідження доцільно проводити в напрямку практичного застосування комплексного підходу використання всіх вищезазначених методів.

Методи оцінювання багатомірних даних, зокрема застосування теорії нечітких множин, використовуються порівняно менше. Проте, аналіз досліджень показує, що існують дослідження нечітких баз знань для оцінки інвестиційної привабливості підприємств (Великоіваненко Г., Мамонова К., 2013) [4]; ефективності реалізації інвестиційних проектів в певній галузі (Гарматій Н., 2013); ризиків через оцінку невизначеності у інвестиційному проектуванні (Тенета В., 2016); побудови оптимізації інвестиційного портфеля диверсифікованої групи компаній (Касянчук Т., 2016); інвестиційного потенціалу країни (Лук'яненко О., Мірошніченко І., 2016) [5] та інші дослідження. Наведені приклади показують існування практики наукових досліджень інвестиційної привабливості на всіх рівнях економіки країни – підприємство, інвестиційний проект, галузь, група компаній, країна в цілому. Цей метод дозволяє приймати інвестиційні рішення в умовах неповноти та неоднорідності інформації.

На основі викладеного можна зробити висновок, що метод нечіткої логіки достатньо опрацьований вітчизняними науковцями і має подальший потенціал застосування у оцінці впливу різного роду факторів на інвестиційну привабливість об'єктів інвестування поряд з економетричними методами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Шевченко А. В. Використання методів економіко-математичного моделювання у дослідженні інвестиційних процесів // Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених, м. Кропивницький, 16 квітня 2021 р. РВА ЦНТУ, 2021. С. 220-222.
2. Бухаріна А. М., Чуриканова О. Ю. Аналіз інвестиційної діяльності регіонів. *Вісник Одеського національного університету Серія: Економіка*. 2020. Том 25. Вип. 6 (85). С. 200-207.
3. Скоробогатова Н. Є., Корчак А. О. Моделювання інвестиційної привабливості підприємства на засадах багатокритеріальності. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2017. Вип. 20. С. 117-125.
4. Великоіваненко Г. І., Мамонова К. М. Комплекс економіко-математичних моделей оцінювання інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. *Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці*. 2012. № 1. С. 65-96.
5. 165. Лук'яненко О. Д., Мірошніченко І. В. Комплекс моделей оцінювання інвестиційного потенціалу країни. *Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці*. 2016. № 5. С. 93-122.

УДК: 338.47:005

ШУРПЕНКОВА Руслана,

кандидат економічних наук, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ БЕНЧМАРКІНГУ В ОЦІНЦІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність найбільш ефективно відтворювати власне виробництво та забезпечувати попит кращою та якіснішою продукцією. Питання конкурентоспроможності продукції є досить актуальним, оскільки підприємства, які виробляють товари аналоги, зацікавлені в тому, щоб позиціонувати на ринку на досить високій щаблі та забезпечувати споживача привабливими особливостями та властивостями свого товару, а також його оптимальною ціною із співвідношенням до якості [1, 96-99].

Тому підприємствам потрібно здійснювати оцінку конкурентоспроможності продукції. Одним із методів для оцінки конкурентоспроможності підприємства є метод бенчмаркінгу.

Теоретиками бенчмаркінгу як інструменту аналізу є закордонні вчені, а саме: Т. Бендел, Л. Баультер, П. Гудстадт, Р. Кемп, С. Міллер, Д. Прескотт, Дж. Харрінгтон. Деякі його аспекти розглядають у наукових працях таких вітчизняних вчених : М. Бублика, Н. Габрука, Л. Довганя, М. Касаткіної, Ю. Каракай. М. Лютікової, О. Макарчука, К. Редченко. Разом з тим системне дослідження теоретико - методичних основ методу бенчмаркінгу для оцінки конкурентоспроможності підприємства залишається нагальною проблемою.

На сьогодні не склалося єдиної думки про точний час появи бенчмаркінгу. Його поява, як правило, пояснюється тим, що наприкінці 1950-х років японські експерти регулярно відвідували відомі американські компанії з метою вивчення ідей та методів, товарів та послуг, щоб виявити їх сильні та слабкі сторони. Згодом японці створили подібні, але більш конкурентоспроможні товари і продавали їх на ринку за вигіднішими цінами [2, с. 29].

Бенчмаркінг є альтернативним методом стратегічного планування, використовуючи який завдання розвитку підприємства визначають з урахуванням ідеальних показників досліджених підприємств. Застосування бенчмаркінгу в системі управління підприємством дозволяє систематично знаходити та оцінювати всі переваги найкращого досвіду підприємств -

конкурентів і створювати можливості для їхнього використання на власному підприємстві.

Бенчмаркінг - це порівняльний аналіз різних бізнес-процесів підприємства з аналогічними процесами конкурентів. Важливо розуміти, що даний метод націлений на порівняння не показників діяльності компаній, а самих процесів.

Проведення бенчмаркінгового порівняння необхідно здійснювати за ключовими показниками конкурентоспроможності. При цьому першочерговими для аналізу необхідно вважати рівень якості та відповідності продукції і послуг потребам ринку; результативність методів збуту продукції; ефективність методів просування продукції; ефективність використання виробничого потенціалу; ефективність управління персоналом; продуктивність технології та виробничих процесів; ефективність методів організації виробництва та управління підприємством; рівень інноваційного розвитку підприємства тощо.

Мета бенчмаркінгу - порівняти компанію з «передовим» конкурентом щодо того, якими засобами він досяг конкретних високих показників, після чого скопіювати ці бізнес-процеси для підвищення їх ефективності у досліджуваній компанії.

Основним завданням бенчмаркінгу є розуміння тих методів, які забезпечують підприємству конкурентну перевагу, визначення цілей, наслідування їх (табл. 1).

Бенчмаркінг застосовують не тільки при дослідженнях зовнішнього середовища, тобто при порівнянні з основними конкурентами (бенчмаркінг конкурентів), але і при аналізі ефективності власних підрозділів підприємства в ході аудиту внутрішнього середовища. Крім того, існує функціональний або галузевої бенчмаркінг, в якому порівняння йде тільки з певних функцій або стандартів підприємства з нормативними стандартами, застосовуваними в тій галузі, в якій це підприємство працює.

Коли основні конкуренти на місцевому ринку працюють за схожими бізнес-процесам, не маючи явно виділеного лідера з передовими технологіями, або даного лідера складно ідентифікувати, то можна використовувати порівняння з загальносвітовим лідером – це загальний або еталонний бенчмаркінг.

Таблиця 1

Основні завданнями бенчмаркінгу [3]

№ п/п	Завдання	Конкретизація завдань
1.	Проаналізувати свою діяльність	Компанії, що здійснюють бенчмаркінг, мають оцінити слабкі та сильні сторони існуючих робочих процесів, проаналізувати критично важливі складові затрат, врахувати претензії клієнтів, виділити ділянки діяльності, які мають бути вдосконалені і в яких необхідно зменшити час циклу, віднайти способи зменшити кількість помилок та недоліків
2.	Знайти конкурентів і лідерів галузі	Компанії, що здійснюють бенчмаркінг, мають вияснити, хто є кращим із кращих у певній галузі
3.	Підключити до проведення процесу кращих із кращих	Компанії, що зацікавлені у проведенні бенчмаркінгу, мають учитися у лідерів, визначити точку, в якій вони перебувають і подальший напрям, дізнатися, якими є найкращі методи компаній-лідерів, визначити способи підвищення ефективності і перейняти їх.
4.	Досягти переваги	Компанії, які застосували бенчмаркінг, мають спромогтися досягти результатів, які б стали новими контрольними точками проведення бенчмаркінгу

Залежно від параметрів порівняння виділяють бенчмаркінг показників, процесів, а також стратегічний бенчмаркінг [4, 248].

Бенчмаркінг, як система посилення конкурентоспроможності діяльності підприємства, є тривалим комплексним процесом, тому доцільно виділити етапи процесу бенчмаркінгу.

Планування. Необхідно визначити, стосовно чого і до кого проводити бенчмаркінг. Далі слід спланувати дослідження та провести його, зібравши необхідні дані та інформацію, щоб переглянути найкращий спосіб організації виробничого процесу.

Аналіз. Проводиться дослідження між фактичними та плановими показниками, а також планується майбутній рівень ефективності.

Інтеграція. Необхідно довести результати до відома тих, хто повинен мати дану інформацію, і розробити нові цілі. Важливим моментом є одержання ухвали й у разі потреби перегляду цілей у відношенні ефективності.

Дія. Необхідно вжити заходів, відстежувати прогрес і перевіряти контрольні показники бенчмаркінгу. На цьому рівні впроваджено найкращий підхід та періодично переоцінюється за необхідності. З цією метою необхідно розробити план дій,

впровадити та відстежувати їх, а також перевірити контрольні крапки бенчмаркінгу.

Результати. Можливий варіант досягнення лідерства. Щоб це отримати необхідно дослідити, коли досягається положення лідерства і провести оцінку бенчмаркінгу .

Отже, враховуючи те, що підприємство є динамічною системою та з метою підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємств необхідно здійснювати безперервний бенчмаркінговий процес, що дозволить виявити вразливі та раціональні сторони діяльності підприємства у порівнянні з конкурентами і світовими лідерами в аналогічній сфері діяльності.

Таким чином, бенчмаркінг є надзвичайно корисним інструментом при управлінні стратегічним розвитком вітчизняних підприємств, оскільки він дозволяє переглянути внутрішню ефективність діяльності підприємства та виявити перспективні шляхи його діяльності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Шурпенкова Р.К. Стратегічний аналіз як складова процесу управління підприємством. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Збірник наукових праць / НАН України. Інститут регіональних досліджень. -Львів, 2015.-Вип. 2 (112) - С.96-99.
2. Христенко О. В. Застосування бенчмаркінгу в системі управління підприємством / О. В. Христенко, С. А. Манжос. // Фінансовий простір. – 2018. – №1. – С. 29.
3. Сутність, мета і завдання бенчмаркінгу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://pidru4niki.com/74016/marketing/sutnist_meta_zavdannya_benchmarkingu
4. Шурпенкова Р.К. Бенчмаркінг як метод аналізу. Трансформація податкової та обліково-аналітичної систем в контексті сучасних кризових явищ: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці (Україна, 20 травня 2021 р. – Чернівці: Технодрук, 2021. – С. 248-250.

СЕКЦІЯ 3.
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ В
УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ СУСПІЛЬНИХ
ВІДНОСИН

УДК 657

БЕЗВЕРХИЙ Костянтин,
кандидат економічних наук, доцент,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна
БОНДАР Тетяна,
здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АУДИТУ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ

Актуальність аудиту інтегрованої звітності в сучасних умовах полягає у необхідності розроблення звітів, які будуть орієнтуватися на стратегічні цілі підприємства та управління ним в цілому. Розвиток ринкової економіки вимагає, щоб бізнес-звіти відповідали потребам користувачів у відповідь на той факт, що інтереси і проблеми користувачів постійно змінюються.

Інтегрований звіт містить повну, неупереджену та надійну інформацію про бізнес чи економічну стратегію. Такий звіт відображає показники діяльності й перспективи розвитку компанії, тобто її середовище: економічну, соціальну та інші складові. В сучасних умовах господарювання інтегрований звіт не повністю замінив традиційний фінансовий звіт, який на сьогодні активно використовується, проте інтегрований вже має передумови впровадження в нашій державі та багато країн розробляють такі звіти.

Інтегрований звіт описує стратегічний напрямок розвитку компанії та спосіб управління ресурсами. Цей звіт повинен містити відповіді на такі запитання: 1) короткий огляд інформації про підприємство та його оточення; 2) менеджмент, лідерство, можливості і ризики; 3) стратегія й розподіл ресурсів; 4) бізнес-модель; 5) активність; 6) майбутні перспективи.

Метою аудиту інтегрованого звіту є надання аудиторам можливості оцінити, чи складений інтегрований звіт у всіх суттєвих аспектах та чи відповідає встановленим стандартам, а його достовірність – діючому законодавству. Джерелом інформації для аудитора можуть бути інтегровані звіти, які ґрунтуються на

принципах, що викладені у Міжнародній основі інтегрованої звітності [2]. Міжнародною основою інтегрованої звітності визначаються методологічні засади такої звітності, що включають наступні принципи: 1) стратегічні пріоритети та майбутнє позиціонування; 2) зв'язаність інформації; 3) взаємодія із зацікавленими користувачами; 4) суттєвість; 5) стислість; 6) надійність і цілісність; 7) сталість і порівнянність [2].

Для інтегрованого звіту передбачено чотири рівні перевірки: а) внутрішній контроль; б) залучення зацікавлених сторін через діалог та публічні консультації; в) внутрішня ревізія; г) зовнішній аудит незалежною аудиторською фірмою [1]. Поширеними стандартами аудиторського підтвердження інтегрованої звітності є AA1000 «Стандарт з надання впевненості» [3] та МСЗНВ 3000 «Завдання з надання впевненості, інші ніж аудит чи огляд історичної фінансової інформації» [4].

На етапі планування інтегрованого аудиту звітності необхідно розробити загальну стратегію і план аудиту інтегрованої звітності, визначити тривалість та обсяг аудиторських процедур. На другому етапі аудиту інтегрованого звіту проводиться поглиблена оцінка систем бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю. Після цього проводиться фактична перевірка активів компанії й документальна перевірка бухгалтерських книг і консолідованої фінансової звітності.

Одним із найважливіших етапів у процесі аудиту інтегрованого звіту є етап оцінювання, під час якого аудитор повинен отримати якомога більше інформації про предмет дослідження, щоб проаналізувати та оцінити його, на основі чого сформулювати обґрунтовану думку й висновок про достовірність звіту. Якщо аудитор виявляє можливі неправдиві звіти та факти, то він повинен дослідити вплив на це і застосувати певні додаткові процедури контролю. Заключним етапом аудиторської перевірки є підготовка звіту про проведену перевірку та аудиторського висновку про достовірність перевіреного інтегрованого звіту.

Під час аудиту таких звітів рекомендовано використання максимального розміру вибірки, необхідного для формування думки про достовірність ведення діяльності та впровадження бізнес-моделей [5]. Рекомендується використання модифікованих аудиторських процедур для визначення правильності опису форми нематеріального капіталу та перевірки адекватності основи аналізу при визначенні майбутніх перспектив діяльності суб'єкта господарювання. Тому для отримання достовірної вичерпної інформації інтегрований звіт має право на існування та розвиток у нашій країні.

Вважаємо, в умовах інтенсифікації євроінтеграційних процесів

в Україні важливо продовжувати впровадження інтегрованої звітності, що сприятиме отриманню повної і достовірної інформації всіма стейкхолдерами. Тож і методологія, яка застосовується для аудиту інтегрованої звітності має забезпечити прозорість фінансової та нефінансової інформації підприємств. У майбутньому це буде сприяти розвитку подання інформації у розрізі фінансового, виробничого, інтелектуального, людського, соціального та природного капіталу, що певним чином відрізняється від традиційної фінансової чи іншої звітності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Аудит інтегрованої звітності: аудит фінансової звітності доповнюється аудиторською перевіркою звіту про управління URL: <https://cutt.ly/1MvFYdk> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
2. The International <IR> Framework URL: <https://cutt.ly/UMvFZEP> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
3. AA1000 AccountAbility Principles Standard. URL: <https://cutt.ly/jMvFPf7> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
4. International Auditing and Assurance Standards Board. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements. 2016–2107 Edition Volume II, p.157-256 URL: <https://cutt.ly/dMvFJHm> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
5. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements. Edition, 2014. 985 p.

УДК 65:004.9

BEZLUDA Yuriy

*student of the 2nd year of the Master's degree
"European Business School",*

International European University, Kyiv, Ukraine

*Research supervisor: **РЕМУНА Yuliya**, PhD in Economics, Assoc.Prof.,
Acting Director of the European Business School,
International European University, Kyiv, Ukraine*

THEORETICAL APPROACH TO THE FORMATION OF THE INFORMATION ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE

In our time, individual knowledge, that is, information is becoming the primary productive force and the most valuable wealth of modern society. A huge amount of information constantly circulates in society, which affects people's consciousness, and behavior, and determines their worldview. Information drives social development. Information plays a huge role in the development of society, which is convincingly confirmed by historical experience and a large number of scientific

approaches and works. There are many definitions of the term "information", they are complex and contradictory.

It was determined that in economic cybernetics, the concept of information is defined as "the main concept of cybernetics. Accordingly, economic information is the main concept of economic cybernetics. The information will be considered all the information, knowledge, and messages that help to solve a certain task. Each economic phenomenon, object, or fact has an infinite variety of properties and features. Therefore, you can create infinitely long messages about them. But then no computer technology can handle the information processing. Information theory forms the rules for selecting necessary data and determines the real need for them" [3, p. 151-152].

It was established that according to R.Emerson, information is the accumulated thoughts and experiences of many people [2]; it is information about anything that is the object of collection, storage, processing, as well as the exchange of information between people, a person and an automaton, and an automaton and an automaton [4].

It was found that the Ukrainian legislation in the Law of Ukraine "On Information" understands documented or publicly announced information about events and phenomena occurring in society, the state, and the natural environment [1].

From the point of view of entrepreneurial activity, the author determined that information is a collection of data that helps to make a management decision. Information is more valuable, the more responsible the decision that will be made on the basis of this information. Thus, the same data can have different values, therefore, different values in different situations, at different times, and for different consumers (individuals or legal entities). Such a feature enables the business to receive very large profits, which makes it particularly attractive.

The author summarized that information enables any enterprise [5]:

- to determine the strategic, tactical, and operational goals and objectives of the organization;
- to monitor the current state of the organization, its divisions, and their processes;
- to make reasonable and timely decisions; coordinate the actions of units in achieving goals.

The author also revealed that modern concepts of managing information activities at enterprises widely apply the ideas of information management to build models of the information environment of the enterprise, which reflect the relationships between information flows, and the introduction of computer technologies

allows the application of business process management, which is information management on the basis of computer technology and the main purpose of which is to provide activities for the performance of economic tasks with the necessary information of the appropriate type, volume, and quality, at the appropriate time and in the appropriate place [6]. In other words, the organization and application of information support systems for production and economic processes at the enterprise form the basis of the information platform of the enterprise, which should be based on the principles of a system approach and cover all types of activities related to the planning and management of processes aimed at providing the enterprise with relevant information.

Summarizing, the author summarized that the concept of "information" will have the following characteristic features for the economic activity of enterprises:

- this is not just any information, it carries something new, which reduces the existing uncertainty;
- information exists outside its creator, it is knowledge alienated from its creator;
- knowledge is a reflection of reality in human thinking;
- information has become a message because it is expressed in a certain language in the form of signs;
- a message is a form of information transmission;
- the message is available for reproduction without the participation of the author;
- information is transmitted to public communication channels.

Thus, it was concluded that information is the basis for making any managerial, commercial or scientific, and technical decision. The analysis of the features of the information environment is extremely promising and difficult to perceive and analyze from the point of view of traditional economic laws and regularities.

REFERENCES:

1. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII: вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
2. Управлінське документознавство: вебсайт. URL: <https://documentoved.at.ua/publ/>
3. Матвієнко О., Цивін М. Основи організації електронного документообігу: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2008, 112 с.
4. Essentials of Management Information Systems. URL: <https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/chapter02.pdf>.
5. Enterprise Information Systems. URL: <https://nscpolteksby.ac.id/ebook/files/Ebook/Computer%20Engineering/Information%20Technology%20for%20Management%208th%20edition%20%282011%29/13.%20Chapter%2010%20-%20Enterprise%20Information%20Systems.pdf>

УДК 336.225.3

БОНДАР Анастасія,
здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
ВОЗНА Анастасія
здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державний торговельно-економічний університет,
м. Вінниця, Україна
ДАЦЕНКО Ганна,
доктор економічних наук, доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державний торговельно-економічний університет,
м. Вінниця, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РАХУНКОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ

В умовах сучасної України постало питання удосконалення системи державного фінансового контролю, що дасть змогу ефективніше розподіляти бюджетні кошти та збільшити їх надходження за допомогою об'єктивного та незалежного контролю. Задля цього було створено незалежний орган, що забезпечує бюджетний процес та самостійно здійснює діяльність на користь держави – Рахункову палату України.

Дослідження ролі Рахункової палати як органу влади, її сутності та функцій було присвячено небагато праць наших українських вчених, наприклад: Шохін С. О., Бутинець Т.А., Кучерявенко М. П., Дмитренко Е. С., Стефанюк І. В. та інші.

Згідно Закону України «Про Рахункову палату України» від 02.07.2015, Рахункова палата України – державний орган фінансово-економічного контролю, що здійснює фінансовий аудит та аудит ефективності щодо будь-яких надходжень та видатків, згідно з повноваженнями, які закріплені у Конституції та зовнішній контроль державних коштів. За допомогою проведення фінансового аудиту, аудиту ефективності, експертизи, аналізу та інших контрольних заходів, Рахункова палата здійснює державний зовнішній фінансовий контроль.

Також потрібно відзначити, що Рахункова палата застосовує у своїй діяльності основні принципи діяльності Міжнародної організації вищих органів фінансового контролю (INTOSAI), Європейської організації вищих органів фінансового контролю (EUROSAI) та Міжнародні стандарти вищих органів фінансового контролю (ISSAI) в частині, що не суперечить Конституції та законам України [1].

Проаналізуємо результативність діяльності Рахункової палати України за кількістю об'єктів, які були перевірені, кількості проведених контрольно-аналітичних та експертних заходів та кількості перевірок використання бюджетних коштів за 2017-2021 роки:

Таблиця 1

Показники діяльності Рахункової палати України за 2017-2021 рр.

Показники	2017	2018	2019	2020	2021
Кількість перевірених об'єктів, од.	635	598	602	285	490
Затверджено звітів, од.	95	91	77	48	63
Виявлення порушень на загальну суму, млрд грн	23,3	17,4	38,8	26,3	179,9

Аналізуючи таблицю, потрібно зазначити, що динаміка показників не є стабільною. В свою чергу, питома вага виявлених порушень у кількості перевірених об'єктів є найбільшою у 2021 році – 36%, що пов'язано з пандемією COVID-19. У 2020 році питома вага становила 9%, навіть при найменшій кількості перевірених об'єктів, Рахункова палата звертала увагу на більш проблемні об'єкти. У 2019 році питома вага становить 6%, у 2018 році – 2%, що є мінімальним значенням за досліджуваній період, у 2017 році маємо 3%. Також потрібно відзначити позитивну динаміку ефективності роботи Рахункової палати, що дозволяє виявити більше порушень та збільшити надходження до бюджету.

Отже, враховуючи вищесказане, можна зробити висновки, що за роки діяльності Рахункової палати України було накопичено позитивний досвід у сфері проведення контрольно-ревізійних заходів, що дозволить більш ефективно розподіляти бюджетні та загальнодержавні позабюджетні кошти та збільшити результативність проведення здійснюваних контрольних заходів. Але потрібно відзначити про необхідність закріплення у законодавстві Рахункової палати України у переліку органів державного фінансового контролю за спеціальним законодавством.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Закон України про Рахункову палату // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 36, ст.360 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/576-19#Text> (дата звернення 12.11.2022)
2. Звіт Рахункової палати за 2017 рік URL: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Reports/Zvit_RP_2017.pdf (дата звернення 12.11.2022)
3. Звіт Рахункової палати за 2018 рік URL: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Reports/2018/ZVIT_RP_2018.pdf (дата звернення 12.11.2022)
4. Звіт Рахункової палати за 2019 рік URL: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Reports/2019/ZVIT_RP_2019.pdf (дата звернення 12.11.2022)

5. Звіт Рахункової палати за 2020 рік URL: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Reports/2020/ZVIT_RP_2020.pdf (дата звернення 12.11.2022)
6. Звіт Рахункової палати за 2021 рік URL: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Reports/2021/ZVIT_RP_2021.pdf (дата звернення 12.11.2022)

УДК 657.6

ГАВРИЛЮК Вікторія,
*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*
Науковий керівник: **МІЩЕНКО Тетяна,**
*к.е.н., доцент,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

ПРОБЛЕМИ УДОСКНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ

У сучасних умовах становлення ринкових відносин в Україні, значною мірою спостерігається поширення корупції та прояви шахрайства у державному секторі економіки, об'єктивно виникає необхідність забезпечувати ефективність дієвого державного фінансового контролю, що сприяє законності та раціональності використання коштів та майна, що належать державі.

З метою вдосконалення чинної системи державного фінансового контролю прийнято низку нормативних документів та введено в дію нове поняття «внутрішній контроль».

Внутрішній контроль – це комплекс заходів, що застосовуються керівником для забезпечення дотримання законності та ефективності використання бюджетних коштів, досягнення результатів відповідно до встановленої мети, завдань, планів і вимог щодо діяльності бюджетної установи та її підвідомчих установ [1].

Актуальність процесів реформування системи внутрішнього фінансового контролю держави є обов'язковим компонентом підвищення ефективності державного апарату, що гарантує чітку та системну роботу органів державної влади у бюджетному процесі, що не робиться в умовах формування внутрішнього контролю та якості проведення внутрішнього аудиту.

Наразі вітчизняні реалії свідчать про тенденції щодо зростання кількості та обсягів порушень законодавства у використанні фінансових та матеріальних ресурсів, водночас відчутним є брак відповідальності державних службовців в органах публічної влади щодо законного, ефективного та результативного використання державної власності. Наслідком такої ситуації є зниження довіри

громадян та зарубіжної спільноти до держави, погіршення умови розвитку бізнесу, інвестиційного клімату. Спроби вирішення вказаних проблем шляхом традиційного провадження внутрішнього контролю, який передбачає лише порівняння фактичних результатів зі встановленими вимогами, правилами, показниками, прийняття коригуючих заходів та звичайні перевірки арифметичних показників є малоефективними тому повинні відійти у минуле. У державних установах повинен бути організований та реалізований внутрішній контроль управлінської підзвітності (відповідальності), за якого керівництво (вищого, середнього, операційного рівнів) несло б відповідальність не тільки за належний рівень фінансово-бюджетної дисципліни, а також за досягнення визначених цілей відповідно до виділеного бюджету та наявних ресурсів [2].

Основним завданням організації сучасної системи внутрішнього контролю є заміна старої практики та фокусування уваги на визначених для бюджетної установи цілях, виділених ресурсах та їх ефективному та результативному використанні. Виконання зазначених завдань можливе лише за умови впровадження в діяльність бюджетних установ фінансового управління і контролю та посилення управлінської підзвітності [3].

Зарубіжні та вітчизняні науковці і практики Манфред ван Кестерен, Ян ван Тайнен, Р.М. Рудніцька, С.П. Чорнуцький, Д.А. Сидоренко підкреслюють, що фінансове управління і контроль (далі – ФУК) є одним із трьох стовпів Європейської концепції державного внутрішнього фінансового контролю. ФУК розуміється як система, що забезпечує планування, використання та контроль за фінансовими ресурсами з метою ефективного та результативного досягнення поставлених перед установою цілей [4].

Процес ФУК є безперервним та стосується керівників усіх рівнів та працівників установи, а заходи ФУК, що діють в установі повинні в першу чергу забезпечити керівнику достатні гарантії того, що установа досягне поставлених цілей, її діяльність буде ефективною і результативною, у відповідному правовому полі, а звіти (фінансові та не фінансові, внутрішні та зовнішні) міститимуть надійну інформацію. При цьому, керівництво має бути підзвітне про досягнуті результати і використаний бюджет та інші ресурси. Таким чином управлінська відповідальність щодо економічного, ефективного, результативного та законного витрачання ресурсів є ключовим принципом ФУК. Без управлінської відповідальності неможливо досягти результатів удосконалення системи ФУК, і навпаки, без належної системи ФУК не можливо забезпечити систему управлінської підзвітності щодо

досягнення цілей у економний, ефективний, результативний та законний способи [4].

Важливим етапом впровадження системи ФУК посилення управлінської відповідальності в установах є підготовка чіткого графіка заходів з конкретними пріоритетами для оцінки всередині установи. Цей етап є найбільш складним, оскільки пов'язаний зі складністю системи внутрішнього контролю та її впливом на повсякденну роботу установи, здійснення операцій та процесів, що потребує довгострокових змін та необхідних ресурсів. Тому послідовність впровадження системи ФУК та посилення управлінської відповідальності на оперативному рівні вимагають подальших наукових досліджень.

Вирішення проблем, пов'язаних із функціонуванням системи внутрішнього контролю, можливе лише шляхом впровадження нових сучасних підходів до її організації, переосмислення контролю не стільки як засобу економії ресурсів бюджетної установи, скільки як інструменту управління цими ресурсами, зниження різних ризиків незаконного та неефективного використання.

Водночас ефективних змін у системі внутрішнього контролю не можна досягти лише за рахунок правових норм, нормативних документів та інструкцій. Тому першим кроком у цьому тривалому процесі має стати кампанія щодо підвищення розуміння вищим керівництвом місця та ролі системи внутрішнього контролю у належному управлінні державними ресурсами, усвідомленні можливості досягнення позитивних змін лише через їх реформування з використанням міжнародної практики служб внутрішнього контролю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Внутрішній контроль // Термінологічний словник з питань запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму, фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та корупції / А. Г. Чубенко, М. В. Лошицький, Д. М. Павлов, С. С. Бичкова, О. С. Юнін. Київ : Ваіте, 2018. С. 172;
2. Міщенко Т. М. Удосконалення внутрішнього контролю бюджетної установи. Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління». 2017. Том 28(67). № 1. С. 129-134.
3. Практичний посібник з питань стандартів внутрішнього контролю в державних установах України. Київ.: «Європейський інститут державного управління та аудиту». 2018. 56 с.
4. Практичні вказівки щодо впровадження фінансового управління і контролю та посилення управлінської підзвітності (відповідальності) в органах державної влади України. / Ян ван Тайнен, Рудніцька Р. М., Манфред ван Кестерен,
5. Чорнуцький С. П., Сидоренко Д. А. Посібник для керівників установ та державних внутрішніх аудиторів. Київ.: «Європейський інститут державного управління та аудиту». 2019. 56 с.

УДК 336

ДОБРИНІНА Людмила

*кандидат економічних наук. ст. викладач,
Одеський національний економічний університет,
м. Одеса, Україна*

ГАВРИЛЮК Юрій

*здобувач визої освіти
Одеський національний економічний університет,
м. Одеса, Україна*

МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ ОБЛІКОВОЇ СТАВКИ В УМОВАХ ІНФЛЯЦІЙНОГО ТАРГЕТУВАННЯ

Основою прийняття рішень щодо грошово-кредитного регулювання з боку центрального банку зазвичай є «монетарні правила» – отримані в результаті аналізу масиву емпіричних показників розвитку економіки тотожності, виконання яких вважається неодмінною умовою досягнення орієнтирів монетарної політики. Найбільш популярними правилами є: правило Фрідмана (відоме також як «к-рівняння»), правило МакКалума, правило Тейлора та правило Болла. Методологія побудови кожного з них оригінальна, але всі вони спрямовані на створення умов для реального економічного зростання[1].

В 1993 р. Джон Тейлор запропонував власний принцип визначення оптимального рівня облікової ставки, відповідно до якого підвищення ставки має не тільки компенсувати інфляційні очікування, але і враховувати динаміку виробництва в країні:

$$r = p + 0,5y + 0,5(p - 2) + 2 \quad (1)$$

де r – ставка федеральних фондів;

p – рівень інфляції за останні 4 квартали;

y – процент відхилення приросту ВВП від тренду.

В якості показника рівня інфляції автор пропонував використовувати зміну дефлятора ВВП. Згідно з розрахунками Дж. Тейлора, за умови збереження інфляції на рівні 2 %, збільшення ФРС ставки федеральних фондів до 4 % сприятиме досягненню цільового обсягу реального виробництва в країні. За припущенням автора цього правила, у довгостроковій перспективі процентна ставка буде удвічі меншою, тобто складе 2 %[2,3]. Здійснивши математичне перетворення, пов'язане з диференціюванням, отримаємо універсальний запис цього рівняння:

$$dr_1 = dr_0 + 0,5(i_f - i_p) + 0,5y_0 \quad (2)$$

де dr_1, dr_0 – облікова ставка майбутнього та базисного років;

i_f – фактична інфляція базисного року;

i_p – очікувана інфляція базисного року;
 y_0 – відхилення приросту реального ВВП базисного року від тренду:

$$y_0 = \frac{Y - Y^*}{Y^*} \times 100\% - 100\% \quad (3)$$

де Y – приріст реального ВВП базисного року;
 Y^* – очікуваний приріст реального ВВП (тренд).

Для знаходження тренду ВВП більшість дослідників використовують фільтр Ходрика-Прескота – метод згладжування часового ряду, що використовується для виділення довготривалих тенденцій часового ряду. Фільтр являє собою двосторонній лінійний фільтр, який розраховує згладжений ряд S часового ряду Y шляхом мінімізації розсіювання елементів ряду S навколо Y при умові мінімуму суми елементів двічі диференційованого ряду $S[6]$.

Тобто ми маємо мінімізувати наступну функцію:

$$F(S) = \sum_{t=1}^T (Y_t - S_t)^2 + \lambda \cdot \sum_{t=2}^{T-1} ((S_{t+1} - S_t) - (S_t - S_{t-1}))^2 \rightarrow \min$$

Параметр λ керує мірою гладкості ряду S . Чим більше значення λ , тим більш гладким виходить ряд S . При $\lambda \rightarrow \infty$ ряд S стає лінійним трендом, при $\lambda = 0$ ряд S співпадає з початковим рядом S . Для знаходження значення параметру λ використовують формулу (4):

$$\lambda = \left(\frac{Frequency}{4} \right)^{power} \cdot 1600 \quad (4)$$

$power = 1$ – параметр ряду розподілу;
 $Frequency$ – кількість періодів в році.

Так як статистичні звіти по ВВП подаються раз на квартал, $Frequency = 4$. Підставивши відповідні значення в формулу (4) отримаємо $\lambda = 1600$.

Використовуючи фільтр Ходрика-Прескота отримаємо значення тренду ВВП за період від 1 кварталу 2017 року по 3 квартал 2022 року, побудуємо таблицю відобразимо їх на рисунку 1, маємо:

**ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ, ФІНАНСІВ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ
В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА СУСПІЛЬСТВА:**

Міжнародна науково-практична конференція, 30 листопада 2022 року

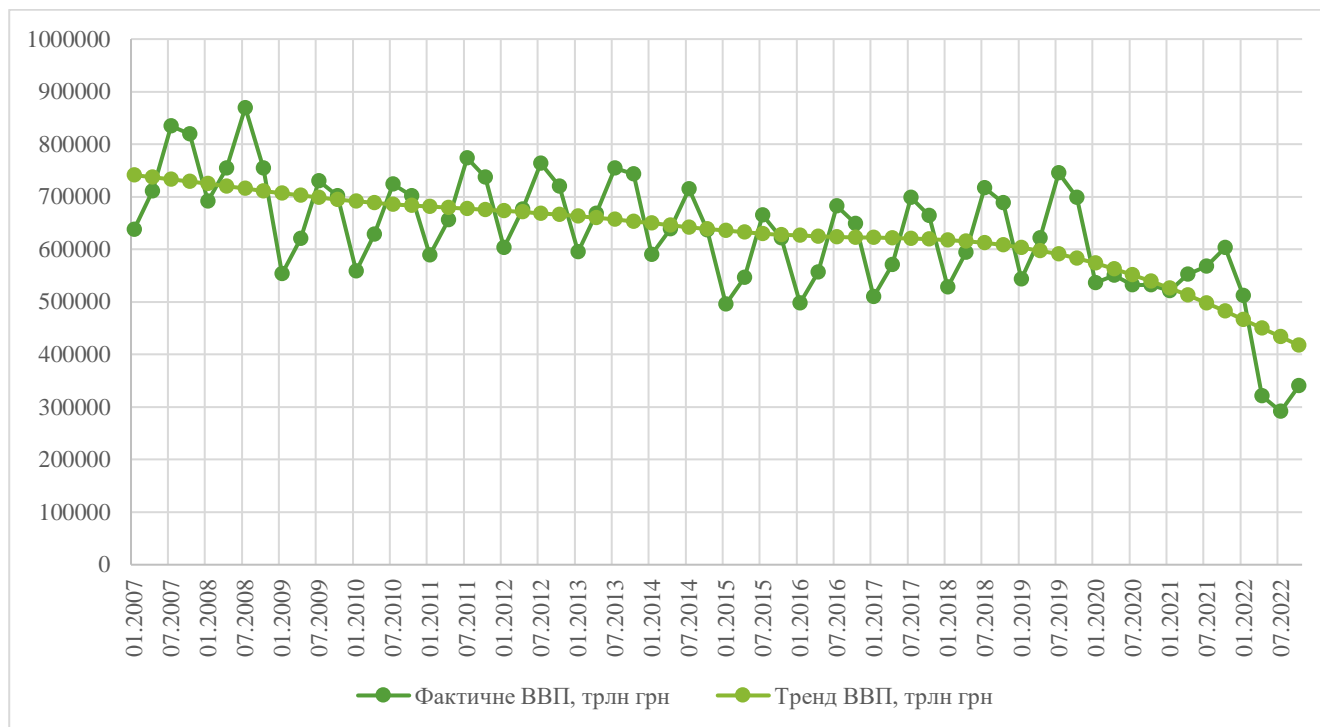


Рис. 1 Фактичне значення ВВП, трлн грн та відповідні значення тренду ВВП за період від 1 кварталу 2017 року по 3 квартал 2022

Складено на основі[4,5,7]

Таким чином, для отримання оптимального значення облікової ставки на наступний рік, досить спрогнозувати лише тенденції інфляційної динаміки та реального випуску, не вдаючись до складних досліджень грошового ринку (що передбачає, зокрема, монетарне правило МакКаллума). Використовуючи отриману формулу (2), обчислимо теоретичний рівень облікової ставки НБУ і порівняємо її з фактичним значенням (рис. 2).



Рис. 2 Теоретичний рівень облікової ставки і її фактичне значення[7]

Як ми можемо спостерігати після фактичного запровадження інфляційного таргетування фактичний рівень облікової ставки співпадає з теоретичними значеннями ($R^2 = 0,84$), що може свідчити про обґрунтований підхід НБУ щодо рішень з визначення облікової ставки та досить сильному впливу трансмісійного механізму на загальний рівень інфляції та розвитку економіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Bernanke, B. S., & Mihov, I. (1998). Measuring monetary policy. The quarterly journal of economics, 113(3), 869-902.
2. De Jong, R. M., & Sakarya, N. (2016). The econometrics of the Hodrick-Prescott filter. Review of Economics and Statistics, 98(2), 310-317.
3. Orphanides, Athanasios. "Taylor rules." Monetary economics. Palgrave Macmillan, London, 2010. 362-369.
4. Жердецька, Л. В. (2021). КООРДИНАЦІЯ МОНЕТАРНОЇ ТА МАКРОПРУДЕНЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19. Економіка, фінанси, банківська справа та освіта: актуальні питання розвитку, досягнення та інновації, 21.
5. Жердецька, Л. В., & Ткач, В. С. (2021). БАНКІВСЬКА СИСТЕМА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ: ТЕОРІЯ ТА ЕМПІРИЧНИЙ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК. НАУКОВИЙ ВІСНИК, 33.
6. Лагута, Д. (2021). Розрахунок розриву випуску України за допомогою структурної векторної авторегресії.
7. Макроекономічні показники. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/macro-indicators> (дата звернення: 17.11.2022).

УДК 330.3

КІЧУРЧАК Маріанна,
*доктор економічних наук, професор,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна*

ОЦІНКА РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ІНФОРМАЦІЯ ТА КОМУНІКАЦІЯ В КРАЇНАХ ЄС: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПОСТ-ВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В УКРАЇНІ

Оцінка розвитку сектору інформації та комунікації (СІК) в системі креативних індустрій в країнах ЄС є важливою з погляду євроінтеграції, пост-воєнної структурної модернізації та підвищення ефективності економіки України. З огляду на це доцільно визначити особливості формування цього сектору у країнах ЄС з використанням інструментарію регресійно-кореляційного аналізу. Вивчення цього досвіду сприятиме розробленню низки рекомендацій з активізації розвитку СІК в

економіці України в умовах післявоєнної відбудови креативних індустрій.

Формування теоретико-методологічних і науково-прикладних засад функціонування СІК в системі креативної економіки має дискусійний характер. Еволюція економічних поглядів на концепт креативні індустрії залежала від наявних соціально-економічних умов розвитку суспільства, характеру вбудованості культурно-творчої діяльності в систему економічних відносин та організації виробничих процесів [1, с. 258]. Встановлено, що розвиток СІК дає змогу поліпшити взаємодію держави, фірм і домогосподарств у сфері виробництва суспільних благ через надання інформаційних послуг, розроблення програмного забезпечення, активізацію використання споживачами і виробниками СБ комп'ютерної техніки та технологій [2, с. 10].

Для визначення чинників, які впливають на зміну випуску продукції СІК в країнах ЄС, застосуємо інструментарій багатофакторного регресивно-кореляційного аналізу (табл. 1). Залежною змінною є Y – випуск продукції СІК, % до ВВП, незалежними змінними будуть: X_1 – валова додана вартість (ВДВ) інформації та комунікацій, % загального обсягу; X_2 – видатки на безробіття, млн євро; X_3 – валовий внутрішній продукт, євро/особа; X_4 – загальні видатки на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), євро/особа. Оцінка основних параметрів рівняння показала, що воно є адекватним за критерієм Фішера та t -тестом Ст'юдента, у ньому відсутня автокореляція першого порядку за критерієм Дарбіна-Уотсона.

Згідно з результатами регресійно-кореляційного аналізу розвиток СІК (табл. 1), посилення його впливу на формування креативних індустрій у країнах ЄС передбачає орієнтацію на виробництво продукції з високим вмістом доданої вартості, перехід на траєкторію економічного зростання, активізацію видатків на НДДКР. Для України зростання частки СІК у виробництві продукції в умовах пост-воєнної відбудови спричинюватиме посилення позицій креативних індустрій в національній економіці за умови досягнення макроекономічної стабільності та збільшення обсягів фінансування НДДКР [4, с. 126]. В умовах пандемії Covid-19 розвиток СІК в системі креативної економіки країн ЄС та Україні демонстрував позитивні тенденції.

Таблиця 1

**Багатофакторна регресивна функція та результати
регресивно-кореляційного аналізу**

Види змінних	Коефіцієнти	Стандартна похибка*	t-статистика	Інтервал довіри, 95%		DW, 99%
				Нижня межа	Верхня межа	
Y-перетин	-2,104	0,214	-9,854	-2,523	-1,686	1,767
змінна X ₁	1,259	0,042	30,318	1,178	1,341	d _L =1,633
змінна X ₂	0,000013	0,000006	2,389	0,000002	0,000024	d _U =1,715
змінна X ₃	0,000039	0,000006	6,865	0,000028	0,000049	
змінна X ₄	-0,0008	0,0002	-3,738	-0,001287	-0,000040	
Регресивна статистика			Дисперсійний аналіз			
R	0,883		df	SS	MS	F
R ²	0,780	Регресія	4	1488,15	372,04	304,455
Нормалізований R ²	0,778	Залишок	343	419,14	1,22	
Стандартна похибка**	1,105	Всього	347	1907,29		

* – для коефіцієнтів рівняння; ** – для регресивного рівняння.

Джерело: Обчислено на основі [3].

Отже, через війну можна очікувати погіршення позицій СІК і креативних індустрій в економіці України через “відтік мізків і талантів”, зниження попиту на продукцію, ускладнення системи логістики та комунікацій, скорочення інвестування. З огляду на організацію діяльності у комп’ютерному програмуванні, консультуванні та інформаційних послугах, основою якої є дистанційна зайнятість, доступ до мережі Internet і використання сервісів для роботи на спільними проектами, то війна ймовірно матиме слабший вплив на його головні соціально-економічні показники, він і надалі буде забезпечувати структурні зміни у креативному секторі України, орієнтовані на збільшення випуску продукції з вищим вмістом доданої вартості.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Кічурчак М. Чинники еволюції та коеволюції культурних і креативних індустрій в економічній теорії. *Історія народного господарства та економічної думки України*. 2021. Вип. 54. С. 242–263.
2. Кічурчак М. Теоретико-методологічні засади впливу сектору інформаційно-комунікаційних технологій на відтворення суспільних благ у національній економіці. *Економічний простір*. 2021. № 175. С. 7–12.
3. Eurostat: official web-site. URL: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=educ_uae_enrt01&lang=en.

4. Кічурчак М.В. Структурні зміни у секторі інформації та комунікації в системі креативної економіки країн ЄС: досвід для України. *Економіка і прогнозування*. 2022. № 3. С. 115–130.

UDC 338.24

KASKOVA Iryna,

fourth year Bachelor's student

Donetsk National University named after Vasyl Stus,

Vinnytsia, Ukraine

Scientific supervisor:- Eugen IONIN., Doctor of Economics, professor,

Donetsk National University named after Vasyl Stus,

Vinnytsia, Ukraine

ANALYSIS OF FINANCIAL STABILITY OF LCC «AGROCENTER K»

In today's conditions, the issue of ensuring the ability of business entities to work effectively is extremely important for Ukraine. The economic component of this issue depends on a number of indicators of the financial state, among which their financial stability should be singled out.

The concept of financial stability is one of the main components of the overall stability of the enterprise. It is characterized by the state of financial resources, in which the enterprise can freely maneuver its own funds.

The financial condition is characterized by a number of indicators that reflect the placement, availability and use of financial resources [1].

The purpose of this analysis is to establish and evaluate the financial condition of the enterprise in modern conditions.

To determine the financial stability of the enterprise, two main approaches are necessary: ratio analysis and determination of the type of financial stability.

Given that the production potential provides an opportunity to reveal the ability to generate future economic benefits, it is therefore advisable to additionally analyze the production potential based on the indicator system (table 1).

The conducted analysis shows us that part of the working capital in the production area had a tendency to grow, which in turn had a significant impact on the company's activities as a whole. The coefficient of depreciation of fixed assets shows how much the fixed assets are depreciated, the coefficient fluctuates slightly – 20,5 - 23%,

but remains within the norms, which positively affects the financial stability of the enterprise.

Table 1

Production potential of LCC «Agrocenter K»

Indicators	2018	2019	2020	2021
The share of circulating production assets	0,122	0,128	0,159	0,227
The share of fixed assets in assets	0,307	0,315	0,326	0,346
Depreciation rate of fixed assets	0,225	0,230	0,229	0,205
Rate of renewal of fixed assets	0,773	0,768	0,769	0,793
The share of current production assets	0,077	0,081	0,100	0,149
The share of working capital in working capital	0,122	0,128	0,159	0,227
Asset mobility ratio	1,716	1,754	1,686	1,753
Own current assets, thousand of UAH	195753	187277	157458	228803
Reserves, thousand of UAH	66423	103513	74564	93835

Source: developed based on [4]

The financial stability of the enterprise is also affected by turnover: assets, equity. The analysis of turnover of commercial receivables deserves special attention, which indicates the speed of receiving payment from buyers, which definitely affects financial stability (table 2).

Table 2

Turnover coefficients LCC «Agrocenter K», turnovers

Indicators	2018	2019	2020	2021
Asset turnover ratio	4,263	6,185	6,977	7,800
Inventory turnover ratio	2,687	1,935	3,043	2,649
Accounts receivable turnover ratio	9,026	6,483	7,010	9,881
Equity turnover ratio	0,946	3,666	0,850	1,063

Source: developed based on [4]

The above ratios give us information about the company's ability to settle with creditors at the expense of debtors. At the same time, the recommended value of the indicator is one, so the company has enough funds from creditors for the probable repayment of receivables.

At the enterprise, the duration of turnover of receivables fluctuates within 37 days, which is a high indicator. The turnover ratio of receivables has increased, which indicates the improvement of the company's clients' payments for their obligations. Taking into account that equity belongs to long-term capital, its turnover in 2021 was one year.

The logical continuation of this is the analysis of the main indicators of solvency based on the system of financial ratios, in comparison with their recommended values.

The financial stability of the enterprise is associated with prospective solvency, and the analysis of solvency gives us the opportunity to determine the financial capabilities of the enterprise itself (table 3).

Table 3

Dynamics of liquidity (solvency) LLC «Agrocenter K»

Indicators	2018	2019	2020	2021
Current liquidity ratio	3,557	3,795	3,428	2,849
Quick liquidity ratio	3,097	3,193	2,790	2,492
Absolute liquidity ratio	0,008	0,007	0,003	0,001
The ratio of short-term receivables and credit debt	3,751	5,045	3,632	3,095

Source: developed based on [4]

The company's liquidity is characterized by its ability to actively sell assets and receive funds to pay its own liabilities.

During the analyzed period, the overall situation with absolute liquidity worsened. The ratio of current liquidity decreased by 63,94%, in relation to the ratio of quick liquidity, it decreased by 64,04%. Absolute liquidity ratio decreased by 0,007. Since the coefficients have decreased, this indicates a reduced ability to liquidate short-term debt.

According to the calculations described above, the company LLC «Agrocenter K» has absolute financial stability, which is very rare in practice, which is characterized by a fairly high solvency, at the same time, it does not depend on loans.

Having analyzed the financial and production activities of the enterprise, we can offer recommendations:

- increase in the total volume of provided services;
- cost reduction;
- attraction of new customers;
- use of the «spontaneous financing» method.

The main emphasis of the company's management should be on measures to prevent overdue payables. This subsequently leads to fines and deterioration of the company's financial position.

Thus, it is advisable to supplement the basic toolkit of financial stability analysis with a system of indicators of production potential, turnover and solvency. This makes it possible to analyze the influence of these factors on the formation of the enterprise's independence from external sources.

REFERENCES:

1. Tkachenko O.S. Distribution of financial resources as a basis for achieving economic security of agricultural enterprises. *Agroworld* 2018. No. 12. P. 27-33.
2. Yushchenko R.O. Implementation of factor analysis of liquidity in the financial management system of domestic enterprises. *A young scientist*. 2015. No. 2 (17)
3. February. P. 152-162. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/152.pdf> (date of application October 11, 2022).
4. Yaremyk H.Ya. Methodical approaches to assessing the solvency of enterprises. *Efficient economy*. 2015. No. 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (date of application November 8, 2022).
5. Financial statements of the company "AGROCENTER K" URL: https://zvitnist.com/37770322_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDPOVDALNSTU_BALANS_AHRO_ (date of application November 8, 2022).

УДК 658.331.2

КОНОНЕНКО Наталія,
*здобувачка другого рівня вищої освіти,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
м. Київ, Україна*
ЧУХЛІБ Алла,
*кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
м. Київ, Україна*

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ

Заробітна плата – складна економічна категорія, що виступає елементом соціально-трудових відносин найманого працівника і роботодавця.

Законодавча бази не розкриває сутності категорії «оплата праці». Законом України «Про оплату праці» визначено заробітну плату як винагороду, обчислену, як правило, у грошовому виразі, яку працівнику виплачує власник/ уповноважений орган за виконану роботу. Встановлено, що основна структура заробітної плати включає основну, додаткову заробітну плату, інші заохочувальні та компенсаційні виплати [1].

Аналітичне забезпечення управління витратами на оплату праці включає комплекс методичних підходів та моделей проведення аналізу зміни середньої заробітної плати та фонду

оплати праці працівників, економії/ перевитрат фонду оплати праці підприємства, аналізу використання кошторису з оплати праці, виявлення та оцінка чинників, що впливають на економію/ перевитрати коштів на оплату праці, визначення способів і прийомів ліквідації причин перевитрат коштів з оплати праці, інтерпретацію отриманих результатів, обґрунтування та прийняття управлінських рішень щодо підвищення ефективності витрат на оплату праці.

Підґрунтям для проведення аналізу розрахунків з оплати праці є система показників обліково-економічної інформації, за допомогою яких визначають оптимальність прийняття управлінських рішень.

Аналіз розрахунків з оплати праці доцільно здійснювати у два етапи:

1 етап – аналіз обсягу та динаміки фонду оплати праці;

2 етап – аналіз структури фонду оплати праці працівників – частки основної, додаткової заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат в загальному фонді оплати праці.

Аналіз розрахунків з оплати праці здійснюється за використанням як кількісних, так і якісних показників. Використання кількісних показників дозволяє визначити основні види розрахунків з оплати праці; якісні показники дозволяють визначити питому вагу витрат, пов'язаних з оплатою праці, у загальній структурі витрат підприємства. Ефективність аналізу розрахунків з оплати праці в значній мірі залежить від застосування якісних параметрів аналізу. Основою аналізу розрахунків з оплати праці повинна бути структура та динаміка заробітної плати, продуктивність праці, динаміка фонду заробітної плати, базисний і ланцюговий способи порівняння розрахунків з оплати праці.

Порівнянням фактично нарахованої заробітної плати працівників за місць, рік із аналогічними плановими показниками визначають суму абсолютної економії/ перевитрат коштів на заробітну плату.

Оцінка впливу чинників на зміну фонду оплати праці здійснюється за допомогою побудованих факторних моделей:

$$Фоп = ЧП \times \overline{ЗП} \times 12 \quad (1)$$

де Фоп – фонд оплати праці підприємства, тис. грн.;

ЧП – середньооблікова чисельність працівників, ос.;

$\overline{ЗП}$ - середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн.

Використовуючи спосіб абсолютних різниць можна встановити:

- загальну зміну фонду оплати праці, тис. грн.:

$$\Delta\text{Фоп} = \text{Фоп}_1 - \text{Фоп}_0, \quad (2)$$

де Фоп_1 – фонд оплати праці звітного року, тис. грн.;

Фоп_0 – фонд оплати праці базисного року, тис. грн.

у тому числу за рахунок зміни факторів:

- середньооблікової чисельності працівників:

$$\Delta\text{Фоп}_1 = \overline{ЗП}_0(\text{ЧП}_1 - \text{ЧП}_0) \times 12, \quad (3)$$

де $\overline{ЗП}_0$ - середньомісячна заробітна плата одного працівника в базисному році, грн.;

ЧП_0 – чисельність працівників базисного року;

ЧП_1 - чисельність працівників звітного року;

- середньомісячної заробітної плати одного працівника, грн.

$$\Delta\text{Фоп}_2 = \text{ЧП}_1(\overline{ЗП}_1 - \overline{ЗП}_0) \times 12, \quad (4)$$

де $\overline{ЗП}_1$ - середньомісячна заробітна плата одного працівника в звітному році, грн.

Здійснюючи аналіз розрахунків з оплати праці, необхідно систематично контролювати фонд оплати праці, виявляти можливості економії коштів за рахунок зниження трудомісткості праці та підвищення продуктивності праці, оцінювати відповідності між темпом росту середньої заробітної плати і продуктивністю праці, визначати та надавати кількісну оцінку чинникам, що призводять до зміни оплати праці в динаміці.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Закон України «Про оплату праці»: № 108/95-ВР від 24.03.1995 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>
2. Інструкція зі статистики заробітної плати. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04>
3. Мардус Н. Ю. Методичні підходи до обліку, аудиту та аналізу праці і заробітної плати на підприємстві. *Вісник ЖНАЕУ*. № 1 (54), т. 2. 2016. С. 230–236.

УДК:657.1

КУНДРЯ-ВИСОЦЬКА Оксана

*кандидат економічних наук, професор
Львівський національний університет
імені Івана Франка, м.Львів, Україна*

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОЛОГІЧНОЇ КОНСТРУКЦІЇ: «БІЗНЕС-МОДЕЛЬ – ОБЛІКОВА СИСТЕМА»

В умовах гострої конкуренції, кризових ситуацій сучасний облік, виступаючи інструментом, що продукує результативну інформацію, відіграє визначальну роль у ефективному менеджменті, реалізації його рішень з метою успішного ведення господарської діяльності та удосконалення бізнес-моделі конкретного підприємства, зокрема.

Йдеться про те, що облікову інформацію, висвітлену у фінансовій чи управлінській звітності, доповнюючи альтернативними обліковими інструментами (оцінка, додаткова аналітика, розкриття необхідних показників, розробка нових форм подачі результативної інформації тощо) можна екстраполювати у систему ефективного менеджменту на підприємстві. Іншими словами, облікова система є базовою основою для ефективного менеджменту, завдання якого у побудові оптимальної бізнес-моделі для окремо взятого підприємства.[1]

Таким чином, можна стверджувати, що розширення методологічного змістового контенту облікової системи відбувається як наслідок розвитку бізнесу, і, навпаки, конкретна бізнес-модель, сформована за управлінськими параметрами, є обов'язково відкоригованою обліковою політикою. Іншими словами, прогнозуючи стратегію розвитку окремо взятого бізнесу на підставі даних бухгалтерського обліку, важливо отримати якомога більше інформації і лише після цього прораховувати можливі варіанти. За таких умов досягається зниження ступеня невизначеності при прийнятті рішення та стає зрозумілою картина - куди рухатися далі.

Отже, розвиток бізнесу та облікової системи є взаємообумовленими, формуючи «на виході» методологічну конструкцію, яка може бути як ефективною, так і «не дуже ефективною». Багато у суб'єктивній площині залежить як від професійності конкретних фахівців з обліку, так і від бачення ролі обліку вищим менеджментом. Як показує практика, у багатьох випадках керівництво сприймає облікову систему як площину для

реєстрації фактів (господарських операцій) та формування результативних носіїв інформації. Безумовно, таке сприйняття і розуміння обліку на практиці є суттєвою перешкодою для стратегічного розвитку окремо взятого бізнесу, оскільки результативна облікова інформація завжди була і є підґрунтям для прийняття не лише внутрішніх управлінських рішень, а й для сприйняття повноти фінансово-економічної ситуації зовнішніми зацікавленими сторонами.

До прикладу, «можна впевнено говорити, що фінансова звітність є ключовим інструментом при наданні інвесторами переваги тому чи іншому підприємству, а її - є засобом впливу на інвестиційну та позичкову політику користувачів. Адже не секрет, що наявні у підприємства інвестиційні та позичкові ресурси вкладаються в той бізнес, показники фінансової звітності якого відповідають встановленому рівню ризику та доходності інвесторів та позичальників». [2] А звідси, відповідно, і розширення можливостей для розвитку бізнесу. Це ще раз доводить методологічну єдність обліку та бізнес-моделі.

Передумовою та основою такої «методологічної конструкції» є облікова політика підприємства, яка, по великому рахунку, виокреслює методологію обліку та, відповідно, вектор формування параметрів фінансової звітності. (Рис 1.)



Рис. 1. **Взаємообумовленість методологічної конструкції «бізнес-модель – облікова система»**

Джерело: сформовано автором

До прикладу, кожне підприємство має і право, і можливість із пропонуванних у національних стандартах альтернативних варіантів обирати ті методики, ті оцінки, які для даного бізнесу є

оптимальними з метою розвитку та покращення фінансово-економічного стану, що, у свою чергу, призведе до розширення можливостей залучення зовнішнього капіталу, і загалом, до ефективного розвитку бізнесу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Кундря-Висоцька О.П., Демко І.І., Вагнер І.М. Характеристика закономірностей та взаємообумовленості розвитку сучасного обліку та бізнесу / Збірка тез VII Міжнародної науково-практичної конференція "MODERN RESEARCH IN WORLD SCIENCE", 2-4.10.2022 Львів, Україна, с. 1012-1017.
2. Петренко І. Вплив обліку на стратегію розвитку бізнесу/ [https:// / blog.liga.net/user/ikurgan/article/32337](https://blog.liga.net/user/ikurgan/article/32337).

УДК 378.01:330.1

КУЗЬМЕНКО Анастасія,

*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Херсонський національний університет,
м. Хмельницький, Україна*

Науковий керівник: **ЄРЕМЯН Олена.**, канд. екон. наук, доцент,
*Херсонський національний університет,
м. Хмельницький, Україна*

ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ

Протягом останніх двадцяти років поступово відбувається зародження нової інтегрованої моделі бухгалтерської звітності, спрямованої на забезпечення надання інформації фінансового та нефінансового характеру для суб'єктів здійснення ефективного управління підприємствами або окремими бізнесодиницями на засадах сталого розвитку.

Інтегрований звіт висвітлює інформацію щодо ефективності використання підприємством різних видів капіталів (фінансового, виробничого, людського, природного) або впливу на нього та можливостей організації створювати вартість для себе та зацікавлених сторін, стратегічних орієнтирів її розвитку на різні періоди та виступає джерелом повної інформації, необхідної для прийняття рішень користувачами інтегрованої звітності. Інформаційні потреби, які виникають в користувачів, і відповідно, укладачів інтегрованої звітності для задоволення цих потреб, настільки багатопланові і об'ємні, що при надходженні інформації з різних підрозділів підприємства призводять до інформаційного хаосу. За збір інформації від функціональних підрозділів

підприємства потрібні відповідальні виконавці, а процес передачі інформації необхідно формалізувати і по-можливості автоматизувати. Функціональний механізм інтегрованої звітності повинен бути налаштований таким чином, щоб потрібна інформація, яка генерується в різних підрозділах підприємства модифікувалася в єдиний масив – базу даних та базу знань інтегрованої звітності, зменшуючи при цьому інформаційну ентропію та відсіюючи непотрібні інформаційні дані.

На разі відбувається поступове запровадження концепції інтегрованої звітності у практику великих підприємств, але цей процес ще не набув масового характеру через існування цілої низки проблем теоретико-методологічного та організаційного характеру.

На думку С. Адамс та Р. Сімнетта існують наступні проблеми методичного та організаційного характеру щодо подальшого застосування інтегрованої звітності в практичній діяльності підприємств та на рівні національної системи бухгалтерського обліку:

1) інформація, необхідна для отримання інтегрованого звіту може стати бар'єром для багатьох підприємств. Систематичне вимірювання та складання звітності на комплексній основі може мати досить високу для деяких підприємств. Тому доцільність застосування інтегрованої звітності також повинна бути випробувана на підприємствах різних розмірів;

2) на сьогодні не всі підприємства будуть охоче розкривати в інтегрованому звіті всю наявну в них інформацію про фактори створення і руйнування вартості, стратегічні аспекти діяльності та існуючі ризики через можливість її використання іншими підприємствами для покращання власних конкурентних позицій;

3) інтегрована звітність формує нові виклики для аудиту та інших існуючих і супутніх процесів. Наприклад, незрозуміло, яким чином буде застосовуватись апробований на прикладі фінансової звітності принцип суттєвості стосовно екологічних або соціальних аспектів діяльності підприємства [4, с. 299- 300].

Як відмічає Ф.Ю. Сафанова, необхідність застосування нового формату звітності – інтегрованого звіту є очевидною, але при цьому на даному етапі залишається невирішеним ряд проблем в області його формування:

- питання методики формування інтегрованого звіту;
- структура та зміст звіту;
- впровадження процесу формування інтегрованого звіту у звітний процес організації [1, с. 53-54].

Подібну позицію займає К. В. Безверхий, наголошуючи, що

основними проблемами при реалізації концепції інтегрованої звітності на підприємстві є відсутність прийнятої методики формування такої звітності та визначення її змісту. Розробка етапів та кроків формування інтегрованої звітності дозволять зробити її більш структурованою і змістовною [2, с. 14].

У той же час слід відмітити, що по більшості із наведених проблем Комітет з міжнародної інтегрованої звітності (IIRC) надав відповіді в розробленому проекті міжнародного формату інтегрованої звітності. Однак найбільш проблемним аспектом і недостатньо вивченим до сьогодні залишається проблема пошуку і відпрацювання моделі регулювання процесів формування і оприлюднення інтегрованої звітності.

Запропонований Комітетом з міжнародної інтегрованої звітності (IIRC) Проект міжнародного формату інтегрованої звітності [3] не надає конкретний набір індикаторів, які повинні оприлюднюватись компаніями, а лише – набір принципів, яких слід дотримуватись в процесі її складання і які дають поняття про зміст інтегрованого звіту. Внаслідок чого з'являється проблема неоднозначності їх трактування і використання в процесі формування і представлення інтегрованої звітності, що впливає на її порівнянність та релевантність потребам користувачів. У результаті сьогодні значна кількість компаній використовує інші альтернативні методології формування інтегрованої чи нефінансової звітності, зокрема, Глобальна ініціатива звітності (GRI) визначає набір показників, які мають бути оприлюднені компанією. Існування такої ситуації, на нашу думку, пояснюється бажанням розробників проекту <IR> побудувати систему стандартів інтегрованої звітності за аналогом МСФЗ, які на відміну від американських облікових GAAP US є більш принципо-орієнтованими, а не правило-орієнтованими.

Отже, на сьогоднішній день інтегрована звітність стає найбільш інноваційним і цілісним підходом до корпоративної звітності у світі та в Україні. Інтегрована звітність зараз - це лише додатковий атрибут до фінансової звітності, на розробку якого потрібні додаткові ресурси і не кожна компанія може собі дозволити виділити їх для формування корисної, але не основної інформації. Дані проблеми виникають не на рівні компаній, а, отже, усуватися вони повинні теж на більш високому рівні. Таким чином, інтегрована звітність - це новий і динамічний напрямок, який готовий приймати об'єктивну критику, розвиватися і вдосконалюватися.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Сафанова Ф. Ю. Методика формування інтегрованого звіту: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.12. Санкт-Петербург, 2014. 227 с.
2. Безверхий К. В. Методичні засади формування інтегрованої звітності підприємства. Облік і фінанси. 2014. № 3(65). С. 9-14.
3. Проект міжнародного формату інтегрованої звітності. BDO, 2013. 49 с. URL: http://bdo.com.ua/integrirovannaja_otchetnost
4. Adams, S., Simnett, R. Integrated Reporting: An Opportunity for Australia's Not-for-Profit Sector. Australian Accounting Review. 2011. Volume 21, Issue 3. P. 292–301.

УДК 336.225

КУЗЬМЕНКО Юлія,

*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державний торговельно-економічний університет,
м. Вінниця, Україна*

БОНДАР Анастасія,

*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державний торговельно-економічний університет,
м. Вінниця, Україна*

ДАЦЕНКО Ганна,

*доктор економічних наук, доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державний торговельно-економічний університет,
м. Вінниця, Україна*

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

У сучасних ринкових умовах надзвичайно важливо правильно організувати бухгалтерський та податковий облік на підприємстві, що дозволить створити податкову безпеку, яка має на меті уникнути фінансових санкцій. Саме тому контроль розрахунків з податку на додану вартість є досить актуальною проблемою, вирішення якої дозволить платників податку дотримуватися чинного законодавства, мінімізувати обставини, через які можуть виникнути фінансові санкції, а саме: неправильне нарахування або несвоєчасне перерахування податку до бюджету, тощо.

Ваговий внесок у дослідженням щодо організації та методики контролю розрахунків платників податку на додану вартість та

впровадження її у діяльність підприємства належить таким українським вченим, як: Бутинець Т.А., Калюга Є. В., Бурковська А. В., Максимова В.Ф, Клименко О. В., Дем'яненко М. Я. та інші, але питання потребує доопрацювання та вдосконалення.

Згідно Податкового кодексу України, податок на додану вартість є непрямим податком, що враховується у суму наданих послуг, виконаних робіт або проданого товару відповідно до зазначеної ставки – 20 %, 7% для культурно-мистецьких заходів, 14% для деяких сільськогосподарських товарів та 0% при експорті і сплачується споживачем, але обліком та перерахуванням до бюджету займається постачальник [1].

Потрібно зауважити, що при організації контролю розрахунків з податку на додану вартість, можна виділити такі основні завдання, як: є перевірка показників із визначення об'єкта та бази оподаткування, дотримання нормативно-законодавчої бази при нарахуванні та сплаті ПДВ у необхідні терміни, чи правильно застосовується ставка податку до тієї чи іншої операції та достовірність відображення в фінансовій та податковій звітності.

Для проведення комплексної перевірки розрахунків з податку на додану вартість, доцільно буде використовувати наступні джерела інформації: висновки попереднього аудиторського контролю з ПДВ від незалежного аудитора, наявні на підприємстві первинні документи, що є підставою для виникнення податкових зобов'язань або податкового кредиту (видаткові накладні, акти приймання-передачі, виписка банку, платіжні доручення, податкові накладні згідно реалізацій та реєстр податкових накладних, дані Журналу 3 та Відомості 3.6 аналітичного обліку розрахунків з бюджетом, податкова декларація, тощо).

В ході проведення контролю, необхідно використовувати такі етапи:

1. Перевірка стану організації налагодження бухгалтерського обліку податку на додану вартість на підприємстві, що міститься в обліковій політиці підприємства та витягу з реєстру платників ПДВ.

2. Перевірка правомірності застосування ставок ПДВ відповідно до діяльності підприємства при реалізації продукції та арифметичних розрахунків з його нарахування:

3. Перевірка законності використання пільг щодо розрахунків з ПДВ;

4. Перевірка повноти і своєчасності сплати податку на додану вартість до бюджету;

5. Перевірка правильності відображення розрахунків у фінансовій та податковій звітності [2, с. 156].

Отже, враховуючи вищесказане, можна зробити висновки, що система оподаткування податку на додану вартість потребує значного доопрацювання у сфері нормативно-правового забезпечення, розробки додаткових управлінських документів, за допомогою яких бухгалтери на підприємстві зможуть ефективніше налагодити механізм нарахування, відшкодування та сплати податку на додану вартість, складання податкової та фінансової звітностей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Податковий кодекс України // Відомості Верховної Ради України – 2011. - № 13-14, № 15-16, № 17, ст. 180). [Електронний ресурс]. – <https://tax.gov.ua/nk/rozdil-iv--podatok-na-dohodi-fizichnih-o/> (дата звернення 02.11.2022)
2. Захарчук В. В. Організація проведення аудиторського контролю розрахунків за податком на додану вартість. *Економічний аналіз, аудит та господарський контроль*. 2014. С. 155-156. [Електронний ресурс]. – <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/336/155.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 02.11.2022)
3. Даценко Г. В. Податок на прибуток: зарубіжний досвід та сучасний стан, контроль розрахунків зі сплати податку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. С. 629-634. [Електронний ресурс]. – http://global-national.in.ua/archive/17-2017/17_2017.pdf#page=629 (дата звернення 02.11.2022)

УДК 657.471.012

НЕСТЕРЕНКО Ірина,

*кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна*

РОЗВИТОК ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІМПЕРЕТИВ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Діюча методика калькуляційних розрахунків на підприємствах екологічної орієнтації, у частині розподілу накладних витрат, є досить недосконалою, що призводить до зниження ступеня екологічної безпеки. Так, впродовж багатьох років використовується переважно один метод розподілу загальновиробничих витрат (ЗВВ) - пропорційно заробітній платі. Проведене дослідження показало, що між ЗВВ і заробітною платою робітників екологічного виробництва існує незначний економічний взаємозв'язок.

Існуюча практика обліку та розподілу накладних витрат, на досліджуваних підприємствах екологічної орієнтації, не відповідає специфіці екологічної діяльності. При впровадженні нових технологій відбувається зменшення витрат праці робітників під час виготовлення екологічної продукції та збільшення непрямих витрат на автоматизацію екологічного виробництва. Тому, спосіб поглинання накладних витрат повинен бути змінений, інакше розрахунки собівартості екологічної продукції будуть недостовірними.

Оскільки механізм розподілу ЗВВ впливає на об'єкт оподаткування, то його застосування необхідно відповідним чином обґрунтувати при формуванні облікової політики на екологічно-орієнтованому підприємстві. Необхідно визначити за якими статтями варто вести аналітичний облік загальновиробничих витрат та прийняти базу їх розподілу.

У підприємствах, які виготовляють екологічну продукцію, внаслідок того, що згідно П(С)БО 16 у статті "Загальновиробничі витрати" зібрано витрати, які належать до різних сфер діяльності, рекомендуємо аналітичний облік витрат на рахунку 91 "Загальновиробничі витрати" вести в розрізі груп: 1) витрати на утримання та експлуатацію машин та устаткування, безпосередньо пов'язаних з технологічним процесом екологічного виробництва; 2) витрати на управління та господарське обслуговування виробничого процесу; 3) витрати на забезпечення якості екологічної продукції. Це дозволить установити де й під впливом яких центрів відповідальності створюються групи та окремі елементи ЗВВ, що у свою чергу, впливає на підвищення ефективності планування, контролю й регулювання витрат підприємств екологічного спрямування. Слід зазначити, що недоліком в обліку ЗВВ, є відсутність їх деталізації по виробничих процесах підприємств. Це знижує трудомісткість визначення витрат на виробництво екологічної продукції та створює можливості для пошуку резервів їх економії.

В сучасних умовах трансформації економічних процесів, виникає необхідність узагальнення витрат на утримання та експлуатацію устаткування не в цілому по підприємству, а за місцями їх виникнення, тобто за рівнем однорідності. Дослідження показало, що існує необхідність у виділенні такої аналітичної групи ЗВВ, як витрати пов'язані із забезпеченням якості екологічної продукції. Дані витрати в діючій практиці враховуються у складі інших витрат на виробництво, у зв'язку із чим їх важко виділити й проконтролювати.

В економічній літературі пропонуються наступні положення з обліку витрат на якість [1, с. 8; 3, с. 47; 4, с. 205]: 1) передбачити збираючо-розподільчий рахунок "Витрати на управління якістю продукції" із двома субрахунками ("Витрати на забезпечення необхідного рівня продукції", "Витрати на підвищення якості продукції"); 2) передбачити збираючо-розподільчий рахунок "Витрати на забезпечення якості" із субрахунками ("Витрати на контроль, інспекцію й оцінку якості продукцію", "Витрати на попередження браку й організаційно-управлінські витрати в забезпеченні якості"); 3) у складі калькуляційних статей витрат виділити статтю "Витрати на забезпечення якості"; 4) пропонується враховувати дані витрати на окремому субрахунку до рахунку 20 "Виробництво" - "Витрати, пов'язані з підвищенням якості продукції".

Об'єднання на одному рахунку витрат на забезпечення якості та витрат на підвищення якості, вважаємо неправомірним, тому що ці витрати мають різні джерела виникнення. Використання окремих збираючо-розподільчих синтетичних рахунків, призведе до перенакопичення облікових процедур. Однак, контроль за даними витратами необхідний і найбільше ефективно може бути здійснений, у результаті застосування рекомендованого аналітичного угруповання ЗВВ на підприємствах, що виготовляють екологічну продукцію. Згідно П(С)БО 16 "Витрати", ЗВВ діляться на постійні й змінні. У свою чергу, змінні ЗВВ розподіляються на кожную одиницю виробництва з використанням бази розподілу, виходячи з фактичної потужності звітного періоду [2]. Постійні виробничі накладні витрати розподіляються на кожную одиницю виробництва з використанням бази розподілу при нормальній потужності. Таким чином, списання ЗВВ на рахунок основного виробництва супроводжується їх розподілом по видах екологічної продукції та статтям прямих витрат відповідно до обраної бази розподілу. Цей момент є ключовим для розуміння можливих систем планування, обліку та контролю ЗВВ, як складовій частини системи бухгалтерського обліку. Як відомо, до змінних виробничих накладних витрат відносяться витрати, які змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно зміні обсягу діяльності. Постійні виробничі накладні витрати залишаються не змінними (або майже не змінними), при зміні обсягу діяльності. Однак, абсолютно точного розподілу витрат на постійні і змінні досягти важко, тому підприємству надається право самостійного їх вибору [2]. У результаті аналізу, діяльності екологічно-орієнтованих підприємств за звітний період, нами виділено основні статті, за якими здійснюється розподіл загальновиробничих витрат на постійні й змінні. Для ведення аналітичного обліку ЗВВ, доцільно,

використати реєстр, що містить інформацію про нагромадження змінних і постійних накладних витрат за центрами відповідальності (виробничим процесам) і в цілому по підприємству за звітний період. Підсумкові дані реєстра надають можливість робити розрахунок нормальної виробничої потужності за підсумками року або операційного циклу, досліджувати динаміку витрат. Як даний реєстр рекомендуємо використати "Відомість нагромадження загальновиробничих витрат підприємства". Підставою для його заповнення є первинні документи (платіжні вимоги-доручення, авансові звіти, відомості нарахування амортизації, розрахунково-платіжні відомості й ін.).

Пункт 16 П(С)БО "Витрати" визначає, що нормальна потужність – це очікуваний середній обсяг діяльності, що може бути досягнуто при умовах звичайної діяльності протягом декількох років або операційних циклів з урахуванням запланованого обслуговування виробництва [2]. Послідовність віднесення загальновиробничих витрат на той або інший вид екологічної продукції залежить від бази розподілу. У свою чергу, вибір бази розподілу визначається специфікою технологічного циклу підприємства, ступенем однорідності по натурально речовому складі статей ЗВВ і відповідних статей прямих витрат. При цьому визначальним є принцип максимально можливої відповідності динаміки обраної бази розподілу й даної статті ЗВВ. Метою розподілу ЗВВ по видах екологічної продукції, є одержання достовірних даних про повну собівартість окремих видів екологічної продукції для управлінських цілей, інформації про рентабельність, ступінь оптимальності структури надаваних послуг. У тому випадку, коли як база розподілу обрана натуральний показник, ЗВВ розподіляються безпосередньо по видах екологічної продукції з акумуляцією загальновиробничих витрат на собівартості окремого виду продукції як відособленої статті витрат - "Загальновиробничі витрати". У випадку, коли як база розподілу обирається вартісний показник якої-небудь статті прямих витрат, спочатку здійснюється розрахунок повної величини бази розподілу (як сукупних прямих витрат за даною статтею по всіх видах екологічної продукції). На наступному етапі визначається ставка розподілу та списуються ЗВВ на собівартість того або іншого виду екологічної продукції.

Таким чином, запропонований методичний підхід щодо розподілу ЗВВ є підґрунтям для аналізу поводження витрат та обсягів продажу екологічної продукції, формування прибутку, що дозволяє визначити крапку критичного обсягу продажу, нижче якої екологічне виробництво стає збитковим та сформуванню ефективної системи обліково-аналітичного забезпечення управління екологічною безпекою підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Нестеренко І. В. Організація обліку та аналізу виробничих витрат в підприємствах рекламної діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.06.04 “Бухгалтерський облік, аналіз та аудит” / Нестеренко Ірина Володимирівна – Харків, 2003. – 18 с. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/aref/20081124029811>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 “Витрати”: наказ Міністерства фінансів України від 29.10.1999 р. № 290. URL: www.zakon.nau.ua.
3. Чернікова І. Б., Дергільова Г. С., Нестеренко І. В. Бухгалтерський облік за видами економічної діяльності: навч. посіб. Харків: Форт, 2015. 200 с. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/10383> .
4. Чміль Г. А., Верзілова Г. Р. Обліково-аналітична класифікація маркетингових активів підприємств торгівлі. *Економічний простір*. 2019. № 151. С. 201–211. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/151-17>.

УДК 657

ПРИЙМАК Наталія,

кандидат економічних наук,

Міжнародний європейський університет, м. Київ, Україна

ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТОМ ГОСПОДАРЮВАННЯ

З початку ХХІ століття Україна переживає досить складний етап, пов'язаний із процесами глобалізації економічних відносин, подолання наслідків світової фінансової кризи, вступ до Європейського Союзу, Covid-19, військовий стан. У обставинах розвитку економічних відносин, що склалися, ефективність і результативність багатьох процесів у значній частині визначається грамотним прогнозуванням і плануванням функціонування податкових механізмів як на макро-, так і на мікрорівні. Готовність і здатність економічних суб'єктів вчасно та найефективнішим способом реагувати на різноманітні зміни показників на всіх рівнях, а також можливість своєчасної орієнтації платників податків на економічну ситуацію, що склалася, виходять на провідні позиції в процесі їх функціонування.

Складність та багатогранність самого процесу податкового менеджменту, необхідність вирішення масивного комплексу управлінських завдань передбачає наявність відповідної системи бізнес-інформації, яка називається обліковим, аналітичним чи обліково-аналітичним забезпеченням.

Поняття «податковий менеджмент» є досить новим у підприємницькому середовищі, а також у економічній науці, що пояснює відсутність у вітчизняній літературі логічної системи, що забезпечує розуміння сутності, цілей і завдань податкового менеджменту, і навіть рекомендацій щодо його організації для підприємства. На нашу думку, зростання якісних та кількісних параметрів бізнесу потребує структурованої форми управління фінансовими та податковими відносинами, що викликає об'єктивну потребу організації у податковому менеджменті.

Автором уточнено поняття податкового менеджменту на мікрорівні, відмінною рисою якого є його подання як структурованої форми управління податковими відносинами суб'єктів господарювання, що дозволяє розглядати податковий менеджмент як самостійний науково-практичний напрямок регулювання податкового процесу та впливу на податкові потоки на мікрорівні на базі комплексного подання утворюють його елементи та способи їх взаємодії з метою забезпечення справедливого балансу інтересів держави та підприємницьких структур.

Завданнями податкового менеджменту є зміцнення фінансів суб'єктів господарювання, підвищення економічної ефективності їх діяльності, досягнення зростання вартості суб'єктів господарювання та забезпечення максимізації добробуту власників компаній у поточному та перспективному періоді, що не суперечить положенням загальної теорії систем.

Податок на прибуток є основним бюджетоутворюючим податком, а тому відіграє важливу роль у податковому менеджменті. Наведемо стан надходження з податку на прибуток до державного бюджету у 2020-2021 р. (рис. 1).

При розрахунковій базі доведеної Міністерством фінансів України на січень – грудень 2021 року 145976,0 млн грн фактичні надходження до загального фонду Державного бюджету України становлять 147751,7 млн грн, виконання індикативного показника становить 101,2 відс. (+ 1 775,7 млн грн), що становить 154,2 відс. (+ 51 920,2 млн грн) до відповідного періоду минулого року, фактичні надходження за який становили 95831,5 млн гривень. Отже, належне управління податком на прибуток на мікрорівні, дозволяє наповнювати державний бюджет країни, який на макрорівні перерозподіляється державою.

**Секція 3. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
В УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ
СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН**

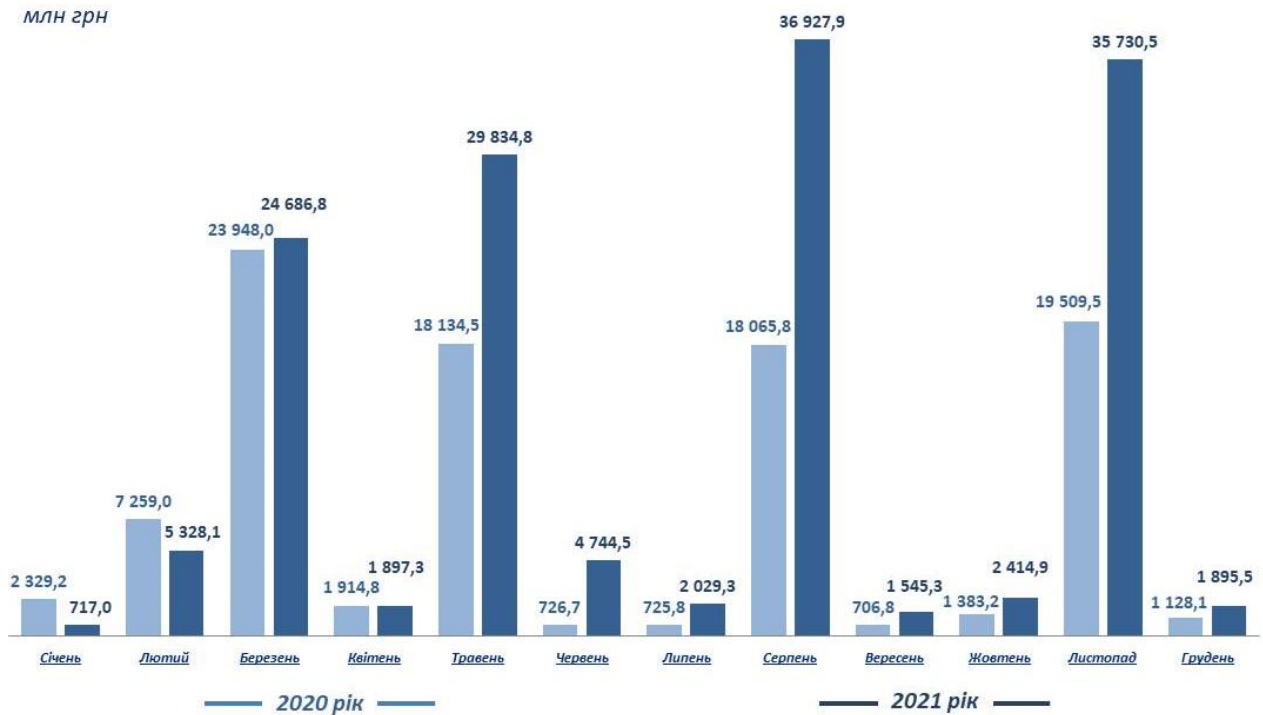


Рис. 1. Надходження з податку на прибуток до державного бюджету у 2020-2021 р.

Джерело: побудовано автором на основі [1].

Враховуючи екзогенні та ендогенні фактори, що вимагають створення системи податкового менеджменту та формування його обліково-аналітичного забезпечення у суб'єктів господарювання, розглядаючи податковий менеджмент на трьох рівнях (макро-, мікро-, податковий менеджмент громадян) та у двох тимчасових фракталах (стратегічному та тактичному) в подальшому пропонується зосередити увагу на вирішення питання щодо побудови концептуальної моделі податкового менеджменту суб'єктів господарювання.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Звіт про виконання Плану роботи Державної податкової служби України на 2021 рік URL: <https://tax.gov.ua/data/files/266501.doc> (дата звернення: 01.11.2022 р.).

УДК 657.922

РЕШЕТИЛО Даша,

здобувачка 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»

НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

*Науковий керівник: **ШИШКОВА Наталія,***

кандидат економічних наук, доцент,

НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ

Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну згідно з оцінкою спеціалістів станом на 29.08.2022 частка підприємств, що перебувають під загрозою зникнення, у прифронтових та частково окупованих регіонах становить близько 45% для первинного сектору (сільське господарство та видобуток), що звичайно значно погіршує стан всієї галузі [1]. Зважаючи на те, що сільське господарство останні роки являлося основною галуззю української економіки і забезпечувало понад 40% виручки від експорту важливо, щоб сільськогосподарська галузь продовжувала розвиватися і на далі [2]. Як відомо для розвитку потрібні інвестиції. Тож, особливої актуальності набуває облік біологічних активів, адже він дозволяє оцінювати активи за справедливою вартістю, що впливає на підсумок активу балансу підприємства, а значить і на показники фінансового стану, що дає можливість об'єктивніше проводити аналіз структури майна підприємства і робить сільське господарство привабливішим для інвестування.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про біологічні активи визначаються П(С)БО 30 «Біологічні активи», затвердженого Наказом Міністерства фінансів України № 790 від 18.11.2005 року та введеним в дію з 01.07.2007 року. Згідно з П(С)БО 30 біологічним активом вважається жива тварина чи рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи [3]. В бухгалтерському обліку біологічні активи класифікуються за видом господарської діяльності, в якій вони використовуються: сільськогосподарські біологічні активи; інші біологічні активи, не пов'язані з сільськогосподарською діяльністю. Сільськогосподарські біологічні активи поділяються на: біологічні активи рослинництва; біологічні активи тваринництва. За періодом використання в бухгалтерському обліку біологічні активи поділяють на: поточні біологічні активи; довгострокові біологічні активи; незрілі довгострокові біологічні активи.

До поточних біологічних активів відносять активи, що здатні давати продукцію в період, що не перевершує 12 місяців.

Наприклад, в тваринництві це тварини на вирощуванні і відгодівлі, риба (розведення риби), доросла птиця, сім'ї бджіл, в рослинництві – зернові, овочеві, технічні та кормові культури, розсадники. До довгострокових біологічних активів відносяться всі біологічні активи, які не є поточними біологічними активами. В тваринництві це основне стадо овець, великої рогатої худоби, свиней, в рослинництві – сади, виноградники. До незрілих біологічних активів відносять біологічні активи, операційний цикл створення яких перевищує 12 місяців (крім тварин на вирощуванні і відгодівлі), які у звітному періоді не здатні давати сільськогосподарську продукцію. Сади, виноградники, що не досягли пори плодоношення.

Особливе місце в бухгалтерському обліку біологічних активів займає їх оцінка, це питання розглядається багатьма вітчизняними і іноземними дослідниками, так як воно залежне від великої кількості факторів. До таких факторів зокрема належать клас до якого відноситься той чи інший актив, спосіб його надходження, віддаленість підприємства від ринків збуту, наявність як такого активного ринку та ще низка факторів.

Для цілей бухгалтерського обліку біологічні активи оцінюються за справедливою вартістю зменшеною на очікувані витрати на продаж, адже даний метод дозволяє отримати релевантну інформацію, щодо реальної ціни активів, що є більш привабливим як для внутрішніх користувачів інформацією, так і для зовнішніх, зокрема банківських установ та інвесторів. Згідно П(С)БО 30 оцінка біологічних активів здійснюється за первісною вартістю лише у випадках, коли справедливу вартість достовірно визначити неможливо. На законодавчому рівні даному питанню також приділяється значна увага, наприклад, відповідно до П(С)БО 30 «Біологічні активи» біологічні активи можуть визначатися за[3]:

а) справедливою вартістю – це сума, за якою можна обміняти актив або погасити заборгованість в операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами.

Розрізняють такі методи, як:

- – метод аналізу контрактів – полягає в тому, що ціна на біологічні активи враховується по попередніх контрактах на їх продаж у розрізі регіону або цін, які пропонуються на даний час підприємству покупцями;

- – метод останніх цін – характеризується визначенням справедливої вартості за останньою ринковою ціною, операції з такими активами, за нормальних економічних умов господарювання;

- – метод аналогів – передбачає визначення вартості виходячи з ринкових цін на аналогічні біологічні активи, що склалися на ринку на певну дату;

- – метод додаткових показників – характеризується використанням додаткових показників для визначення рівня цін на біологічні активи (оцінка великої рогатої худоби за вартістю м'ясопродуктів);

- – метод дисконтування – характеризується визначенням справедливої вартості за теперішньою вартістю майбутніх чистих грошових надходжень.

б) первісною вартістю – є загальна сума понесених витрат сільськогосподарських підприємством для придбання біологічного активу, його доставки та сум обов'язкових платежів визначених державою [4,5].

Для визначення справедливої оцінки біологічних активів на підприємстві створюється наказом постійно діюча Комісія з питань оцінки біологічних активів. Визначена комісією справедлива вартість тих чи інших біологічних активів затверджується Актом визначення справедливої вартості біологічних активів та / або сільськогосподарської продукції і є підставою бухгалтерії для відображення вартості біологічних активів в обліку.

На субрахунках 165 та 166 обліковуються лише незрілі біологічні активи рослинництва, тому що незрілими біологічними активами тваринництва є тварини на вирощуванні і відгодівлі, а вони належать до поточних біологічних активів. Для обліку поточних біологічних активів призначений рахунок 21 «Поточні біологічні активи», та субрахунки: 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю»; 212 «Поточні біологічні активи тваринництва, які оцінені за справедливою вартістю»; 213 «Поточні біологічні активи тваринництва, які оцінені за первісною вартістю». Відсутність субрахунку для обліку біологічних активів рослинництва за первісною вартістю, зумовлено вимогами пункту 11 П(С)БО 30 «Біологічні активи» відображати їх як незавершене виробництво на рахунку 23 «Виробництво» [6].

Отже, розглянувши організацію і методологію обліку біологічних активів можна сказати, що для відображення достовірних даних в звітності бухгалтеру необхідно чітко розуміти, суть біологічних активів як об'єкта бухгалтерського обліку, класифікувати біологічні активи, щоб вірно відобразити їх на аналітичних рахунках. Також слід відмітити, що якщо оцінка біологічних активів за первісною вартістю не викликає труднощів, то оцінка за справедливою вартістю це складний процес. Для

оцінки біологічних активів за справедливою вартістю на дату звітності підприємство повинно мати спеціалістів, які володіють відповідними навичками або залучати експерта-оцінювача, а це означає додаткові витрати на заробітну плату, що особливо проблематично для малих сільськогосподарських підприємств.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Дмитро Линч. Нове обличчя українського підприємництва. Економічна правда . 29. 08.22. // (online): <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/29>
2. Солонина Є. Українське сільське господарство може «витягти з кризи» всю економіку – експерти. Радіо Свобода . 27 січня 2021 // (online): <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrainian-apk-can-support-all-economy/31070474>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: наказ Міністерства фінансів України від 18.11.05р. № 790. (Дата звернення: 02.04.2022). // (online): <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 41 «Сільське господарство» IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012. (Дата звернення: 02.04.2022). // (online): http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_027.
5. Жук, В. М. Облік сільськогосподарської діяльності: навчальний посібник. В.М. Жука–К.: Видавництво ТОВ «Юр-Агро-Веста, 2007.
6. Наказ Міністерства. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій» від 30.11. 1999 р.–№ 291 // (online): <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>, 2005.

UDC 338.24

RUD Victoria

fourth year Bachelor's student

Donetsk National University named after Vasyl Stus,

Vinnitsia, Ukraine

Scientific supervisor: ***IONIN Evgen***, *Doctor of Economics, professor,*

Donetsk National University named after Vasyl Stus,

Vinnitsia, Ukraine

ANALYSIS OF LIQUIDITY AND SOLVENCY IN SECURING WORK OF THE PRIVATE JOIN-STOCK COMPANY «VINNYTSIA FACTORY «МАЯК»

In today's conditions, the effective work of all business entities is extremely important to strengthen the economic potential of the state. To ensure this, timely analysis of solvency is important in order to identify problem areas.

This situation affects the general situation of absolutely every working enterprise and citizen. The consequences of crisis phenomena are well known to us, and the main ones - financial and production instability - are becoming almost universal. Under the conditions of the development of market relations in Ukraine, significant expansion of the rights of enterprises in the field of financial and economic activity and responsibility for their obligations to all links of the financial and credit system, suppliers and their employees, the role of timely and qualitative analysis of the financial condition of enterprises is growing significantly.

Questions related to the management and determination of the liquidity and solvency of the enterprise are dealt with by scientists who have made a great contribution to the economic literature: N. V. Tarasenko, V. I. Ivashchenko, I. O. Blank, M. A. Bolyukh, L. O. Ligonenko, Mnykh E.V., Bilyk M., Gutova K.V., Gerasimenko O.V., Zabrodskyi V..

Today, the company manufactures a fairly wide assortment of electric heaters for industrial and household use: floor-mounted and wall-mounted electric convectors; electric oil radiators; water heating radiators; electric tiles; fan heaters; heating boilers [3].

The purpose of this analysis is to establish and assess the financial condition of the enterprise. [1]

In order to obtain more detailed information about the activities of the Vinnytsia Factory "Mayak" enterprise, we conducted an analysis of the following indicators: liquidity, solvency, debt of the enterprise according to the financial statements for the last four years (2018, 2019, 2020, 2021).[4]

It is necessary to analyze the following financial ratios, this will allow us to determine the state of the enterprise from an economic point of view: 1) Liquidity ratio; 2) Solvency ratio; 3) Coefficient of financial stability; 4) Debt ratio. [1]

Information for calculating the above coefficients is presented in table 1.

Table 1

Information for calculating financial ratios, millions of UAH.

Indicators (average annual balances)	2018	2019	2020	2021
Balance currency	112,2	145,3	160,8	165,8
Current assets	78	111,2	126,4	132,6
Current liabilities of the enterprise	21,6	40,5	36,3	18,8
Long-term liabilities of the enterprise	0,35	0,67	0,31	0
Own capital of the enterprise	90,2	105,1	124,1	146
Working capital	22,7	24,8	22,9	20,4
Receivables	18,1	37,9	32,7	11,8

Source: calculated by the author based on [4]

The analysis of the data presented in the table shows that during the last 4 years, the value of all the above-mentioned articles was practically at the same level, which may indicate a slight intensification of the business activity of the enterprise.

Let's proceed to the calculation of the main coefficients (Table 2).

Table 2

**Calculations of the coefficients of the PJSC «VINNYTSIA
FACTORY «MAYAK» for 2018-2021**

Indicators	2018	2019	2020	2021
Total liquidity ratio	3,5	2,6	3,6	7,0
Solvency ratio	4,1	2,54	3,37	7,7
Coefficient of financial stability	0,8	0,72	0,76	0,88
Financial debt ratio	0,2	0,27	0,22	0,10

Since the absolute values of the coefficient according to 2018-2021 significantly exceed the value (Coefficient of total liquidity > 2), this in turn proves to us that the company is capable of its current assets and can cover its own current liabilities.

Thus, a high solvency ratio characterizes minimal financial risk and the possibility of attracting additional funds aimed at the development of the enterprise.

Since the average normative value of this ratio is considered Solvency ratio > 2, as a result, the company is able to provide its own long-term and current obligations according to its own capital.

Since the average normative indicator of the stability coefficient is $K_{st} > (0.5...0.9)$, our results make the level of the stability coefficient = 0.73...0.89, this proves to us that the enterprise has sufficient financial sustainability in the long term.

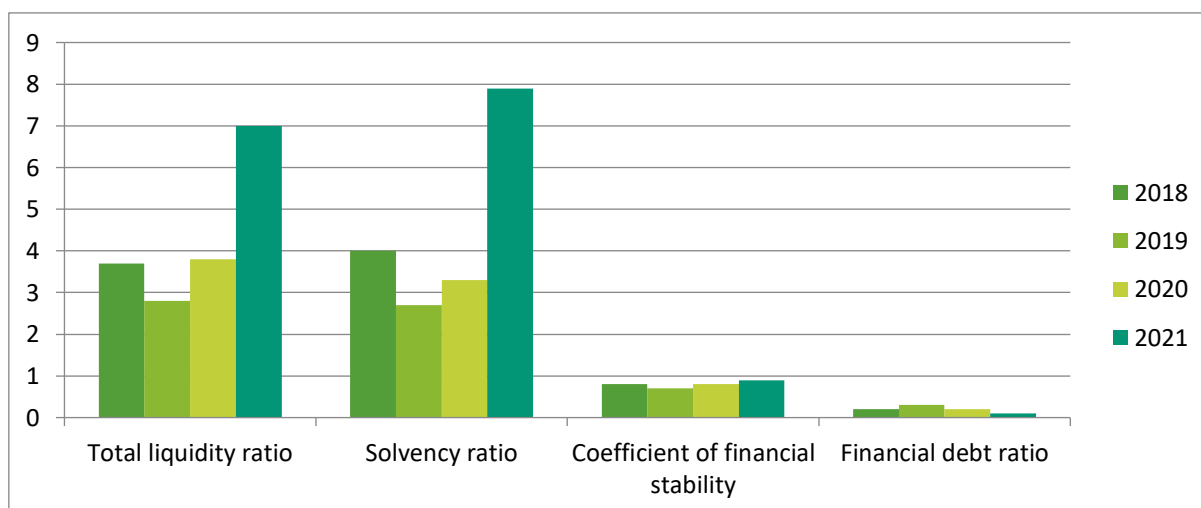


Figure 1. Financial ratios of PJSC Vinnytsia Factory "Mayak"

Source: calculated by the author based on [4]

For the period from 2018 to 2021, the debt ratio was < 0.5 , in turn, this means that a large part of the assets was formed on the basis of own funds. This can be considered a quality moment for the company's work.

If the ratio of financial indebtedness were to increase and become > 0.5 , then a significant part of the assets would begin to be financed by borrowed funds.

A fairly large ratio of the company's assets to borrowed funds indicates the low efficiency of the borrowed funds, which in turn reduces the financial flexibility of the company itself.

We will demonstrate visually the dynamics of the coefficients according to the analyzed period (Figure 1).

The analysis shown in Figure 1 shows us that all four ratios are stable and have positive dynamics. At the same time, these coefficients are within the legally acceptable limits, that is, the company can cover current liabilities with its own current assets and cover long-term and current liabilities. Also, quite a large part of the company's assets is financed by its own funds.

The coefficient of financial stability is also within the regulatory limits, this indicates to us the financial stability of the enterprise based on the long-term perspective. Analysis of coefficients allowed us to characterize the enterprise.

However, the coefficient of financial stability is not optimal, this indicates that the company has insufficient financial stability in the future. And in this case, the ability of the enterprise to cover its own current and long-term obligations is insufficient, at the expense of own capital.

Summarizing the above, it can be concluded that the Private Joint-Stock Company «Vinnytsia Factory Mayak» has all the opportunities for its further development and can choose a strategy of limited growth for its development, the essence of which is not only to consolidate the existing state of the enterprise on the market of electrical goods, but in the further growth of production volumes and expansion of the company's presence in this market.

REFERENCES:

1. Assessment and mechanism for ensuring economic security of the enterprise. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=607690> (date of application October 27, 2022).
2. PJSC Vinnytsia Factory Mayak. URL: <http://vinmayak.pat.ua> (date of application October 30, 2022)
3. "Mayak" Factory (Vinnytsia). URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (date of application November 4, 2022).
4. PJSC Vinnytsia Factory Mayak. Annual reports for 2018-2022. Financial results. URL: <http://vinmayak.pat.ua/issuers/reports/> (date of application November 4, 2022).

УДК 657.6

ТИХОНЕНКО Вікторія,

*здобувачка 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Науковий керівник: **НЕЖИВА Марія,** канд. екон. наук, доцент,
*доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Прийняття рішень, пов'язаних з вкладенням фінансових ресурсів, – один з найважливіших етапів діяльності будь-якої компанії. Тому необхідно провести ретельний аналіз грошових потоків, пов'язаних з реалізацією інвестиційного проекту, з метою ефективного використання залучених коштів та отримання максимального ефекту від інвестицій – отримання максимального прибутку від вкладених інвестицій. Незалежно від виду та масштабів підприємницької діяльності, що втілюється в реалізації інвестиційних проектів, існують основні положення, правила, способи та способи їх планування.

Головними принципами, що склалися у світовій практиці, підходами до фінансового аналізу і оцінки ефективності інвестиційних проектів є [1]:

- моделювання потоків продукції (послуг), ресурсів і грошових коштів;
- облік результатів аналізу ринку, фінансового стану підприємства, економічних та інших наслідків реалізації проекту;
- порівняльний аналіз результатів і витрат з орієнтацією на досягнення необхідних показників;
- дисконтування майбутніх доходів і витрат;
- облік інфляції, затримок і авансування платежів.

Оцінка ефективності проекту ґрунтується на побудові та дослідженні спеціальної економікоматематичної моделі (як правило імітаційної) процесу реалізації проекту, тобто предметом дослідження є матеріальні та фінансові потоки, що виникають у процесі реалізації проекту, на основі яких формуються необхідні оцінки ефективності для його різних учасників. Сьогодні методи побудови та дослідження таких моделей сформуваали окремий науково-практичний напрям в економічній науці, що охоплює

широкий спектр питань від підготовки даних до аналізу та інтерпретації результатів.

Питання економічної ефективності при плануванні аудиту інвестиційних проектів розглядається в різних масштабах і на різних етапах планування аудиту. Відповідно розрізняють і методи, що застосовуються на окремих етапах планування та оцінки. На етапі проведення інвестиційного аналізу та при плануванні фінансування проекту, коли відомі не всі умови підприємницької діяльності, вибір здійснюється на практиці за допомогою спрощеного часткового аналізу; на вирішальній стадії оцінки необхідно розглянути проект загалом, беручи до уваги результати часткового аналізу, а потім прийняти позитивне або відхиляюче проект-рішення. Це здійснюється за допомогою глобальних моделей. Глобальними вони називаються тому, що дозволяють враховувати всі умови фінансової сфери [2].

Залежно від тривалості циклу інвестиційного проекту оцінка показників ефективності може бути різною. Показники комерційної ефективності можуть розраховуватися не тільки на весь цикл інвестиційного проекту, а й на місяць, квартал, рік.

Основними показниками ефективності, використовуваними при оцінці інвестиційного проекту і розрахованими на основі грошового потоку, є [3]:

- чиста теперішня вартість (NPV – net present value);
- внутрішня норма рентабельності (IRR – internal rate of return);
- індекс дохідності (PI – profitability index);
- період повернення інвестицій (PP – payback period).

Залежно від використовуваних класифікаційних ознак у економічній літературі зустрічаються різні системи класифікації ризиків: по етапах реалізації проекту, за видами проектної діяльності, за можливістю захисту від ризиків, за областю їх виникнення тощо. Проте з практичної точки зору найбільший інтерес становить перелік типових ризиків проектної діяльності, на які звертають увагу учасники проекту, але які не уміщуються в межі однієї класифікації: ризик перевищення кошторисної вартості, ризик несвоечасного завершення будівництва, технологічний, виробничий, збутовий, фінансові ризики, ризик форс-мажор і політичний ризики тощо.

Невизначеність інформації про умови реалізації проекту об'єктивно не дозволяє аудитору оцінити ймовірність можливих результатів подій (а часто і сам склад цих подій). На відміну від невизначеності, ризик є суб'єктивною категорією, яка передбачає оцінку вірогідності можливих подій. Виділяють два взаємодоповнюючі напрями аналізу ризиків, які може

застосовувати аудитор при оцінці інвестиційних проектів: якісний і кількісний.

Якісний аналіз спрямований на визначення та класифікацію ризиків (факторів, областей, видів ризику), виявлення причин їх виникнення та вартісну оцінку можливих негативних наслідків та заходів щодо мінімізації збитку. Загальна методологія його проведення містить три послідовні етапи: ідентифікація ризиків, властивих досліджуваному проекту, а також опис причин і факторів, що впливають на рівень конкретного виду ризику; дослідження та вартісна оцінка можливих наслідків виділених ризиків; визначення та аналіз антиризикових заходів, розрахунок їх вартісного еквівалента. На окремих етапах якісного аналізу може бути використаний комплекс логічних і статистичних процедур (прийомів) з переробки та подання необхідної інформації, пов'язаних з діяльністю експертів (методи експертних оцінок, SWOT-аналіз та ін.).

Мета кількісного аналізу – чисельне визначення розмірів окремих ризиків і проектного ризику загалом, а також дослідження поведінки критеріальних показників проекту в результаті зміни ризикованих факторів.

У процесі інвестиційного проектування пропонується використовувати досить широкий спектр методів кількісного аналізу, що забезпечують комплексну оцінку проекту з урахуванням дохідності та ризику, що визначають окремі показники та оцінки рівня ризику, що дозволяють побудувати і проаналізувати «профіль ризику» у вигляді функції розподілу ймовірностей. До цих методів належать [4]:

- метод коригування ставки дисконтування з урахуванням премії за ризик;
- метод аналізу чутливості критеріїв ефективності (NPV, IRR) до зміни вхідних параметрів проекту;
- метод побудови «дерева рішень»;
- метод сценаріїв;
- методи побудови аналітичних моделей ризику;
- методи імітаційного моделювання.

Вибір конкретних методів аналізу ризику інвестиційного проекту залежить від таких факторів, як: масштаби проекту, повнота інформаційної бази, ступінь надійності проекту. Слід зазначити, що наведені методи оцінки інвестиційного проекту показують, що залежно від того, який критерій ефективності взято за основу для конкретного проекту, можуть бути зроблені різні висновки.

Тому при оцінці інвестиційного проекту аудитору слід виходити з конкретних умов діяльності підприємства і поставлених при

інвестуванні цілей. Як правило, найбільш об'єктивну оцінку та достатню кількість аудиторських доказів дає комплексне застосування різних методів оцінки ефективності інвестиційних проектів.

Таким чином, об'єктивне обґрунтування методичного підходу до формування якісного аналітичного забезпечення аудиту інвестиційних проектів насамперед залежить від стратегічного напрямку і економічно безпечного шляху розвитку проекту з урахуванням максимізації очікуваного економічного ефекту, визначення цільової спрямованості та вирішення інших важливих завдань розвитку економічних систем, що є неможливим без розробки і застосування відповідної методології, сучасних методів фінансового аналізу з використанням інноваційних підходів до оцінки проекту на всіх стадіях здійснення аудиту інвестиційних проектів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Редченко К. І. Особливості зовнішнього та внутрішнього аудиту інвестиційних проектів. *Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка"*. 2009. № 647. С. 23-34.
2. Глицай Т. А. Концептуальні основи та методика проведення аудиту інвестиційних проектів. *Економіка та держава*. 2011. № 7. С. 90-92.
3. Гриньова В. М. Інвестування: підручник. Київ: Знання, 2018. 452 с.
4. Гончаренко О. М. Управління ризиками в процесі реалізації інвестиційного проекту. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2019. № 36. С. 41-45.

УДК 657.2:338

ЧЕБАН Юлія,

*кандидат економічних наук, доцент,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

КАЛЮЖНА Марія,

*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ПРО ТА ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР: ПИТАННЯ БЕЗ ВІДПОВІДЕЙ

Сьогоднішня ситуація в країні вносить корегування у діяльність різних галузей економіки. Якщо питання розвитку тимчасово поступилися місцем питанням стабілізації, то облікові аспекти діяльності кожного суб'єкта господарювання набули ще більшої актуальності, враховуючи законодавчо-нормативне регулювання. Так, фізичні особи-підприємці (надалі за текстом – ФОП) з

01.01.2022 року відповідно до чинного законодавства мають використовувати реєстратори розрахункових операцій (надалі за текстом - РРО), що викликає певні організаційні, податкові, економічні і облікові особливості у бізнесі, зокрема й у туристичному [1,2]. Це стосується не всіх суб'єктів господарювання. Мають місце деякі винятки, наприклад, ті, які відносяться до першої групи або ж здійснюють лише безготівкові платежі, мають право не використовувати РРО. Разом з тим, така вимога викликає не лише низку питань технічного та технологічного характеру, а й облікового, податкового та контрольного. Тому це питання й наразі викликає суміжні з ним питання як для теоретичного дослідження, так і до практичного впровадження.

Ми обрали для дослідження особливості проведення через РРО/ПРРО операцій зі сплати туристичного збору в готелі. Отже, поселення у готелі передбачає сплату туристичного збору податковому агенту (готелю). Як правило, така оплата відбувається з використанням готівкових коштів або розрахунком карткою через термінал. Туристичний збір не є доходом ФОП, а законодавство вимагає проводити через РРО доходи ФОП. У випадку, якщо відбувається проведення туристичного збору через РРО, маємо збільшення на суму туристичного збору доходу ФОП і розбіжність між звітністю, яку надає ФОП, та обліковою інформацією для контролюючого органу.

Податковий кодекс України визнає платниками туристичного збору громадян України, іноземців, а також осіб без громадянства, які прибувають на територію адміністративно-територіальної одиниці, на якій діє рішення сільської, селищної, міської ради або ради територіальної громади, що створена згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, про встановлення туристичного збору [2]. Отже, ставка туристичного збору встановлюється рішенням відповідної сільської, селищної, міської ради або ради територіальної громади. Розмір туристичного збору за одну добу тимчасового розміщення однієї особи в місцях проживання (ночівлі), за Податковим кодексом України, становить 0,5 % від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного (податкового) року – для внутрішнього туризму, та до 5 % – для в'їзного туризму [2]. Зауважимо, що взаємозв'язку між ставкою туристичного збору та вартості послуги, яку надають готелі, немає. Тому включення туристичного збору до вартості готельних послуг, на нашу думку, є невірним і з економічного, і з податкового боку.

Туристичний збір справляється податковим агентом, тобто особою, на яку покладається обов'язок з обчислення, утримання з

доходів, що нараховуються (виплачуються, надаються) платнику, та перерахування податків до відповідного бюджету від імені та за рахунок коштів платника податків. Податковий агент не продає товари чи послуги. Він лише отримує/утримує податок з інших платників і перераховує його до бюджету. Механізм сплати туристичного збору полягає в тому, що платники збору сплачують суму збору авансовим внеском перед тимчасовим розміщенням у місцях проживання (ночівлі) податковим агентам, які справляють збір за ставками у місцях справляння збору та з дотриманням інших вимог, визначених рішенням відповідної сільської, селищної, міської ради або ради територіальної громади. Повторне справляння збору, вже сплаченого таким платником збору, не допускається, а за умови дострокового залишення особою, яка сплатила туристичний збір, території адміністративно-територіальної одиниці, сума надмірно сплаченого збору підлягає поверненню такій особі в установленому порядку. Водночас, податковий агент не має повноважень повертати зайво сплачений туристичний збір. Останнє відрізняє механізм повернення туристичного збору від механізму повернення оплати товарів чи послуг. Готель може повернути вартість готельних послуг, які не є отриманими гостем, але не суму зайво сплаченого туристичного збору.

Відповідно до закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» місцем проведення розрахунків визнається місце, де здійснюються розрахунки із покупцем за продані товари (надані послуги) та зберігаються отримані за реалізовані товари (надані послуги) готівкові кошти, а також місце отримання покупцем попередньо оплачених товарів (послуг) із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо [1]. Суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі під час продажу товарів (надання послуг) у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг, зобов'язані проводити розрахункові операції на повну суму покупки (надання послуги) через зареєстровані, опломбовані у встановленому порядку та переведені у фіскальний режим роботи РРО або через зареєстровані фіскальним сервером контролюючого органу ПРРО зі створенням у паперовій та/або електронній формі відповідних розрахункових документів, що підтверджують виконання розрахункових операцій. Зміст ще одного нормативного документу – Положення про форму та зміст розрахункових документів/електронних розрахункових документів також не стосується факту сплати туристичного збору [3]. Під час сплати

туристичного збору платник нічого не купує і не продає, претензій щодо якості проданого йому товару чи наданої послуги він нікому пред'явити не може.

Отже, можемо зробити наступні висновки. Сплата туристичного збору його платником жодним чином не вважається оплатою товарів, послуг або будь-яким іншим фактом, що підтверджується касовим чеком. Тому, вищенаведена інформація свідчить про відсутність необхідності проведення операції сплати туристичного збору через РРО. З іншого боку, податківці та контролюючі органи не заперечують того, що туристичний збір є транзитною сумою і наголошують також, що раніше сума туристичного збору мала бути відображеною у Книзі обліку, щоб провести оприбуткування готівки в розмірі такого збору. Тому ФОП, зазвичай, відображали транзитну суму туристичного збору у такій Книзі у складі доходу й одразу вираховували її з доходу. Виходить, що у складі обов'язкових реквізитів касового чека для суб'єкта господарювання, які зареєстровані платниками іншого податку, ніж акцизний податок і ПДВ, окремим рядком треба наводити літерне позначення, розмір ставки такого податку, загальну суму такого податку за всіма зазначеними в чеку товарами (послугами). Це можна зробити лише за наявності технічної можливості – касові чеки реєстраторів розрахункових операцій можуть відображати окремим рядком ставку й суму туристичного збору. Отже, ситуація є патовою. І так, і так можна відображати, і так, і так неможна відображати. Вирішення може бути лише на підставі нормативного документу, яким керуватимуться під час перевірки податкові та інші контролюючі органи, або хоча б окремого офіційного роз'яснення від них.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг : закон України від 6 липня 1995 року № 265/95-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.11.2022).
2. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 15.11.2022).
3. Про затвердження Положення про форму та зміст розрахункових документів/електронних розрахункових документів : наказ Міністерства фінансів України від 21.01.2016 № 13 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0220-16#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

УДК 657.432

ЧАБАНЕНКО Аліна,

здобувачка 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»

НТУ «Дніпровська політехніка», м.Дніпро, Україна

*Науковий керівник: **ШИШКОВА Наталія,***

кандидат економічних наук, доцент,

НТУ «Дніпровська політехніка», м.Дніпро, Україна

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ

Проблема контролю за обліком розрахунків з покупцями є актуальною, бо від правильного його ведення залежать доходи підприємств. Щоб запобігти недолікам, у внутрішній політиці потрібно прийняти певні заходи щодо покращення обліку. Проблемою в даній ділянці обліку є недотримання чинного законодавства. Тому, основним завданням контролю з покупцями є дотримання чинного законодавства, правомірності, доцільності, повноти.

Сучасні дослідження можуть сприяти розширенню сфер застосування ІТ-технологій в сферах фінансового контролю і управління розрахунками з покупцями. Симбіоз криптографії та комп'ютеризації, використання алгоритмів математичного обчислення, мінімізація людського фактору при прийнятті рішення системою надають неабияких переваг інноваційних технологій. В ІТ-сфері можуть знайтися відповідні до існуючих вимог сервіси, інструменти і технології (Blockchain, Hashgraph, Otonomos, BoardRoom, Colony, Paperless), впровадження яких дозволить подолати економічне, технологічне і правове відставання у сфері фінансового контролю, в т.ч. розрахунків з покупцями.

Облік розрахунків з покупцями обліковується на рахунку 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями» та 362 «Розрахунки з іноземними покупцями» з деталізацією по кожному покупцю, за кожним пред'явленим до сплати рахунком

За визначенням П(С)БО 10 дебіторська заборгованість - це сума боргу дебіторів перед підприємством станом на певну дату [1]. Відповідно до правила П(С)БО, поточна дебіторська заборгованість, пов'язана з продажем товарів, робіт, послуг та визнається активом одночасно з доходом від продажу товарів, робіт та послуг. Відповідно до П(С)БО 10, сумнівна заборгованість - це поточна дебіторська заборгованість, до якої є невизначеність щодо її погашення боржником [1].

Таблиця 1

Кореспонденція рахунків по нарахуванню резерву сумнівних боргів

№ з/п	Зміст господарської операції	Дебет	Кредит
1	Створено резерв сумнівних боргів за методом, визначеним у наказі про облікову політику	944	38
2	Витрати віднесено на фінансовий результат операційної діяльності	791	944

Наявність безнадійної заборгованості пояснює втрату доходу, а також зменшення прибутку. Відображення сумнівного боргу є важливим, адже тільки так можна проаналізувати реальний стан дебіторської заборгованості у фінансових звітах. Проблеми найчастіше зустрічаються у бухгалтерських проведеннях резерву сумнівного боргу та списанні безнадійної дебіторської заборгованості. Тому для вирішення цих актуальних питань слід навести приклад проведення у таблиці 1. Слід зазначити, що при нарахуванні резерву сумнівних боргів витрати підприємства зростають, а фінансовий результат зменшується.

Ділянка обліку з покупцями займає великий обсяг роботи, бо потрібно проводити внутрішній контроль, щоб на ранній стадії запобігти фатальних помилок. Адже облік з покупцями має як економічний аспект (прибуток від продажу), так і податковий аспект. В податковій сфері кожен бухгалтер стикався з проблемою блокування податкових накладних. А щоб полегшити розблокування потрібно мати всі підтверджуючі документи, бо первинні документи є аргументом для того, щоб покупець прийняв суму ПДВ, утримувану продавцем. П.201.1. ст.201 ПК України визначає алгоритм дій платника податку. Отже, на дату виникнення податкових зобов'язань він має скласти податкову накладну в електронній формі. Обов'язковим є дотримання умов реєстрації у порядку, визначеному законодавством, накладання електронного підпису уповноваженої платником особи, реєстрація її в ЄРПН у встановлений Кодексом термін [2]. Відповідно до п.187.1 ст.187 ПК України «датою виникнення податкових зобов'язань з постачання товарів/послуг вважається дата, яка припадає на податковий період, протягом якого відбувається будь-яка з подій, що сталася раніше»:

а) або дата зарахування коштів від покупця/замовника на банківський рахунок платника податку як оплата товарів/послуг, що підлягають постачанню. У випадку постачання товарів/послуг за готівку - дата оприбуткування коштів у касі платника податку;

б) або дата відвантаження товарів (при експорті товарів - дата оформлення митної декларації, що засвідчує факт перетинання митного кордону України) [3].

Тому від ефективного управління дебіторською заборгованістю, що є основою безперервного обліку та оподаткування, заборгованість повинна бути повністю задокументована та своєчасна, первинні документи (договір, рахунки, видаткові накладні або акти виконаних робіт, довіреності, платіжні доручення, ТТН), повинні бути підготовлені на момент здійснення операції, щоб запобігти проблем.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що дебіторська заборгованість охоплює відіграє одну із найважливіших ролей на підприємстві. Ефективним вирішення проблем можливе лише при комп'ютеризації бухгалтерського обліку та розробці внутрішніх документів для контролю. Таким чином, при внутрішньому контролі потрібно звертати увагу на: процес документообігу, визнання та списання заборгованості, бухгалтерські проведення та ін.

Інформатизація системи контролю за дебіторською заборгованістю повинна охоплювати:

- інформаційні ресурси: бази інформації, поточної і звітної документації, довідники користувачів, послідовність дій при переході на аварійний режим;
- –програмне забезпечення державного фінансового контролю;
- фізичні ресурси: комп'ютери і комунікаційне устаткування органів контролю, електронні та паперові носії даних, інше технічне устаткування;
- сервіси: обчислювальні, аналітичні, контрольні і комунікаційні сервіси.

При цьому перспективним для впровадження в фінансовий контроль вбачається інструментарій збереження, шифрування та використання інформації, який дозволить подолати існуючі недоліки системи фінансового контролю України [6]. Цим шляхом може бути вирішена проблема не тільки технологічної адаптації методів планування, здійснення, документування результатів контролюючих процедур, але й правового та науково-методологічного обґрунтування при використанні нових технологій.

Отже, тенденції ІТ-розвитку дозволять вирішувати існуючі проблеми за допомогою інноваційних механізмів і технологій. Інакше і надалі Україна залишиться осторонь від кращих практик контролю, управління та фінансових інновацій. Тому моніторинг можливостей та недоліків застосування сучасних механізмів в системі фінансового контролю може стати основою підвищення

транспарентності, ефективності, достовірності, надійності інформації, аналітичного підтвердження контрольних дій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Дебіторська заборгованість: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. Наказ Міністерства фінансів № 588 від 29.09.2020. Редакція від 03.11.2020// (online): <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>
2. Податковий кодекс України. №2755-VI. Редакція від 28.10.2022// (online): <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
3. Дохід: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. Наказ Міністерства фінансів № 588 від 29.09.2020. Редакція від 03.11.2020// (online): <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>
4. Витрати: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. Наказ Міністерства фінансів № 588 від 29.09.2020. Редакція від 03.11.2020// (online): <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>
5. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: Наказ Міністерства фінансів від 24.05.95 р. № 88. Редакція від 10.08.2021 // (online): <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#Text>
6. Шишкова Н. Л. Використання блокчейну у трансформації державного фінансового контролю / Н. Л. Шишкова // Проблеми економіки. - 2018. - № 2. - С. 382-388// (online): http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2018_2_51

УДК 330.15:502.33

ШТИК Юлія

*кандидат економічних наук, доцент,
Національний авіаційний університет, м. Київ*

РОЗВИТОК РИНКУ ЕКОСИСТЕМНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сучасне раціональне використання екологічних ресурсів у контексті забезпечення розвитку ринку екосистемних послуг в Україні дуже широке і включає не стільки природоохоронну діяльність пов'язану з компенсацією наслідків забруднення навколишнього середовища об'єктами господарювання, скільки екологічно орієнтовані види діяльності підприємств.

«Однією з найголовніших умов ефективного розвитку ринку екосистемних послуг є збереження та об'єктивна оцінка біорізноманіття певного регіону чи території. Цей вид екосистемних послуг на відміну виробництва та реалізації біопродукції не проходить через конкретний ринок і не має грошового вираження, оскільки цінність біорізноманіття вимірюється не в результаті використання, а навпаки, у результаті збереження ресурсів екосистеми» [1].

Мішенін Є.В. зазначає, що «...систематичне неврахування екосистемних послуг у процесі прийняття економічними суб'єктами

управлінських рішень частково пояснюється відсутністю узгодженого наукового підходу до визначення їх сутності та змісту, методичного інструментарію їх економічної оцінки...» [2].

У контексті вартісної оцінки важливо, що, на відміну від інших категорій благ, лише суспільні блага не можуть обертатися на ринках і тому до них, теоретично, не можуть бути застосовані оціночні методи, основані на ринкових цінах. Проблема полягає в тому, що у загальному переліку екологічних ресурсів, запропонованого Констанца Р. [3], переважна більшість належить саме до категорії суспільних благ. Виключенням є лише виробництво харчових продуктів, сировини та матеріалів, частково - генетичних ресурсів, а також, за певних умов, - рекреація.

Встановлено, що результати за вирахуванням витрат формують базу для розрахунку рівняння тренду поточних витрат та капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за видами природоохоронних заходів (табл. 1).

Екологічні показники є основним інструментом для проведення оцінки умов раціонального використання екологічних ресурсів у контексті забезпечення розвитку ринку екосистемних послуг в країнах Східної Європи, Кавказу та Центральної Азії. Вибрані належним чином показники, що базуються на достатніх часових рядах даних (часові тренди), можуть не тільки відображати основні тенденції, але й сприяти аналізу причин та наслідків екологічної обстановки, що склалася.

Таблиця 1

Сутність економічної категорії «екологічні витрати»

Автор	Сутність екологічних витрат
Замула І. [4]	всі витрати, пов'язані зі здійсненням екологічної діяльності підприємств
Максимів Л. [5]	витрати на покриття негативних зовнішніх ефектів, які виникають внаслідок добровільних чи обов'язкових природоохоронних заходів з метою запобігання, усунення чи зменшення навантажень на довкілля, а також внаслідок втрат продуктивності та незворотних втрат сировини, матеріалів, енергії
Лень В., Колівешко О. [6]	сукупність витрат за користування надрами та іншими природними ресурсами, плату за видобування корисних копалин, екологічний податок та витрати на природоохоронні заходи
Слюсарчук Р. [7]	сукупність живої та уречевленої праці, яка витрачається на відтворення природних ресурсів і природного довкілля, попередження і ліквідацію забруднення довкілля, підтримання в нормальному стані і покращення якості природних ресурсів.

Джерело: узагальнено автором

Дослідження умов раціонального використання екологічних ресурсів у контексті забезпечення розвитку ринку екосистемних послуг в Україні залежить від гнучкості механізмів переорієнтації державних та регіональних витрат на охорону навколишнього середовища з огляду на величину екосистемних послуг певних територій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Коморна О.М. Перспективні напрями розвитку ринку екосистемних послуг у контексті збалансованого природокористування. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки.* 2016. Вип. 18(1). С. 138-141. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_18%281%29_37
2. Мішенін Є.В. Розвиток ринку екосистемних послуг як напрямок посткризового зростання економіки України. *Механізми регулювання економіки.* 2010. Т. 3. С. 104-117.
3. Constansa R. The value of the world's ecosystem services and natural capital. *Nature.* 1997. Vol. 387. P. 253-260. URL: www.esd.ornl.gov/benefits_conference/nature_paper.pdf
4. Замула І. В. Бухгалтерський облік екологічної діяльності у забезпеченні стійкого розвитку економіки : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2010. 440 с.
5. Максимів А .І. Тенденції розвитку екологічно орієнтованого бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит : наук. журнал.* 2005. № 5. С. 18–23.
6. Ленъ В., Колівешко О. Екологічні збитки, витрати та втрати: поняття, зміст. *Бухгалтерський облік і аудит.* 2014. № 2. С. 11–18.
7. Слюсарчук Р. І. Класифікація екологічних витрат і джерела їх виникнення на деревообробних підприємствах. *Науковий вісник Укр. ДЛТУ,* 2003, вип. 13.4. С 234–238.

УДК 657.1

ЮЗЕФОВИЧ Карина

здобувач вищої освіти 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»

Миколаївський національний аграрний університет,

м. Миколаїв, Україна

Науковий керівник: - **КУШНІРУК Віктор,**

канд. екон. наук., доцент

Миколаївський національний аграрний університет,

м. Миколаїв, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОРГАНІЗАЦІЮ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Впровадження інформаційних технологій у всі сфери нашого життя останніми роками йде швидкими темпами. Це дозволяє з одного боку оптимізувати діяльність людини «оповитої»

інформаційними потоками, з іншого боку створює певні проблеми.. На сьогоднішній день керівникам організацій часто доводиться приймати рішення в умовах невизначеності та ризику, що змушує їх постійно контролювати різні аспекти фінансово – господарської діяльності. Грамотно оброблена та систематизована інформація є певною мірою гарантією ефективного управління виробництвом. Навпаки, відсутність достовірних даних може призвести до невірних управлінських рішень і, як наслідок, серйозних збитків.

Використання в управлінській діяльності сучасних досягнень у галузі інформаційних технологій забезпечує своєчасність та повноту інформації про керовані процеси, дає можливість для більш глибокого аналізу, моделювання та прогнозування [1]. Завдяки ІТ-технологіям операції з введення та обробки даних стали здійснюватися швидше і простіше, при цьому кінцевий результат роботи має більш високу якість, ніж коли подібні операції виконувались вручну [2]. Досягнення в галузі інформатики, кібернетики та інформаційних технологій дозволяють значною мірою зняти обмеження з трудомісткості облікових операцій, обробці масивів статистичних даних, змінюють підходи до процесів зберігання, передачі та агрегування бухгалтерської інформації. Збільшення швидкості обробки інформації, обсягів оперативної пам'яті, застосування мережевих технологій розширюють можливості обліково-аналітичних служб за періодичністю подання звітності, підвищення рівнів аналітики, введення нормативних показників у систему рахунків, автоколації числових показників безлічі відокремлених підрозділів. Використання спеціалізованих програмних засобів створює реальні передумови вивчення взаємозв'язку рахунків з допомогою методів лінійної алгебри, засобів комп'ютерного моделювання.

Автоматизованим інформаційним системам обліково-аналітичного управління властиві такі характеристики: раціональний розподіл реквізитів у первинних документах, реєстрах та формах звітності; оптимальне співвідношення між реєстрами; ефективне поєднання хронологічної та систематичного запису; скорочення шляху проходження оброблюваної інформації з її виникнення у первинних документах до балансу. Комп'ютерна техніка та програмування зовсім змінюють характер праці управлінця, дозволяють застосовувати нові методики навчання бухгалтерській справі: віртуальні ігри, навчальні програми.

На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій при автоматизації бухгалтерського обліку та економічного аналізу використовують такі засоби, як неспеціалізовані програмні пакети,

які мають аналітичні можливості; спеціалізовані програмні засоби для створення інформаційного сховища даних бухгалтерського обліку; інтегровані системи керування підприємством [3].

Аналіз основних переваг, які несе автоматизація обліково-аналітичного управління дозволив об'єднати їх у чотири основні групи: 1) підвищення якості інформації. Досягнення в галузі інформаційних технологій значною мірою дозволяють знизити вплив «людського фактору», зменшити кількість арифметичних помилок в обліку та звітності та завдяки створенню єдиної інформаційної бази підвищити якість виконання розрахунків; 2) економія часу та трудовитрат. Використання інформаційних технологій дозволяє скоротити час та сили на обробку облікових операцій, тим самим підвищити продуктивність праці працівників. Простота та гнучкість використання комп'ютерних систем дозволяє підвищити швидкість збору, передачі, обробки інформації, складання звітів та ведення документації; 3) оперативність, своєчасність та актуальність облікових даних. Використання інформаційних технологій у бухгалтерському обліку значно підвищує його оперативність, дає можливість оцінити поточний фінансовий стан підприємства та його перспективи. Інформаційні системи значно розширюють аналітичні можливості обліку, дають можливість для паралельного ведення обліку у кількох стандартах; 4) посилення контролю. Комп'ютерні системи дозволяють здійснити розмежування доступу до інформації, розподіл функцій.

З'являється можливість для оперативної оцінки та контролю діяльності з боку керівництва організації [1].

Отже, автоматизація обліково-аналітичного управління пройшла шлях від простих класів програм до створення інтегрованих систем управління підприємством і продовжує стрімко розвиватися, відкриваючи все нові можливості та перспективи для розвитку бухгалтерського обліку та звітності. Розвиток інформаційних технологій у бухгалтерському обліку сприяє підвищенню ефективності та якості роботи бухгалтера, покращенню контролю над фінансово-господарською діяльністю підприємства. Водночас слід зауважити, що жодна система автоматизації обліку не може повністю замінити бухгалтера. Адже існує безліч питань, при вирішенні яких необхідне вироблення професійного судження, яке якраз слабо піддається автоматизації, бо ґрунтується, перш за все, на особистому досвіді людини. Не слід забувати і проблеми захисту інформації в інформаційних системах. Зі збільшенням обсягів та складності інформаційних потоків зростають і ризики втрат, спотворення

інформації, які можуть мати також навмисний характер. Тому слід посилювати заходи комп'ютерної безпеки. Залежно від необхідного рівня забезпечення захисту інформації, витрати на створення таких систем можуть бути порівняні з вартістю програми автоматизації обліку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Акмаров П.Б., Князева О.П. Перспективи і проблеми використання інформаційних технологій в автоматизації бухгалтерського обліку. *Науковий журнал КубДАУ*. 2017. №130(06).
2. Шитова Т. Ф. Використання передових інформаційних технологій у бухгалтерському обліку. *Міжнародний бухгалтерський облік*. 2012. № 22. С. 21-26.
3. Сидорова М. І. Сучасні інформаційні технології як інструмент автоматизації бухгалтерського обліку та звітності. *Міжнародний бухгалтерський облік*. 2011. № 28. С. 19-24.

СЕКЦІЯ 4.
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НОВІТНІХ
СУСПІЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

УДК 338.488.2:640.4:004.738.5

АНДРОЩУК Аліна,

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Науковий керівник: - **ВАВДІЙЧИК Ірина.**,
канд. екон. наук, доцент

*Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

МІГРАЦІЯ ДАНИХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
У ХМАРНІ СХОВИЩА

У сучасних умовах нестабільної економічної ситуації та за відсутності гарантії безпеки, підприємства готельно-ресторанного бізнесу змушені шукати зручні та економічні методи збереження даних. Одним із таких рішень, що довело свою швидкість, гнучкість, ефективність, економічну вигоду та мобільність, є використання хмарних технологій. Дедалі частіше бізнес по всьому світі мігрує у хмару, проте для українських підприємців це не просто тенденція, а вимога сучасності. Спершу, обмежувальні заходи, запроваджені під час пандемії коронавірусу, стали поштовхом до створення онлайн резервів для бази даних підприємств. Згодом, питання убезпечення даних та ІТ-ресурсів стало одним із найголовніших завдань для суб'єктів господарювання, які опинились під впливом негативних факторів в умовах воєнного стану.

Рятуючись від війни, сотні підприємств змушені були негайно евакуюватись. Різко постало питання збереження активів, відновлення роботи на користь економіки і збереження робочих місць. Переїзд у більше безпечніші місця є виходом із ситуації. Проте, дана опція малодоступна надто великим великим компаніям, які потребують допомоги уряду в цьому. У рамках програми підтримки уряду України по релокації діючих підприємств, світовий вендор Microsoft Corporation надав у користування хмарні сервіси, які дозволили забезпечити інфраструктуру рішення для автоматизації процесів. [1]

Перенесення операцій ресторанів та готелів (особливо це стосується систем управління власністю) у хмару, окрім того, що забезпечує операційні переваги, ще й підвищує рентабельність інвестицій. У недалекому майбутньому очікується майже стовідсотковий перехід закладів харчування та гостинності на хмару. Оскільки хмара забезпечує безперебійний онлайн-доступ до бази даних.

Серед переваг переходу готельно-ресторанного бізнесу на хмарні сервіси, можна виокремити наступні:

- миттєвий доступ, який надає можливість вирішувати виникаючі у ході роботи проблеми;
- безперебійне бронювання номерів в готелях та столиках у закладах харчування;
- зберігання даних на сервері;
- гнучкість використання програмного забезпечення на місцях реєстрації;
- зменшення витрат на ІТ послуги;
- відсутність потреби у підтримці ІТ-інфраструктури;
- простота та зрозумілість у використанні;
- автоматизація процесів для підвищення ефективності роботи;
- захищеність та конфіденційність інформації та дати корпоративного рівня;
- віддалений доступ;
- можливий імпорт даних [2].

Загалом у світі, як запевняють аналітики Gartner, до 2025 року понад 85% організацій будуть дотримуватись принципу "хмара на першому місці" і реалізація цифрових стратегій без хмарних архітектур і технологій буде неможлива.[3] Оскільки під час повномасштабного вторгнення росії в Україну, завдання убезпечення даних постало перед українськими підприємцями як одне із найголовніших, в Україні така ситуація може статись значно швидше.

Окрема та не менш важлива функція, ніж резервація, є обробка даних у хмарних сервісах. Існують системи на хмарних платформах, які збирають інформацію з внутрішніх програм. Завдяки цим системам підприємство може побудувати різні діаграмні моделі та провести будь-які операції пов'язані з аналітикою чи обробкою даних.

За 2020 рік обсяг українського ринку хмарних послуг, за даними Synergy Research Group, зріс на 35%. [4] В Україні технології хмарних рішень впроваджує компанія Київстар.

Організувати роботу співробітників з будь-якої точки планети можна завдяки службі Azure Virtual Desktop та пакету офісних програм Microsoft 365. З ним бізнес може налаштувати віртуальний робочий простір своєї команди з необхідним набором програм, індивідуально адаптуючи його під кожного співробітника або окремих відділ. Для підключення до віддаленого робочого стола працівнику потрібен буде лише доступ до інтернету та будь-який пристрій – ноутбук, смартфон, планшет тощо.[5]

Міграція даних у хмарні технології, надає можливість готельно-ресторанному бізнесу покращити та автоматизувати його функціонування, забезпечити захист даних та їх резервування задля подальшого активного функціонування. Це сприяє подальшому розвитку підприємств, збереження фінансів та активів, належному управлінню ризиками та підвищенню якості діяльності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Врятувати бізнес від війни. Навіщо державі та бізнесу IT-платформа для релокації. URL;
<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685722/index.amp>
2. ГУРТ. URL; <https://gurt.org.ua/articles/38359/>
3. Хмари на озброєнні : 5 сценаріїв роботи бізнесу під час війни і не тільки. URL;
<https://delo.ua/telecom/xmari-na-ozbrojenni-pyat-scenariyiv-roboti-biznesu-pid-cas-viini-i-ne-tilki-404619/>
4. Новини ринку. URL; <https://deps.ua/ua/news/novosti-rynka/9164.html>
5. Хмарні технології рятують бізнес під час війни. URL;
<https://hub.kyivstar.ua/news/hmarni-tehnologiyi-ryatuyut-biznes-pid-chas-vijny/>

УДК 339.9

БУРКОВСЬКА Анна,

*асистент кафедри менеджменту та маркетингу,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

УПРАВЛІННЯ ТРЕНДАМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У 2021 році індустрія гостинності намагалася відродитися після наслідків пандемії COVID-19. З початком 2022 року та третього року COVID-19, який ознаменував ще один новий штам, омікрон, тестування продовжуватиметься [1]. Креативність у поєднанні з гострою концентрацією на управлінні ризиками буде ключовою для руху вперед у бізнес-середовищі.

Для туристичної індустрії 2022 рік — це більше, ніж просто спостерігати за збільшенням кількості авіапасажирів і зростанням заповнюваності готелів, коли відвідувачі повертаються до міст і на пляжі. Деякі з цих змін, ймовірно, продовжуватимуть впливати на подорожі після того, як криза охорони здоров'я вщухне. Глобальні туристичні поїздки зростуть на 30% у 2023 році після зростання на 60% у 2022 році, але залишаться нижче рівня до пандемії. Економічний спад та стратегія Китаю щодо нульової боротьби з ковідом затримають відновлення [1].

Наслідки пандемії не проходять безслідно і для страховиків. Андеррайтери дедалі частіше проводять перевірки нерухомості на місці та перевіряють відгуки в соціальних мережах на наявність ознак потенційного ризику [2]. Те, як ресторани справляються зі зростанням продажів алкоголю, також перевіряється, як і ретельність готелів у вживанні заходів безпеки від COVID.

Особливо сильно постраждали ресторани, які повернулися з кращою оплатою праці, бонусами за підписку та кращими пільгами, як, наприклад, обмежене медичне обслуговування та зобов'язання оплачувати навчання. Готелі певною мірою наслідують цей приклад. Але вони знайшли й інші рішення, як, наприклад, скорочення витрат на прибирання. Технології також допомогли, полегшивши обслуговування за допомогою таких рішень, як мобільні програми та чат-боти [3].

Захист тих співробітників, які повернуться, і надалі залишатиметься великим пріоритетом, особливо тому, що COVID та його штами все ще присутні, з ймовірністю ще більшої шкоди. Поліпшення умов праці залучить більше працівників, а також компенсує ризики.

У 2022 році бізнес у сфері гостинності буде зосереджений на відновленні своєї робочої сили. Ці зусилля будуть домінувати в тенденціях гостинності в осяжному майбутньому. Менеджери почнуть із основ — запропонують конкурентну оплату праці та додаткові переваги працівникам [2]. Управлінці у готельно-ресторанному бізнесі також використовуватимуть технології, щоб залучати й утримувати таланти, покращуючи досвід роботи співробітників крок за кроком. Підвищення кваліфікації у сфері гостинності також стане ключовою стратегією менеджменту готелю.

Технологічні рішення продовжують змінювати гостинність. Починаючи із систем торгових точок, які додають швидкості та ефективності процесу продажів, управлінню запасами та грошовим потоком. Ще однією перевагою під час обмеженої

взаємодії із клієнтами є поширення додатків, які, наприклад, можуть полегшити навчання водіїв і передпоїздковий огляд автомобіля для доставки з ресторану. Проте, спроби онлайн-шахрайства, що впливає на гостинність, продовжують зростати, збільшившись на 155,9% лише за другий квартал 2021 року [3]. Отже, організаціям потрібно розуміти ризик кібератак і запровадити запобіжні заходи, починаючи від брандмауерів і закінчуючи навчанням співробітників уникненню зломів.

Під час пандемії споживачі звикли до двох речей: технологій і можливості залишатися вдома. Незважаючи на те, що компанії готові знову повернутися до звичної взаємодії із клієнтами, вони використовуватимуть технології, щоб зробити обслуговування гостей персоналізованим і легким [4]. Готелі, зокрема, намагатимуться заманити бізнес-мандрівників назад, обладнавши готельні номери всіма необхідними технологіями.

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу прискорили свою цифрову трансформацію, щоб адаптуватися під час пандемії. Це допомогло їм перейти до нових бізнес-моделей, а також створило нові способи взаємодії з клієнтами та додало нові джерела доходу. З мобільними платформами такі завдання, як нарахування заробітної плати, графіки та відкрита реєстрація, будуть оцифровані [4]. Працівники можуть використовувати чат-ботів на своїх пристроях, щоб ставити питання, і матимуть прямий доступ до важливої інформації. Автоматизація також може спростити та оптимізувати складний, трудомісткий процес — адаптацію. Автоматизація кадрів буде безпрограшною як для адміністраторів, так і для працівників.

Отже, у 2023 році індустрія гостинності стане більш орієнтованою на дані. Від побудови систем до платформ CRM компанії створюють пов'язане середовище, де різні мережі та програмне забезпечення зможуть об'єднати всю організацію для підвищення ефективності. Компанії інвестуватимуть у інтелектуальні технології, щоб отримати ефективну інформацію про свій бізнес, клієнтів і співробітників, щоб приймати рішення, які принесуть кращі результати.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Посібник EIU з туризму в 2023 році. URL: <https://cutt.ly/jMDGGfJ>.
2. Ніколайчук Ольга Анатоліївна. (2021). Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах COVID-19. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм, (13), 108-114. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-11>.

3. Дишкантюк О.В., Потьомкін А.М., Власюк К.В. Індустрія гостинності та туризму в умовах covid-19: світова практика та українські реалії. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 61 С. 11-17.

4. Чаркіна Т. Ю., Марценюк А. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельнохресторанним бізнесом в умовах кризи. Економіка та держава. 2021. №2. С. 19-23.

УДК 338.483.13

ВЕЛИЧКО Олена,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет,
м.Київ. Україна*

БАНЄВА Ірина,

*доктор економічних наук, професор кафедри готельно-
ресторанної справи та організації бізнесу*

*Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ЧУПРУН Катерина,

*здобувач 4 курсу освітнього ступеня «бакалавр»
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

За даними аналітиків, останніми роками середня дохідність готельної нерухомості в Україні становила 11%, Саме тому до початку повномасштабних бойових дій в Україні готельний бізнес вважався однією з найприбутковіших інвестицій. Незважаючи на жорсткі вимоги пандемії у 2021 році попит на послуги закладів розміщення мав тенденцію до зростання. За даними, що наводяться [1] у 2021 році західний регіон України відвідали понад 200 тис. туристів із країн Аравійського півострова. На півдні спостерігався приріст мандрівників із Ізраїлю, Туреччини й Балканів. Щороку кількість іноземних туристів збільшувалася на 20-30%, що значно вплинуло на платоспроможність внутрішнього туризму та привабливість готельного бізнесу для інвесторів.

Через воєнні дії співвідношення попиту та пропозиції в готельному бізнесі України змінились: значна кількість об'єктів не працює з міркувань безпеки, через брак попиту, з технічних причин, через пошкодження від обстрілів або повністю зруйновано. В цілому простежується чітка регіональна залежність від активності бойових дій. Так, на півдні обсяг грошових надходжень від готельного бізнесу становить 3–5% від планового, в Києві й області

– 10–15%, на сході через бойові дії та окупацію територій більшість готелів призупинили роботу [1]. Що стосується західних областей, то за період лютий–квітень заклади розміщення були завантажені на 100%. За статистикою Державного агентства розвитку туризму, за перші шість місяців 2022 року сума туристичного збору склала 89,4 млн грн, що майже на 28,8% більше в порівнянні з сумою в аналогічний період 2021 року (69,4 млн грн.). Лідерами за приростом туристичного збору стали місто Київ та чотири області (Львівська, Закарпатська, Хмельницька та Івано-Франківська). Поповнення бюджету за рахунок туристичного збору в м. Києві склало більше ніж 20 млн грн. Найбільше зростання в порівнянні з аналогічним періодом у 2021 році зафіксовано у Львівській області – 193%, бюджети громад цього регіону отримали 19,7 млн грн. туристичного збору. У Івано-Франківській області сума турзбору зросла на 76,4% і склала 9 млн грн, у Закарпатській області – ріст склав 144% порівняно з аналогічним періодом торік і склав 8,7 млн грн [2]. Такі суми свідчать про значний потік людей, які рятувалися від війни зі східних, центральних та південних регіонів на заході України.

Значне падіння туристичного збору зафіксовано в областях, де велися або наразі ведуться воєнні дії, а також у тих, які були окуповані. Найбільше зменшився туристичний збір у Миколаївській (63%), Луганській (60%), Сумській (48%), Херсонській (46%) та Запорізькій областях (41%) [3]. Понад 2000 об'єктів готельної нерухомості, що розташовані на півдні та сході України, не відкрилися зовсім. Винятком було місто Одеса, у якій нині працює 90% закладів розміщення з середньою завантаженістю 60%.

У Києві готелі відновили роботу в травні, однак досі тримають невисокий показник – 15–25%. Окремо потрібно звернути увагу на роботу готелів міжнародних брендів: такі заклади розміщення, розташовані у великих містах, переважно призупинили роботу, що обумовлено політикою безпеки й іноземним менеджментом. Нині в Києві відновили роботу такі міжнародні готелі, як Hilton Kyiv, InterContinental Kyiv, Radisson Blu Hotel, а також Fairmont Grand Hotel Kyiv, Mercure Kyiv Congress, Holiday Inn Kyiv та інші.

Нові виклики військового часу змусили багатьох власників готельного бізнесу переформатувати свої бізнес-процеси. Змінився профіль споживача. Першу категорію складають переселенці які або тимчасово проживали в закладах розміщення і потім повертались додому чи знаходили постійне житло в новому для себе місті, або ж переміщувались далі – за кордон. Цю категорію також формують великі компанії та дипломатичні установи, що релокували свої команди в безпечніші області. Наприклад, у

міських готелях Ribas Hotels Group в Одесі внутрішньо переміщені особи в перші місяці війни становили близько 70% гостей, нині їх порівняно небагато – 10%. Це переважно люди із Херсона та Миколаєва. Полтавський Premier Hotel Palazzo в березні майже на 70% був завантажений біженцями з Харкова. Premier Hotel Dnister у Львові в березні та квітні виділив значну кількість номерів для безкоштовного розміщення біженців, а також облаштував один із конференц-залів під безкоштовний хостел [3].

Друга категорія гостей – представники ЗМІ, дипломатичні делегації, міжнародні волонтерські організації тощо. Повністю відсутні такі сегменти, як туристичний і корпоративний.

Керівники готелів мають постійно розробляти антикризисні заходи, щоб максимально нівелювати негативний вплив зовнішнього середовища. В умовах високого ризику та непередбачуваності для готелів важливо не втратити грошовий потік, що забезпечує життєздатність бізнесу. За останні сім місяців багато готельєрів переглянули свою цінову політику, скооперувалися з постачальниками, диверсифікували свою діяльність, відкрили нові ринки збуту. Окремі власники готельних мереж переглянули портфель свого бізнесу, передислокували його в відносно безпечні регіони, на Львівщину, Івано-Франківщину, Тернопільщину. Так, наприклад Ribas Hotels Group запустили два нових об'єкти, які до початку великої війни були готові до відкриття на 95%. Також, підписали три контракти — два спільні з девелоперами проєкти у селі Поляниця Івано-Франківської області та готельно-ресторанний комплекс у Мукачево, що на Закарпатті. [4].

На думку фахівців, готельний бізнес, що розташований у безпечних західних регіонах, має нагоду вкладати кошти в оновлення основних фондів та збільшення виробничих потужностей. Такі інвестиції окупаються, оскільки в найближчі 5-10 років осередком внутрішнього туризму стане саме ця частина України. Причина — мінування акваторії Чорного та Азовського морів й значні руйнування в курортних містах, які перебувають в тимчасовій окупації.

Перед менеджментом готелів постали нові виклики, такі як нестача персоналу в наслідок міграції та мобілізації на військову службу, порушення ланцюгів постачання продукції, обмеження функціонування внаслідок комендантської години та повітряної тривоги, пошук альтернативних джерел енергії (встановлення сонячних батарей, закупівля генераторів, додаткових елементів живлення), переобладнання підвальних приміщення під сховища, створення додаткових запасів води та продуктів харчування для

безперебійної роботи, перегляд асортименту послуг, оптимізація роботи ресторанів, перегляд меню та інше. Цей перелік нових труднощів з часом збільшується і стає справжнім викликом для бізнесу і вимагає від нього максимально оперативного переналаштування діяльності відповідно до нових викликів і загроз з врахуванням воєнної специфіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лупашко А. На початку війни готельний бізнес України обвалився на 90%. Чи є надія на відновлення . URL : [https://forbes.ua/company/na-pochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsvya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033#:~:text=\(дата звернення 16.11.2022\)](https://forbes.ua/company/na-pochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsvya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033#:~:text=(дата звернення 16.11.2022))
2. Маджумдар О. Готелі напівпорожні, надходження до бюджету знизяться. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/oteli-polupustuye-postupleniya-byudzhetsnizyatsya-1655814100.html> дата звернення 06.11.2022)
3. Встояти під час війни: як працюють готелі України URL :<https://commercialproperty.ua/analitics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuuyut-goteli-ukraini/> (дата звернення 16.11.2022)
4. Лупашко А. Заощаджуємо та примножуємо. Як власникам бізнесу змусити гроші працювати в умовах війни. URL : <https://delo.ua/realty/zaoshhadzujemo-ta-primnozujemo-yak-vlasnikam-biznesu-zmusiti-grosi-pracyuvati-v-umovax-viini-404867/>(дата звернення 16.11.2022)

УДК 339.9.01

ГОРОШКО Михайло,

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Харківський національний економічний університет
ім.С. Кузнеця, м. Харків, Україна*

Науковий керівник:- **СУЩЕНКО Олена,**

*д-р екон. наук, професор,
Харківський національний економічний університет
ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна*

ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

Міжнародний туризм представляє собою практику тимчасових подорожей мільйонів людей до іншої країни задля відпочинку, рекреаційного відновлення, огляду культурно-історичних пам'яток, задоволення власних соціально-культурних і психологічних потреб. Однак при цьому, туризм це також соціально-економічна діяльність, яку слід розглядати через економічний вимір та її вплив на розвиток глобального ринку, зокрема, ринку послуг. Під час

організації та здійснення подорожі туристи сплачують за такі послуги, як проживання, харчування, проїзд, відвідування музеїв, сувеніри та т.ін., забезпечуючи приток іноземної валюти до країни. Це джерело доходу від розвитку туристичного сектору країн отримало назву «індустрія без димоходів» (англ. «chimney-free industry») [1].

Витрати іноземних туристів в країні відвідування розглядаються як експортні операції, тоді як усі туристичні витрати, зроблені місцевими жителями за кордоном, визначаються як імпорт товарів і як дебетова стаття балансу будь-якої національної економіки. Доходи та витрати від туризму представлені в частині балансу послуг поточного рахунку платіжного балансу. Імпорт та експорт послуг також називають невидимою торгівлею. Під час розрахунку надходжень від туризму враховуються основні результати туристичної діяльності, такі як витрати на розміщення, транспорт, покупки та розваги, тоді як вторинні (непрямі) результати не враховуються, оскільки розрахувати такі статті дуже важко та складно.

Багато країн, що стикнулися з проблемами погіршення умов торгівлі сільськогосподарською продукцією та високим рівнем вимог до виробництва, звернулися до туризму як до можливого альтернативного джерела зростання. При цьому значні ресурси були спрямовані на розвиток транспортної та туристичної інфраструктури, розбудову аеропортів, готелів, головним чином орієнтованих на ринок міжнародного туризму. Таким чином, туризм став основною економічною діяльністю в країнах, що розвиваються, часто приносячи більше іноземної валюти, ніж традиційний експорт первинних товарів. Позитивний вплив туризму на економічний розвиток країни визначається надходженням твердої валюти для пом'якшення валютного розриву та для фінансування імпорту засобів виробництва, збільшення кількості робочих місць, зростання валового національного продукту та особистих доходів, забезпечення податкових надходжень до бюджету.

Зростання обсягів туристичних потоків також передбачає значні витрати, що включають витрати на забезпечення та підтримку інфраструктури, зокрема, доріг, аеропортів, водопостачання, енергозабезпечення, значна частина яких є специфічною саме для туристичного сектору, а не для загального використання. Окрім інтенсивного фізичного капіталу, туристичний сектор потребує різних видів кваліфікованої робочої сили, а отже, інвестицій у людський капітал. Витрати іноземних туристів можуть змінити моделі внутрішнього споживання через

наявність демонстраційного ефекту та можуть мати інфляційний характер. Придбання землі для будівництва туристичних об'єктів має наслідки для внутрішнього розподілу багатства, тоді як розширення туризму може виснажити базу природних ресурсів країни.

Доходи від туризму, отримані приймаючими країнами, включають прямі та опосередковані платежі в іноземній валюті, здійснені туристами за товари та послуги, хоча міжнародні тарифи на проїзд до та з місця призначення зазвичай визначаються окремо. До 1996 року надходження від міжнародного туризму становили 404 мільярди доларів США, що становило приблизно 1,5 відсотка світового ВВП, і з 1992 року зростало в середньому на 7 відсотків. Таким чином, туризм був третім за величиною видом економічної діяльності у світі, поступаючись лише нафтовій промисловості та автомобілебудуванню [2].

Хоча в багатьох країнах, що розвиваються, спостерігаються високі темпи зростання туристичних прибуттів і надходжень в іноземній валюті, вони мають незначні частки в глобальних прибуттях і надходженнях. Навпаки, на Європу припадало 59 відсотків світових прибуттів і 51 відсоток світових надходжень у 1996 році, а на США і Канаду припадало ще 10,5 відсотків прибуттів і 17 відсотків надходжень. На країни Центральної та Латинської Америки припадає дев'ять відсотків світових туристичних прибуттів і вісім відсотків надходжень; країни Африки мали порівняно невеликі частки – 3,5 відсотка прибуттів і 2 відсотки надходжень, у той час як країни Південної Азії – менше одного відсотка загальносвітових обсягів. Східна Азія та Тихоокеанський регіон, за винятком Австралії, Японії та Нової Зеландії, досягли вищих часток у 13 % світових прибуттів та 16 % надходжень [3].

Згідно з останніми даними ЮНВТО [4], в рейтингу кращих туристичних напрямків світу друге місце посідає Іспанія. Такого виняткового результату було досягнуто після глибокої трансформації на економічному та політичному рівнях, починаючи з 60-х років. Іспанію часто називають архетиповим прикладом економіки, яка оптимально використовує переваги розширення туризму на решту економіки. Іспанія також є добре відомим тематичним дослідженням у галузі економіки туризму завдяки процесу економічного розвитку з 60-х років, якому сприяло величезне розширення в'їзного туризму. Насправді іспанська економіка зіткнулася з серйозними проблемами, поки вона не стала розвиненою країною та одним із найуспішніших туристичних напрямків у всьому світі. Надходження від туризму

експоненціально зростали до середини вісімдесятих. На початку шістдесятих років ХХ ст. Іспанія була туристичним напрямком, що розвивався, і приваблювала в основному європейців. Багато важливих факторів допомогли Іспанії стати привабливим і успішним напрямком, серед яких: вигідне географічне розташування та погодні умови; наявність визначних туристичних пам'яток, розташованих переважно на іспанському узбережжі; тяжіння до ще невідкритого місця призначення; нові сприятливі політичні та кращі економічні умови; девальвована національна валюта песета. У шістдесяті роки надходження від туризму зросли на 416%, тоді як у сімдесяті та вісімдесяті роки темпи зростання перевищували 250%. Навіть у дев'яності роки зростання було високим, і Іспанію можна було вважати вже консолідованою туристичною дестинацією.

Однак, під час пандемії COVID-19 майже всі країни зазнали значного впливу на туристичну галузь, в деяких туристична діяльність майже повністю призупинилась. Однак, вже цього року ЮНВТО очікує, що кількість міжнародних туристичних прибуттів досягне 55–70% від рівня 2019 року, що еквівалентно покращенню на 90–140 відсотків порівняно з 2021 роком (рис. 1).

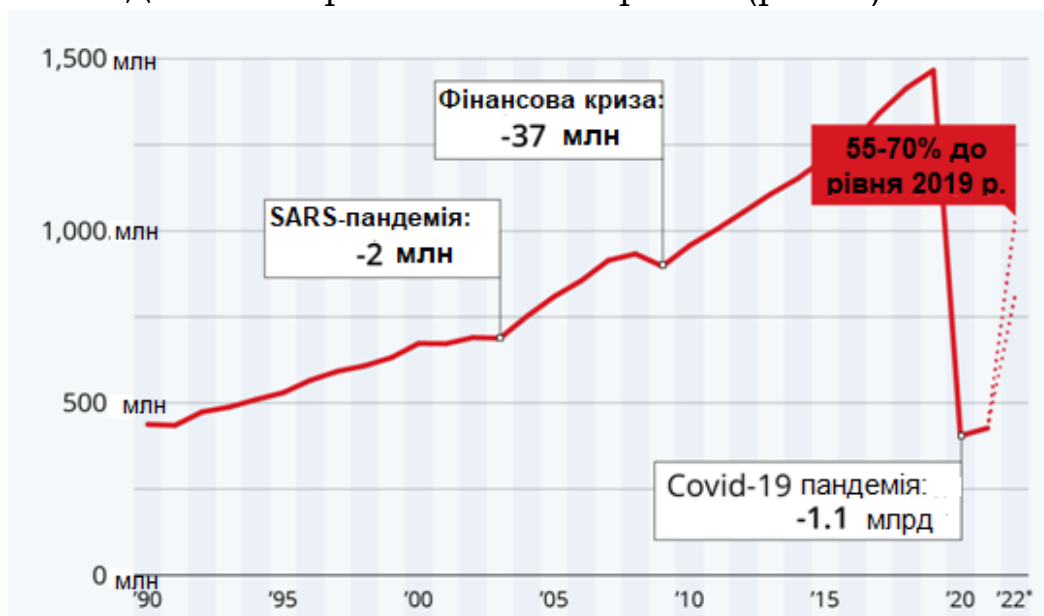


Рис. 1. **Міжнародні туристичні прибуття з 1990 по 2022 рр.**

Хоча довіра в галузі повільно зростає, є кілька важливих умов, які слід враховувати. Не тільки Covid може повернутися восени або коли з'явиться більш смертоносний варіант, але війна в Україні, інфляція та світова економічна ситуація також можуть загальмувати відновлення туризму.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Kuo CMM (2013) Service Attitude is Crucial Element to the Successful Tourism and Hospitality Industries. J Tourism Hospit 2: e127. doi:10.4172/2167-0269.1000e127.
2. Щорічний ріст ВВП // Світовий банк. – 2020. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>.
3. Statista – The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies. – Режим доступу: URL: <https://www.statista.com/>
4. Tourism Statistics Database. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>

УДК 338.431.84

ГРИГОР'ЄВ Артур,

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Харківський національний економічний університет
ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна*
Науковий керівник: - **СУЩЕНКО Олена,**
*д-р екон. наук, професор,
Харківський національний економічний університет
ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна*

РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасному ринковому середовищі, що швидко змінюється, підприємства можуть досягти успіху тільки в тому випадку, якщо їм вдається запроваджувати якісно нові, інноваційні методи управління. Сучасні туристичні підприємства мають працювати гнучко, створювати нові системи відносин як з бізнес-партнерами, так і зі своїми співробітниками, розробляти відповідні поточним змінам стратегії розвитку, вчасно корегувати пріоритети розвитку. Найбільш значна конкуренція зараз відбувається між компаніями на ринку праці за найбільш професійних і зрілих в особистісному відношенні співробітників, які здатні забезпечити підприємству сталий розвиток та стійкість в сучасних умовах.

Загалом, можна виокремити два основних способи формування ефективної команди співробітників:

- перший – найм «готових» професіоналів. Як правило, більшість українських туристичних підприємств використовують саме такий підхід. Однак його складність полягає в тому, що на даному етапі розвитку української економіки пропозиція з боку професійних перспективних менеджерів достатньо обмежена. Менеджери, що професійно відбулися, стабільно працюють в обраних ними компаніях, тим більше що й самі підприємства

прикладають максимум зусиль для утримання найбільш результативних співробітників. Тому в більшості випадків менеджер (особливо вищої ланки), що ходить по ринку праці в пошуках роботи, не стане знахідкою для бізнесу;

▪ другий спосіб – професійна підготовка персоналу. Туристичні підприємства систематично розвивають і навчають найбільш перспективних співробітників, а також шукають перспективну молодь і послідовно розвивають її в професійному й особистісному відношенні. Туристичні компанії інвестують істотні часові й фінансові ресурси в пошуках талановитої молоді, прагнучи знайти майбутніх співробітників ще на рівні перших-других курсів навчальних закладів.

Для підвищення конкурентоспроможності потрібно використовувати обидва ці способи, однак для більшості категорій співробітників, з огляду на актуальну ситуацію на ринку праці, найбільша увага зараз приділяється другому варіанту, тобто, навчанню персоналу.

Саме через навчання відбувається розвиток кадрового потенціалу персоналу підприємства. Такий цілеспрямований та виважений розвиток має забезпечити:

- розкриття потенціалу працівників, покращення соціально-психологічного клімату в колективі;
- зростання мотивації;
- укріплення відданості працівників організації;
- забезпечення спадковості в управлінні;
- залучення нових співробітників;
- формування бажаних норм поведінки і відповідної організаційної культури.

Якість робочої сили знижується через демографічні зміни (старіння та поступове вибуття висококваліфікованих працівників), плінність кадрів, в результаті чого здійснюється прийом на роботу значної чисельності нових працівників без попереднього професійного навчання. Тому, необхідним є організація навчання персоналу, яке доцільно, на наш погляд, проводити за такими етапами:

- визначити потреби в професійному навчанні персоналу підприємства;
- визначити види та форми професійного навчання персоналу підприємства;
- визначити місця професійного навчання персоналу підприємства;
- розробити план-графік професійного навчання персоналу підприємства;
- спланувати обсяги фінансування навчання персоналу.

Важливим аспектом розвитку кадрового потенціалу та навчання персоналу туристичного підприємства є визначення методів навчання. Фахівці в даній області зазначають, що не існує єдиного універсального методу навчання – кожен з них має свої переваги та недоліки. Їх вибір залежить від ряду чинників [1]:

- цілі і завдання навчання;
- терміновість навчання;
- фінансові можливості підприємства;
- наявність інструкторів, матеріалів, приміщень;
- склад учасників навчання (їх кваліфікація, мотивація, рівень підготовки);
- кваліфікація і компетенція викладачів і ін.

Розглянемо основні, найбільш поширені та сучасні методи навчання [2].

Інструктаж – є роз'ясненням і демонстрацією прийомів роботи безпосередньо на робочому місці і може проводитися як співробітником, що давно виконує дані функції, так і спеціально підготовленим інструктором. Як правило, даний метод навчання використовується при прийомі на роботу нового співробітника або введенні співробітника на нову посаду. Часто таке навчання навіть не носить характер формального, а є бесідою, розповіддю про особливості практичної роботи співробітника, відділу і організації в цілому.

Наставництво (учнівство, коучинг) – як метод навчання коучинг слугує для розкриття потенціалу особи з метою максимізації продуктивності і ефективності діяльності і є безперервним процесом спілкування коуча і учня, який сприяє професійному становленню співробітника і успішній діяльності компанії.

Тренінг – це активна форма навчання з використанням практичних вправ. Тренінги покликані розвивати певні управлінські і комерційні навички управління, виконання, планування, делегування, мотивування, тайм-менеджменту, ефективних продажів, переговорів, презентації результатів. Використання тренінгів суттєвим чином дозволяє підвищити особисту ефективність співробітників. Ефективність засвоєння нової інформації на тренінгах набагато вища, ніж на лекціях і семінарах, оскільки тут не тільки отримуються знання теоретичного характеру, але в різних ролевих іграх і учбових ситуаціях виробляються практичні уміння і навички. Підвищенню дієвості тренінгів сприяє застосування відеоапаратури, коли учасники можуть аналізувати відеозапис ділових ігор.

Також методи навчання персоналу можна розділити на традиційні і активні. До традиційних відносяться лекції, семінари і

самостійне навчання. Ці методи є переважаючими при передачі і закріпленні знань. Не дивлячись на те, що традиційні методи переважають і сьогодні, вони мають ряд недоліків: не дозволяють враховувати різний рівень знань, не враховують зворотного зв'язку, що демонструє ступінь засвоєння матеріалу.

Семінари – передбачають достатню активність учасників і використовуються для сумісного обговорення проблеми, вироблення загальних рішень або пошуку нових ідей.

Самостійне навчання – є найбільш простим видом навчання, для нього не потрібний а ні інструктор, а ні спеціальне приміщення, а ні певний час – той, що навчається вчиться там, тоді і скільки йому необхідно. Підприємства можуть отримати значну користь від самонавчання за умови забезпечення співробітників всім необхідним та відповідної їм до цього мотивації.

Комплексне використання сучасних методів та форм навчання, мотивація персоналу щодо постійного підвищення кваліфікації дозволить забезпечити відповідний розвиток кадрового потенціалу туристичного підприємства та його стабільне ефективне функціонування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ровенська В.В., Шишкова Н.С. Особливості управління персоналом у туристичній галузі України. Економіка та управління підприємствами. Класичний приватний університет. Випуск 8 (14) 2019. – 222-229 с.
2. Русецька О. В. Теорія організації : підручник для академічного бакалавріату [Електронний ресурс] / О. В. Русецька, Л. А. Трофимова, О. В. Песоцька. – Режим доступу: http://stud.com.ua/65516/menedzhment/teoriya_organizatsiyi

УДК 379.85:640.4(063)

ДАНИЛОВА Віра

здобувачка 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»

Одеський національний економічний університет,

м. Одеса, Україна

*Науковий керівник: - **ОРЛЕНКО Ольга,***

канд. екон. наук, доцент

Одеський національний економічний університет,

м. Одеса, Україна

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЕЙ ЄВРОПИ ПІСЛЯ КРИЗИ 2019-2021 РОКІВ У ЗВ'ЯЗКУ З COVID-19

Світова пандемія зачепила всі бізнеси, але особливо завдала шкоди готелям та іншим закладам розміщення. Багатьом готелям довелося скоротити кількість персоналу, зменшити ціни або взагалі

перестати працювати. У кожній країні це позначилося по-різному. Наприклад, через пандемію COVID-19 європейський готельний ринок зафіксував безпрецедентне зниження RevPAR у 2020 році на 70% до 24 євро. RevPAR, або дохід від доступного номера, - це показник ефективності в готельному бізнесі, який розраховується шляхом поділу загального доходу готелю від номерів на кількість номерів та кількість днів у періоді, що вимірюється.

Якщо дивитись більш глобально, криза Covid призвела до багатьох змін та численних угод з готелями по всьому світу: продажам, репозиціонуванню, ребрендингу, злиття та створення спільних підприємств. Основними гравцями є готельні компанії, що шукають можливості розвитку після пандемії або інвестори. Всі вони мають одну спільну рису: вони роблять ставку на очевидне відновлення галузі після закінчення пандемії! У той час як найоптимістичніші професіонали готельної індустрії розраховують повернутися до докризового рівня бізнесу в 2024 році, наймудріші роблять ставку на 2025 рік [1].

Готелі для відпочинку найшвидше повернуться на колишній рівень, як тільки пандемія залишиться позаду. Багато людей відклали свої гроші під час кризи Covid і хочуть подорожувати якомога більше, тобто вони розглядають подорожі як спосіб забути минулі обмеження та повернути собі волю. Лайфстайл-готелі, які є альтернативою традиційним розкішним готелям і дуже популярні серед нового покоління, також, ймовірно, стануть такими ж популярними, якими вони були до появи Covid в нашому житті.

Готельєри знають, що їм потрібно змінити свій підхід до управління. Деякі готельні компанії навіть розглядають можливість видалення певних рівнів управління, щоб скоротити витрати на заробітну плату. Потім вони найматимуть інших співробітників і навчатимуть їх, щоб вони могли виконувати більше завдань і брати на себе більше обов'язків. Зрештою, персоналу буде менше, але вони будуть виконувати більше задач, тож матимуть вищу заробітну плату. Це зробить роботу в готелях та ресторанах більш привабливою [2].

Згідно з прогнозами, готелі у найближчі роки будуть надавати нові можливості працевлаштування для нового покоління. Зокрема, готельні групи примножуватимуть свої зусилля щодо створення сильних кадрових структур, щоб виділитися серед конкурентів, пропонуючи своїм співробітникам безпрецедентні можливості навчання та розвитку. Прагнучи залучити кращі молоді таланти, наймудріші готельєри створять більш приємне робоче середовище

для своїх співробітників, у тому числі більш відповідну заробітну плату та пільги [3].

Такі великі мережі готелів, як Faena, Hoxton, Aloft, Моху, 25Hours або Glow Hotels, продовжують розвиватися, залучаючи більше клієнтів та створюючи нові робочі місця [2].

У 2022 році через нові реалії, готелям довелось втілити у життя деякі зміни. Наприклад, змінити способи взаємодії гостей із їх простором. Наприклад, нові продукти, такі як безконтактні холодильники у вестибюлях чи спортзалах та безконтактні системи реєстрації через мобільні пристрої гостей, забезпечують доступ до зручностей та покращують якість обслуговування клієнтів, не піддаючи гостей чи персоналу ризику отримати вірус.

У готельних номерах зміни, орієнтовані на сенсорне управління, включають інтеграцію програми готельного оператора з кількома функціями в номері, такими як управління опаленням, вентиляцією та кондиціонуванням повітря; переміщення жалюзі; та використання мобільних пристроїв як пультів від телевізора. Новинки, такі як підковдри та декоративні подушки, також часто прибирають, оскільки готелі використовуватимуть мінімалістичний дизайн, де легко провести якісне прибирання. У вестибюлях та ліфтах також удосконалюють такі функції, як голосове управління ліфтом, роботизована служба доставки їжі та напоїв у номер та інші інновації, які зменшують кількість дотиків. Менше взаємодій, менша вірогідність отримати вірус [4].

Пандемія змусила багато готелів відмовитись від улюбленого традиційного шведського стола. Загальний посуд сервіровки, автомати з напоями, переповнені черги за їжею і занадто багато точок дотику — погана комбінація, коли люди намагаються дистанціюватися і уникнути хвороби. На початку пандемії з'явилося кілька вірусних відеороликів, що показують, як швидко в буфетах та ресторанах круїзних лайнерів можуть передаватися мікроби. Деякі готелі змінили шведські столи на пункти роздачі їжі, де за кожним столом знаходиться працівник кухні та самостійно накладає блюда в тарілки гостям.

На зміну цим зонам приходять ресторани з сидячими місцями, меню на основі QR-коду, антимікробні поверхні та інші атрибути, які призначені для зниження вірусних захворювань. Для деяких готелів сидячі ресторани є економічно недоцільними. Натомість вони можуть пропонувати пункти харчування навінос, які працюють із співробітником або без нього. Існує також тенденція до розширення зручностей у готельних номерах, включаючи невеликі кухні, які дозволяють гостям їсти, не виходячи з готелю [5].

Пандемія послужила «прискорювачем» тенденцій, що вже виникли. Наприклад, вона підштовхнула людей до бронювання та оплати номерів, а також інших послуг в готелі, безконтактно, без готівки, лише за допомогою смартфона. У готельній сфері COVID-19 прискорив тенденцію до безконтактної реєстрації. Це означає, що стали з'являтися електронні стенди для реєстрації замість людей, а також масово зросла популярність цифрових ключів на базі мобільних додатків, замість звичайних [3].

Перші користувачі, такі як Hilton, які випустили свій цифровий ключ ще у 2015 році, продовжують удосконалювати роботу з програмами, пов'язуючи зі своїм додатком кілька функцій проживання в готелі. Це дозволить гостям контролювати все своє перебування без особистого спілкування з персоналом. Невеликі готельні мережі повинні будуть пропонувати таку функціональність та забезпечувати значну цінність своїх додатків, тому що деякі гості можуть вагатися, чи варто завантажувати спеціальний додаток для готелю лише кілька днів.

Також, зараз всі готелі мають забезпечувати бездоганну чистоту та надавати цьому підтвердження. Без офіційних сертифікатів буде важко отримати багато гостей. Через ці вимоги готелі навіть наймають менеджерів з чистоти, які контролюють всі процеси щодо прибирання та дезінфікування приміщень. Менеджери також тісно співпрацюють з відділами маркетингу, щоб забезпечити постійне інформування гостей, щоб вони відчували себе комфортно щодо свого перебування та прагнення готельного бренду до безпеки. Додаткові кроки включають збільшення частоти та ефективності прибирання, перегляд планів поверхів тощо [4].

Як показало дослідження Europe Hospitality MarketBeat 2020 [5] у Великобританії в 2020 році було укладено найвищий обсяг угод - 2,3 млрд євро, хоча це менше на 58% порівняно з 2019 роком. За нею слідує Німеччина — 1,8 млрд євро (на 64 млрд євро менше) та Іспанії — 1,2 млрд євро (менше на 20% порівняно з 2019 роком). Серед найменш порушених великих ринків були Швеція, Швейцарія, Греція, Португалія та Іспанія. Фактично у Швеції спостерігалось невелике зростання транзакційної активності приблизно на 5% порівняно з 2019 роком. Якщо говорити про відкриття нових готелів, популярність локацій за межами міст значно зросла. Також знизилась інвестиція в готелі в аеропортах на 87% у 2020 році порівняно з 2019-м. Щодо України, пандемія сповільнила темпи зростання її конкурентоспроможності. Лише з 2017 до 2019 року Україна показала найвищі темпи зростання серед країн Європи, піднявшись на 10 позицій у рейтингу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Michael Goldman, 4 changes for hotels post-COVID / Електронний ресурс: сайт Hotel Management. URL: <https://www.hotelmanagement.net/operate/4-changes-for-post-covid-hotels> (дата звернення 15.11.2022)
2. Hotel Industry Analysis: Impact of COVID-19, Inflation, Tourism, Labor, & More / сайт STR. URL: <https://str.com/about> (дата звернення 16.11.2022)
3. Borivoj Vokrine, COVID-19 Impact On European Hospitality URL: <https://www.cushmanwakefield.com/en/united-kingdom/insights/covid-19-impacts-european-hospitality> (дата звернення 16.11.2022)
4. Henry Vergnaud, Life after Covid: how does the future look for the hotel industry? / сайт My Job Glasses. URL: <https://www.myjobglasses.com/en/blog/life-after-covid-the-future-of-the-hotel-industry> (дата звернення 15.11.2022)
5. Avik Bhattacharya, Hospitality Industry After COVID-19: How To Survive? URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-covid19-crisis> (дата звернення 15.11.2022)

УДК 338.48

ДІБРОВА Олена, викладач

Одеський національний економічний університет

КОВАЛЕНКО Анжеліка,

Здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,

Одеський національний економічний університет

МІЛІТАРНИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Здобуття незалежності Україною у 1991 році стало поштовхом для активного розвитку всіх сфер країни, в тому числі і сфери туризму. Наша країна має потужний туристично-реакційний потенціал, тому сфера туризму стала однією із перспективних галузей в країні.

Починаючи з 2014 року туристичної сфера в Україні зазнала тенденцій регресу, причиною чого стала окупація Російською Федерацією Автономної республіки Крим та частини Донецької та Луганської областей. Однак, у сфері туризму активно запроваджувались стабілізаційні заходи задля підтримки економічного розвитку країни. За даними пресслужби Державного агентства розвитку туризму було зазначено, що у 2021 році Україну відвідало понад 4 млн. туристів, що майже на 26% більше аналогічного показника попереднього року, а приріст надходжень туристичного збору до бюджету громад досягнув рекордного показника і склав 86,8 % (244 млн. грн.)[1].

Подія 24 лютого 2022 року – повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України поставила крапку у сфері міжнародного туризму в Україні та завдала катострофічного удару по внутрішньому туризму, що проявилось у колосальному зменшенні потоків туристів та повному зникненні туристичної діяльності на сході та півдні країни. Однак у воєнний час набуває актуальності мілітарний вид туризму.

Погоджуючись з підходами вітчизняних науковців щодо визначення «мілітарі - туризму», пропонуємо розглядати мілітарний туризм як сегмент спеціалізованого туризму, що містить елементи екстремального та пізнавального-історичного туризму і включає в собі продукти, які стосуються військового обладнання та знання історичних подій [2,3]. Отже, основною метою мілітарного туризму є отримання максимуму інформації про історичний період, відмічений військовими подіями.

У сучасний довоєнний період використання поняття «мілітарний туризм» в Україні як ознаки окремого туристичного напрямку було досить обмеженим, оскільки слово «війна» до 2014 року асоціювалось з давніми історичними подіями. Так мілітарні ознаки туризму в Україні проявлялись у відвідуванні військово-історичних музеїв, виставок та екскурсії військово історичними спорудами (середньовічні замки, фортеці), відвідування військово-історичних реконструкцій, виставок, відвідування меморіальних комплексів [2, с.146].

Наразі в ході воєнних дій утворюються ресурси, які можуть виступати основою для розвитку воєнного туризму, а саме: численні оборонні споруди, місця битв, різноманітні види озброєння, місця військових злочинів країни агресора тощо. Мілітарний туризм набуває все більшої популярності, адже страшні наслідки війни не залишають осторонь нікого. Україну підтримує майже весь світ, про це свідчать масові акції та мітинги на головних площах країн ЄС, США тощо, учасники яких потенційно виступають мілітарі-туристами.

До сучасних напрямків розвитку мілітарного туризму в Україні можна віднести: організацію екскурсійних поїздок місцями активних бойових дій; ознайомлення з оборонними спорудами; проведення виставок знищеної ворожої військової техніки і озброєння; створення нових меморіалів, музеїв, експозицій та інсталяцій. Для активного розвитку мілітарного туризму наразі доцільно розглядати Київську, Херсонську, Харківську області. А такі регіони, які на даний момент знаходяться під частковою окупацією та є небезпечним для розвитку мілітарного туризму, як Запорізька, Донецька та Луганська області, слід розглядати як потенційні регіони мілітарного туризму. Окрему увагу необхідно звернути на

такі міста як Буча, Ірпінь, Гостомель, Маріуполь, Волноваха, оскільки ці регіони нашої країни найбільше постраждали від воєнних дій окупантів та заслуговують на висвітлення наслідків війни на світовому рівні..

Мілітарний туризм – це ніша туристичного бізнесу, розвиток якої виступатиме як можливість розвитку регіонів, постраждалих від воєнних дій. Залучення туристів до постраждалих регіонів виступатиме тригером ділової активності суб'єктів господарювання на місцях, що в свою чергу, за результатами їх діяльності, буде формувати додаткові фінансові ресурси у вигляді сплачених податків, зборів, платежів.

Розглядаючи, безпосередньо, оподаткування суб'єктів туристичної діяльності, слід виділити туроператорів та турагентів, які можуть обрати як загальну та і спрощену систему оподаткування. Так, на загальній системі оподаткування туроператор сплачуватиме податок на прибуток підприємств, а на спрощеній – єдиний податок, а також, у випадках, передбачених ПКУ, – ще і ПДВ. Турагент-фізична особа-підприємець на загальній системі оподаткування сплачуватиме податок на доходи фізичних осіб та військовий збір, а на спрощеній системі – єдиний податок. Туристи, в свою чергу, виступають платниками туристичного збору [4].

Виходячи з того, що єдиний податок та туристичний збір відносяться до складу місцевих податків і зборів, доцільно розглядати такі надходження як джерело фінансування місцевих бюджетів.

Для сприяння розвитку мілітарного туризму в Україні варто виділити такі чинники: створення безпечних умов проведення на території України військового туризму; залучення іноземних інвесторів для фінансування даної сфери; застосування ефективної реклами та маркетингової стратегії щодо популяризації даного виду туризму; створення балансу «ціна-якість» туристичного продукту; створення маршрутів пам'яті, які будуть включати низку об'єктів воєнно-історичного туризму [5, с. 214].

Отже, сучасні реалії виступають тригером розвитку мілітарного туризму на території України, який в свою чергу з одного боку дає можливість продемонструвати усьому світу наслідки війни та вшанувати пам'ять постраждалих, а з іншого боку – дає можливість розвитку регіонів, постраждалих від воєнних дій, адже залучення туристів до цих регіонів виступатиме тригером ділової активності суб'єктів господарювання на місцях, що в свою чергу, за результатами їх діяльності, буде формувати додаткові фінансові ресурси у вигляді сплачених податків і зборів до бюджетів різних рівнів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Державне агенство туризму. Україна отримала рекордні 244 млн. грн. туристичного збору. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru>
2. Кушнар'юв В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстримального та пізнавально-розважального туризму. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. 2018. №1. С. 107–118. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/kushnariov.htm
3. Крупа О., Боруцька Ю. Мілітарний туризм як сучасний напрям розвитку туризму в Україні. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: матеріали XVI Міжнародної наукової конференції. м. Львів. 2022. С. 145 – 149.
4. Податковий кодекс України поточна редакція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. №18(2). С. 206 – 217.

УДК 338.48

ЄРМАКОВ Іван,
*аспірант кафедри туризму,
Харківський національний економічний університет
ім. С. Кузнеця, м.Харків, Україна*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕСПЕЧЕННЯ БЕСПЕКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Економічна безпека є однією з найважливіших частин національної безпеки і є фактором, що забезпечує благополучний розвиток держави. У сучасних умовах дедалі більшого значення з погляду економічної безпеки національної економіки набуває індустрія туризму, оскільки вона спрямована на задоволення потреб людей та підвищення якості життя населення. У порівнянні з іншими галузями економіки туризм не призводить до значного виснаження природних ресурсів, так як є експорт орієнтованою сферою, у той же час виявляє більшу стабільність у порівнянні з іншими галузями в умовах нестійкої ситуації на світових ринках.

Розгляд теми економічної безпеки у туристичній сфері доцільно розпочати з розбору поняття безпеки загалом та економічної безпеки галузі туризму зокрема. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України в методичних рекомендаціях що до розрахунку рівня економічної безпеки України надає наступне

визначення: "Економічна безпека – це 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" [3].

У Законі України про туризм зазначено: "Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає" [4]. Туризм в Україні на державному рівні вважається пріоритетною сферою національної економіки. Маючи багаті культурно-історичні та природні ресурси, країна стоїть перед проблемою створення сучасної індустрії туризму, здатної залучити іноземних та вітчизняних туристів. Вирішення цілої низки економічних, організаційних, соціальних, правових проблем має сприяти піднесенню галузі туризму в Україні, збільшенню її внеску в національну економіку, підвищенню її рейтингу у світових показниках [2].

Слід зазначити, що вивчення галузі туризму в аспекті економічної безпеки є важливим питанням розвитку туризму, оскільки туризм має глибокий як позитивний, так і негативний вплив на людей, економіку та навколишнє середовище. Питання формування концепції економічної безпеки нашої держави не є новим в українській науці, однак, сьогодні, перед економічною безпекою постають нові виклики, пов'язані як з військовим станом, так і з пандемічними наслідками, що в комплексі ще не розглядалися представниками наукової економічної думки.

На даний час у туризмі безпеку слід розглядати на трьох рівнях: забезпечення безпеки самого туриста, забезпечення безпеки підприємств туристичної галузі та забезпечення безпеки держави з боку підприємств туристичної галузі. У науково-економічній літературі економічна безпека в галузі туризму характеризується системою взаємопов'язаних та взаємозумовлених елементів, таких як:

- економічна безпека туриста (гарантії захисту життєвих інтересів туриста та забезпечення соціально-економічного захисту, страхування осіб, які виїжджають з місця постійного проживання тощо);
- економічна безпека туристичного підприємства (показники ефективності використання ресурсів - фінансових, матеріальних, інтелектуальних, політико-правових та кадрових ресурсів);
- економічна безпека галузі туризму (сукупність поточного стану готельної галузі, транспорту, об'єктів харчування,

розважального та спортивного, пізнавального, ділового, лікувально-оздоровчого та інших організацій, що забезпечують діяльність підприємств туристичної галузі);

- економічна безпека регіонів що надають туристичні послуги (це сукупність стану соціально-економічних, географічних, політичних, інформаційних, еколого-соціальних, технологічних, техногенних факторів, що відображають стабільність регіону у наданні туристичних послуг);

- економічна безпека країни (це показники зростання ВВП, рівня та якості життя населення, темпів інфляції та норм безробіття, структури економіки, державного боргу, технічного стану виробництва, конкурентоспроможності, імпортової залежності (в'їзд та виїзд туристів) тощо).

Економічна безпека у галузі туризму характеризуються безпекою об'єктів і суб'єктів. Під об'єктами економічної безпеки розуміють: трудові ресурси (працездатне населення, що забезпечує реалізацію послуг); основні виробничі та оборотні фонди туристичних та готельних підприємств; фінансові ресурси галузі туризму; виробничо-господарські структури; об'єкти нерухомості готельних та туристичних підприємств; туристичні регіони; готельні та туристичні підприємства; суспільство; туристів [5].

Суб'єктами економічної безпеки можуть бути: товариства споживачів послуг; виробники, продавці та посередники продуктів, робіт та послуг; страхові компанії у сфері послуг; банківські організації; митні та податкові служби; належні комітети та комісії, а також міністерства та відомства [1].

У туристичній сфері виділяють такі види економічної безпеки: зовнішньоекономічна діяльність; економічна діяльність; еколого-демографічна діяльність; промислово-продовольча діяльність; виробничо-технічна та інші види діяльності.

Таким чином, забезпечення економічної безпеки підприємства туристичної галузі передбачає своєчасне прогнозування та виявлення зовнішніх і внутрішніх загроз економічній безпеці, у зв'язку з загостреною економічною обстановкою в нашій країні та в усьому світі, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, що виробляють та надають послуги, підтримка галузей обслуговуючих тих що є фундаментом розвитку туристської галузі, державна підтримка інвестиційної та інноваційної активності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ахмедова О.О. Загальнотеоретичні засади реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі: порівняльний аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. Том 33 (72), № 2, 2022, С. 144 – 148.
2. Економічна безпека держави: навчально-методичний посібник / Живко З.Б., Черевко О.В., Копитко М.І., Зачосова Н.В., Живко М.О., Серета В.В., Занора В.О., Бівець А.В.; за ред. Живко З.Б. Черкаси : видавець Чабаненко Ю.А., 2019. 240 с.
3. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України / Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України 29.10.2013 N 1277 <https://ips.ligazakon.net/document/me131588?an=22&ed=&dtm=&le=> (дата звернення: 28.10.2022)
4. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 28.10.2022)
5. Alipour H., Dizdarevic L. A Conceptual Sustainability Approach to Tourism Planning and Development in Post-War Bosnia and Herzegovina / Tourism and Hospitality Planning & Development Vol. 4, No. 3, 211 –230, 2007

УДК 338.488.2:640.412

КУЛИК Марія

*докторант, кандидат економічних наук, доцент,
Державний торговельно економічний університет,
м. Київ, Україна*

ФУНКЦІЇ РЕВЕНЮ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Ревеню менеджмент або управління доходами є складною дисципліною, оскільки вона складається з багатьох важливих факторів, які необхідно враховувати, і жоден із них не можна залишити поза увагою.

Є ключові важелі, які впливають на стратегію управління доходами готелю. Протягом 30 років ці важелі значно еволюціонували та розвинулися, і тепер вони відіграють велику роль в процесі прийняття рішень ревеню менеджерами. Станіслав Іванов і інші [1] стверджують, що інструменти управління доходами можна розділити на дві категорії: цінові інструменти та нецінові інструменти. В кінці минулого століття дослідники не приділяли великої уваги ціні як змінній в управлінні доходами. Ціна в

основному розглядалася як деяка змінна, яка надавалася певною третьою стороною, і це стало причиною того, що так мало компаній вважали, що ціна може стимулювати попит і що ціни, які пропонує готель, можуть бути для когось не оптимальними. Враховуючи той факт, що будь-яке рішення в управлінні доходами є результатом як ціни, так і тривалості перебування в готелі, дуже важливо, щоб сучасні моделі ревеню менеджменту містили інформацію, яка стосується ціни та попиту, і враховувала потенційний вплив їх співвідношення на максимізацію доходу [2].

Отже важливим завданням є визначення функцій ревеню менеджменту як системи управління доходами, визначення напрямків та стратегій його впровадження в господарську діяльність суб'єктів готельного господарства.

Результати аналізу викладених наукових положень щодо сутності управління доходами як процесу, що ґрунтується на сукупності вищезазначених управлінських дій, свідчать про те, що його реалізація в діяльності готельних підприємств пов'язана насамперед з використанням інформації. Багато авторів, які досліджували управління доходами, прийшли до висновку про багато різних функцій і етапів процесу для цього виду діяльності. Однак існують деякі інструменти та методи, які застосовуються в управлінні доходами, які є незаперечними та широко використовуються серед великих готельних мереж і малих приватних готелів. Таким чином, для успішної реалізації функцій управління доходами необхідна їх систематизація [3]. Система управління доходами виконує наступні функції: прогнозування, оптимізація, контроль і моніторинг. Точне прогнозування попиту може бути ключем до успіху управління доходами в готелі. Рішення щодо цінової політики є більш виваженими та зваженими, коли є можливість правильно спрогнозувати заповнюваність готелю та сегменти клієнтів. Після підготовки прогнозу легко передбачити дні з найменшим попитом. Це означає, що після створення прогнозу виникне потреба в процесах прийняття рішень, які також можна назвати оптимізацією: запит на бронювання слід прийняти або відхилити, щоб максимізувати як дохід, так і завантаженість готелю. Цей крок дуже важливий і передбачає врахування всіх існуючих аспектів поточної ситуації в готелі.

Функція «контроль» означає контроль над тривалістю перебування (мінімальна тривалість перебування, мінімальна тривалість перебування та максимальна тривалість перебування) у конкретному готелі, а також контроль тарифів. Функція моніторингу передбачає порівняння поточної ситуації з

попередньою очікуваною ситуацією на основі зроблених прогнозів. Якщо прогноз виявився некоректним, це означає, що використовувані методи прогнозування не ефективні.

Крім того, Трантер, Хілл і Паркер запропонували інший погляд на процес і ключові функції управління доходами та визначили їх так: знання клієнтів і поведінка клієнтів, сегментація та відбір ринку, внутрішня оцінка та конкурентний аналіз, економічні основи та прогнозування попиту, бронювання та канали збуту, ціноутворення на основі динамічної вартості, управління каналами та запасами [4].

Однак більшість досліджень визначають два основні інструменти, коли говорять про функцію ціноутворення в управлінні доходами: цінову дискримінацію та динамічне ціноутворення. Обидва ці інструменти, загалом, залежать від готовності клієнтів платити, і, за словами Русе та Гаррісона, це «максимальна ціна, яку кожен клієнт готовий заплатити за придбання конкретної послуги чи продукту» [5]. Будь-який покупець звертає велику увагу на ціну, і «якщо ціна вища, ніж очікував покупець, він не буде купувати продукт, тому що він потенційно вважає, що вартість продукту не корелює з ціною, простими словами – це не вартує грошей». З іншого боку, коли ціни занадто низькі, це може бути сигналом для покупця про погану якість. Усе це означає, що інструменти ціноутворення готелю мають бути пов'язані з готовністю клієнтів платити, щоб зробити його ефективним, і надзвичайно важливо переконатися, що продукт чи послуга продаються, поки клієнти готові за них платити. Говорячи про цінову дискримінацію, Станіслав Іванов і інші стверджують, що «цінова дискримінація лежить в центрі інструментів управління доходами» [1]. Метою цінової дискримінації є продаж тієї самої послуги чи продукту клієнтам за різними цінами. На основі цього твердження застосовують три ступені дискримінації: 1) товар продається за різною ціною різним сегментам споживачів; 2) ціни відрізняються залежно від кількості товару чи послуги, що купується; 3) ціни змінюються за категоріями споживачів на основі сегментованого аналізу ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ivanov S., Del Chiappa G., Heyes A. The research-practice gap in hotel revenue management: Insights from Italy. *International Journal of Hospitality Management*. 2021. Т. 95. С. 102924. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102924> (дата звернення: 20.11.2022).
2. Kimes S. E., Wirtz J. Revenue Management: Advanced Strategies and Tools to Enhance Firm Profitability. *Foundations and Trends® in Marketing*. 2015. Т. 8,

№ 1. С. 1–68. URL: <https://doi.org/10.1561/17000000037> (дата звернення: 20.11.2022).

3. Binesh F., Belarmino A., Raab C. A meta-analysis of hotel revenue management. *Journal of Revenue and Pricing Management*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1057/s41272-020-00268-w> (дата звернення: 20.11.2022).

4. Tranter K. A., Stuart-Hill T., Parker J. Introduction to Revenue Management for the Hospitality Industry : Pearson New International Edition: An Principles and Practices for the Real World. Pearson Education, Limited, 2013. 280 с.

5. Ng F., Rouse P., Harrison J. Classifying Revenue Management: A Taxonomy to Assess Business Practice*. *Decision Sciences*. 2016. Т. 48, № 3. С. 489–522. URL: <https://doi.org/10.1111/dec.12230> (дата звернення: 20.11.2022).

УДК 005.21-029:658.589

ЛОХМАН Михайло,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
ННІ «Ресторанно-готельного бізнесу та туризму»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

ЧОКОІ Діана,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
ННІ «Ресторанно-готельного бізнесу та туризму»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

Науковий керівник:- **ЛОХМАН Наталя**, д-р. екон. наук, доцент,
*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна*

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні туристична галузь стрімко розвивається, використовуючи традиційні резерви розвитку, однак ступінь конкурентної боротьби потребує нового імпульсу для обґрунтування своїх конкурентних позицій, це можливо в рамках інноваційної стратегії підприємства цієї галузі.

Аналіз статистичної інформації показує динамічний характер розвитку туризму в Україні у мирний час. За незначної частки доходу від туризму у валовому внутрішньому продукті (у 2018 р. – 0,59%, у 2017 р. – 0,62, у 2016 р. – 0,48, у 2015 р. – 0,24, у 2012 – 2013 рр. – 0,28, у 2011 р. – 0,3%), оборот туристичної сфери зростає. Наприклад, у 2018 р. він збільшився на 13,87% порівняно з 2017 р., а відносно 2011 р. цей показник зріс в чотири рази. Кількість

обслуговуваних туристів постійно збільшується: у 2018 р. цей показник зріс у 2,5 раза порівняно із 2011 р. і на 54,93% порівняно з 2017 р., що пов'язано з підвищенням попиту на туристичні послуги. Зростає кількість суб'єктів туристичної діяльності: у 2018 р. на ринку туристичних послуг було зареєстровано 1833 суб'єктів, що на 5,2% більше, ніж у 2017 р. Подальше забезпечення післявоєнних позитивних зрушень у розвитку сфери туризму пов'язане з формуванням інноваційних та інвестиційних стратегій [1, с.15-16].

Інноваційна стратегія туристичних підприємств приносить нові ідеї, послуги та продукти на ринок, що дозволяє сервісу та рівню пропозиції переходити на вищий щабель розвитку.

Визначення інноваційної стратегії туристичних підприємств має дати відповіді на питання щодо реалізації бачення бізнесу та його фінансового забезпечення. У зв'язку з цим, доцільним є визначення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного підприємства.

Слід зазначити, що багато авторів приділяють увагу питанням визначення інвестиційних стратегій на підприємстві.

Зазначимо, що інвестиційна стратегія тісно взаємопов'язана з усіма стратегіями підприємства, проте особливо міцним цей зв'язок є для інноваційної стратегії, адже окремі питання в цих стратегіях взаємоузгоджуються, тому що інноваційна стратегія висвітлює форми і напрями впровадження новітніх техніки і технологій, застосування ноу-хау, прогресивних інформаційних, управлінських й комунікаційних систем та загалом усієї сукупності інновацій, тоді як інвестиційна стратегія відображає загальні обсяги необхідних на ці цілі ресурсів, конкретизує джерела та умови їх залучення, вартість, очікувану ефективність тощо [2].

Вікарчук О.І., дає огляд наукових підходів до визначення та класифікації інвестиційної й інноваційної стратегій пропонує підхід до їх класифікації [3]. Дослідження Ілляшенка С.М., Біловодської О.А. присвячені інноваційно-інвестиційному процесу в системі сучасного суспільного відтворення; формуванню інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства; обґрунтуванню ключових напрямів, які повинні бути забезпечені даною стратегією [4].

Для туристичного підприємства пропонується визначити інноваційну стратегію в залежності від класифікації К. Фрімана: традиційна стратегія - підвищення якості існуючих продуктів на існуючій технологічній базі; опортуністична стратегія - орієнтація на продукт – лідер на ринку, що не потребує високих витрат на інновації; імітаційна стратегія - закупка ліцензій з мінімальними

витратами на власні інновації; оборонна стратегія - не відставати від інших, не претендуючи на домінування; наступальна стратегія - бути першим на ринку за рахунок високого рівня інноваційного процесу, кваліфікованих кадрів, можливостей до розподілу ризику та інших переваг [4].

Як бачимо, зусилля підприємства щодо інноваційної діяльності збільшуються з кожною запропонованою стратегією від традиційної до наступальної, тобто має місце ріст інтенсивності інноваційних стратегій.

Кожна з запропонованих інноваційних стратегій потребує прийняття рішення щодо інвестицій, тому ми пропонуємо туристичному підприємству визначити інвестиційну стратегію: стратегія збереження; стратегія накопичення; стратегія поміркованого росту; стратегія агресивного [2].

Отже, розглянуті інноваційні та інвестиційні стратегії мають формувати комбінацію стратегічних інструментів, які створюють в залежності від інтенсивності інноваційних та інвестиційних зусиль, нову інноваційно-інвестиційну стратегію, яка буде спрямована на розвиток туристичного підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Лохман Н.В. Розвиток інноваційного потенціалу туристичних підприємств: теорія, методологія, практика: автореферат дисертації на здобуття ступеня доктора економічних наук: спеціальність 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Дніпро. 2019. 43 с.
2. Андреева В.А. Управління інноваційними процесами малого та середнього підприємництва. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2011. Вип. 26. С. 10–14
3. Вікарчук О.І. Інноваційний потенціал: основа розробки стратегії розвитку підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Збірник наук. пр. Тематичний випуск: *Технічний прогрес і ефективність виробництва*. 2009. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/7755>
4. Ілляшенко С.М., Біловодська О.А. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: монографія. Суми: Університетська книга, 2010. 281 с.

УДК 351.862.4:659.1

ПОМАЗА-ПОНОМАРЕНКО Аліна,
*доктор наук з державного управління, старший дослідник,
Національний університет цивільного захисту України,
м. Харків, Україна*
ДОЛНІКОВА Юлія,
*здобувачка 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Національний університет цивільного захисту України,
м. Харків, Україна*
ЛЯДЕР Андрій,
*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Національний університет цивільного захисту України,
м. Харків, Україна*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стійкий розвиток у сфері туризму представляється, з одного боку, як циклічний процес, а з другого – оновлюваний тип функціонування економіки. За цього типу відбувається задоволення рекреаційних потреб населення здійснюється без шкоди для майбутніх поколінь і при цьому відбувається помірно швидке отримання прибутків туристичними підприємствами. Стійкість розвитку туризму визначається впливом низки факторів екзогенних та ендогенних, а саме: економічних, соціальних, культурних, політичних, екологічних та ін. Для нашої держави останнім часом значний вплив чинили позасистемні фактори, як окрема група чинників. До них можна віднести виникнення та поширення пандемії COVID-19, зовнішню агресію проти України тощо. Усе це негативно позначилося на стані функціонування туристичної сфери, не кажучи про унеможливлення її розвитку взагалі. На цій підставі існує необхідність в окресленні перспективних напрямків розвитку туризму в Україні в найближчій перспективі.

Матеріальною основою стійкого розвитку туристичної сфери є ті природні й історико-культурні ресурси, що необхідні для використання з метою задоволення потреб рекреантів і стимулювання розвитку туристичної індустрії як складової туристичної сфери. При цьому доводиться рахуватися з можливістю (імовірністю) втрати стійкості туристичної сфери загалом, тих господарських систем, які функціонують в її межах (тобто суб'єкти підприємницької діяльності), а також

платоспроможністю туристів. Адже руйнування однієї її структури та створення іншої – це неодмінні атрибути параметрів стану. Їх потрібно оцінювати на допустимих для цього етапах щодо очікуваних або раптових впливів внутрішніх або зовнішніх факторів.

У продовження відзначимо, що існує важливість розробки та впровадження відповідної моделі на вітчизняних теренах. Вона покликана сприяти забезпеченню стійкого розвитку туристичної сфери та подальшому зростанню економіки України. У сучасних реаліях необхідно створити модель, з одного боку, антикризового управління в туристичній сфері, а з другого – інноваційної модернізації зазначеної сфери економіки.

Антикризова модель передбачає можливість забезпечення стійкого розвитку в туристичній сфері, що дозволяє взаємозв'язок економічних елементів стійкості економіки та бізнесу, а також удосконалення системи публічного управління. Щодо інноваційної складової запропонованої моделі, то вона насамперед має бути представлена інноваціями, інвестиціями, упровадженням AI-технологій тощо. Останні покликані забезпечити стратегічне управління та розвиток у середній і довгостроковій перспективі туристичної сфери.

На наш погляд, модель антикризової й інноваційної модернізації туристичної сфери України (рис. 1) заснована на інноваційних механізмах і інструментах макрорегулювання. Логіка антикризових й інноваційних заходів у межах середньо- і довгострокового розвитку туристичної сфери України має бути відображена в Стратегії сталого розвитку туризму Україна. У цій стратегії повинно бути визначено основи та перспективи розвитку туристичної сфери за умови повноцінної реалізації інноваційного й інвестиційного потенціалу, а також створюваних у посткризовий період просторово-галузевих точок інноваційного зростання. З цією метою має бути забезпечено суттєву технологічну модернізацію реального сектору економіки України. Така модернізація повинна передбачати використання передових технологій і підвищення конкурентоспроможності як вітчизняної туристичної індустрії на міжнародній арені, так і окремо взятих суб'єктів підприємницької діяльності між собою на вітчизняному туристичному ринку. Це, у свою чергу, забезпечить перетворити вітчизняний науковий потенціал в один з основних ресурсів стійкого розвитку в туристичній сфері.

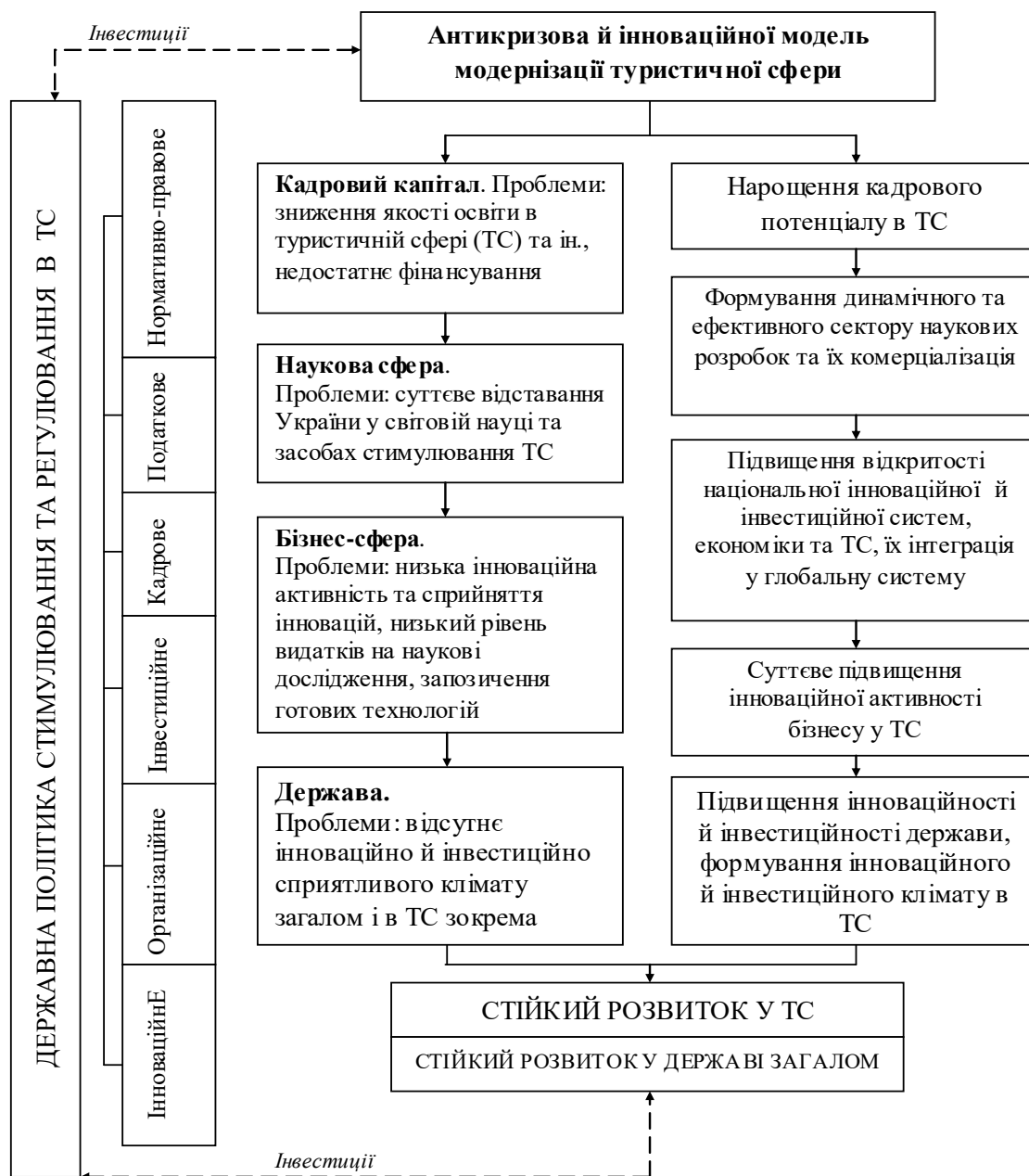


Рис. 1. Модель антикризової й інноваційної модернізації туристичної сфери України

Серед напрямів антикризового розвитку, на нашу думку, можна визначити такі: 1) стимулювання формування в українській економіці та туристичній сфері інституційних основ нового шостого технологічного укладу; 2) створення підґрунтя для розширення ресурсного забезпечення, необхідного для розвитку економіки знань і всебічний розвиток людського та кадрового потенціалу; 4) удосконалення логістичної, транспортної, готельної та іншої інфраструктури; 5) стимулювання розвитку соціально орієнтованих видів туризму, зокрема, лікувального, оздоровчого, спортивного, екологічного, сільського зеленого, е-туризму, релігійного,

етнотуризму та ін. [1].

Використання запропонованої моделі допускає реалізацію таких заходів: 1) використання «транзитної ознаки» України як переваги, зокрема, шляхом зацікавлення туристів залишитися на її території якомога довше; 2) залучення в країну великого наукоємного капіталу; 3) збільшення витрат на вітчизняні наукові розробки та підготовку висококваліфікованих фахівців у туристичній сфері; 4) зростання випуску конкурентоспроможного туристичного продукту на основі високоефективних інноваційних й інвестиційних проєктів; 5) активна інтеграція України в міжнародний технологічний обмін з урахуванням її науково-технічних і виробничих можливостей, а також у міжнародний туристичний бізнес. Реалізація запропонованої моделі можлива лише за умови при скоординованих дій уряду і зусиль суспільства.

Отже, для України з урахуванням об'єктивних тенденцій її економіки прийнятною є модель розвитку туризму, заснована на використанні власного науково-технічного потенціалу, із залученням іноземних інвестицій і технологій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Домбровська С., Помаза-Пономаренко А., Рибальченко Н. Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки: монографія. Харків, 2022. 272 с.

УДК 351.862.4:659.1

САВЕНКО Влада,

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Одеський національний університет ім. І.І.Мечникова,
м. Одеса, Україна*

*Науковий керівник:- **ІВАШКО Лариса.**,
доц. каф. менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет ім. І.І.Мечникова,
м. Одеса, Україна*

УКРАЇНСЬКІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ НОВІТНІХ СУСПІЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

У даний час сфера послуг і туризму являє собою одну з найбільш динамічних галузей світової економіки. Для багатьох країн туризм і суміжні сфери підприємницької діяльності – сфера надання послуг, гостинність, заклади громадського харчування, розваги тощо – це джерело додаткових бюджетів, які допомагають вирішити соціальні проблеми, створити більше робочих місць,

забезпечити зайнятість населення, сприяти розвитку культури та освіти, а також розширити міжнародні зв'язки [1, с. 5]. Тобто туризм можна вважати ключовим напрямом здійснення широкомасштабних завдань по розбудові української державності, який сприяє пришвидшенню процесу входження України до світового співтовариства та є основним каталізатором розширення культурного та духовного відродження нації.

В реаліях сьогодення розбалансованість і хронічна дефіцитність вітчизняного ринку, нагнітання у канали обігу незабезпеченої грошової маси, податковий натиск на малий бізнес та нові підприємства, дисбаланси валютного курсу, загостреність через форс-мажорну ситуацію – пандемію COVID-19 в світі, а з 24 лютого 2022 року повномасштабну війну в країні, кількість в'їзних туристів значно зменшилася. Популярність України як туристичного напрямку падає, оскільки потенційні туристи сприймають нашу країну, як «гарячу точку».

У такій ситуації рушієм відновлення туристичної діяльності може стати розвиток внутрішнього туризму. Продукування нових туристичних пропозицій в Україні має можливість стати каталізатором поживавлення на туристичному ринку [5, с. 3]. Ще більшої актуальності набуває пропозиція саме недорогих видів рекреації, таких як автотуризм та караванінг.

У Державному агентстві розвитку туризму була надана статистика про те, що у 2019 році, ще до пандемії та карантинних обмежень, кількість людей, які відвідали Україну за перше півріччя, була на 75% більшою, ніж у 2020 році. Тоді число туристів сягнуло майже 6 мільйонів.

У 2021 році Україна зустріла 1,5 мільйона туристів. Тим не менш, цей показник був на 31% нижчим, порівняно з аналогічним періодом 2020 року. Число прибувших іноземних туристів склало 2 мільйони [2].

Враховуючи величезний потенціал рекреаційних та культурно-історичних ресурсів туристичної галузі України, частка туризму у ВВП країни є дуже низькою. Загалом це не більше 2% ВВП, що значно нижче, ніж аналогічний показник світової економіки, який у середньому становить 10% ВВП.

Тому найважливішими антикризовими заходами із розвитку внутрішнього туризму можна назвати [3, с. 212]:

1. Створити ефективне законодавство та відповідні сильні органи влади (створення чіткої та зрозумілої нормативно-правової бази, яка б сприяла підтримці та розвитку туристичної галузі; боротьба з корупцією).

2. Зменшити податки (Україна майже єдина країна в Європі, де не введено зниженого ПДВ для сфери гостинності, культури та спорту) [4].

3. Зформувати зручну та прозору систему класифікації готелів та оновити стандарти обслуговування (особливо напередодні легалізації азартних ігор, коли казино будуть дозволені лише в готелях з певною «зіркою») [4].

4. Удосконалювати готельне господарство (відповідність міжнародним стандартам; надання якісних послуг, які відповідають їх ціні тощо).

5. Розвивати внутрішній туризм, головним чином у санаторно-курортному напрямі та напрямі кемпінг-послуг.

6. Оновлювати навчальні програми української індустрії туризму в університетах (навчання студентів тільки по актуальних джерелах інформації; створення компетентних фахівців даної сфери діяльності).

7. Використовувати зарубіжні практики менеджменту та досвід іноземних підприємств в екосистемах туристичної галузі.

8. Просувати відомості про природний і культурно-історичний рекреаційний потенціал регіонів і окремі населені пункти України з метою створення позитивного іміджу території.

9. Застосовувати туристичними підприємствами у своїй практиці методів лінійного програмування та математичного моделювання з метою більш швидкого і точного вирішення певних завдань.

На тлі того, що інвестори зараз не хочуть вкладати кошти в готельні проекти через їх досить довгий термін окупності, постає потреба у пошуку інших цікавих напрямів для інвестування. Розвиток інфраструктури придорожного туризму та автотуризму на сьогоднішній день є одним із найперспективніших напрямків інвестування, який може покращити поточну ситуацію готельного ринку України [5, с. 4].

Термін «кемпінг» означає спосіб перебування туристів під відкритим небом, який має певну інфраструктуру та територію для розташування караванів, авто будинків та мобільних будинків; вид туризму, пов'язаний із проживанням у наметах, автофургонах або мобільних будинках [5, с. 9].

Автотуризм та караванінг є рішенням більшості головних проблем, які постають сьогодні при організації туристичного бізнесу та прийомі туристів.

Доцільність розвитку кемпінгів на теренах України можна пояснити низкою причин:

- розміщення в подібному закладі відчутно дешевше, ніж у традиційних закладах на кшталт готелю;

- захист природних або культурних ресурсів;
- створення кемпінгової мережі як відкриття додаткових можливостей для розвитку «туру вихідного дня»;
- можливість розвитку в умовах пандемії коронавірусу;
- розвиток внутрішнього туризму, що в свою чергу сприятиме розвитку економіки;
- оздоровлення туристів через знаходження деяких кемпінгів у екологічно-безпечних регіонах країни з природно-лікувальними ресурсами.

Отже, на сьогоднішній день велику частину матеріальної бази туризму в нашій країні потрібно оновлювати. Слід зазначити, що лише реконструювати наявний готельний фонд та створити новий - недостатньо, адже необхідно комплексно розвивати інфраструктуру туризму, що передбачає не лише будівництво нових засобів розміщення, а й будівництво допоміжних об'єктів (автомагістралей, кемпінгів, закладів харчування, розважальних центрів, пам'яток тощо).

Пріоритетним напрямком прискорення економічного та соціального розвитку країни має стати подолання негативних тенденцій та створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму.

І, як свідчить закордонний досвід, саме підтримка на національному рівні може повною мірою використати перспективи розбудови туристичної кемпінгової інфраструктури в Україні, допомогти залучити інвестиції для розвитку придорожного сервісу країни та трансформувати внутрішній і в'їзний туризм на важливий дохідний сегмент бюджету країни [5, с. 13].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Феденєва І.Н., Нехорошков В.П., Комарова Л.К. Менеджмент у соціально-культурному сервісі і туризмі: 2-ге вид., перероб. та дод. - М.: Видавництво Юрайт. 2018. – С.205.
2. Потік туристів в Україну значно зріс – звідки їдуть. - URL: <https://economics.segodnya.ua/economics/transport/potok-turistov-v-ukrainu-znachitelno-vyros-top-stran-posetiteley-1569542.html>
3. Кретініна Л.В. Механізми та фактори стабілізації туристичної індустрії України в період світової економічної кризи // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2009. №13. С.212-219.
4. П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії. - URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvati-industriyu-ostanni-novini-50075544.html>.
5. Бунтова Н.В. Міжнародний досвід розвитку ринку гостинності у форматі кемпінг-послуг та його значення для України. 2017. – Вип. 13(1). – С. 35. – URL: <https://knote.edu.ua/file/MjIxNw==/cb6fe4f393cf6c0eeac7ac042c8fbd23.pdf>

УДК 658.8:640.43

СТАМАТ Вікторія,

*кандидат економічних наук, доцент,
Миколаївський національний аграрний університет,
м.Миколаїв, Україна*

СКОРУК Анна,

*здобувач вищої освіти 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Миколаївський національний аграрний університет,
м.Миколаїв, Україна*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ІСПАНІЇ НА СВІТОВІЙ АРЕНІ

Ресторанний та готельний бізнес Іспанії в останні десятиліття значно виріс і розвивається дотепер, а також є дуже активними і функціональними, що забезпечує ріст економіки всієї країни.

Загалом, Іспанія - це країна, яка популярна не тільки своїми пам'ятками, а й їжею. Іспанці сформували культ їжі: починаючи з маленьких закусок і аж до відомих ресторанів, які пропонують широкий спектр страв: італійська, мексиканська, азіатська і звісно іспанська традиційна кухні. Однією з особливостей традиційної кухні є її різноманіття. Страви та методи їх приготування, а також смак значно відрізняється і залежить від регіону, де його приготували [1].

Ресторанний бізнес – це частина сфери туризму та відпочинку, яка націлена на задоволення потреб споживачів, надаючи широкий спектр послуг харчування. Ресторанний бізнес є частиною готельно-ресторанної сфери, який також залежить від попиту туристичного бізнесу [4].

Готельний бізнес - одна із складових сфер туризму, яка забезпечує туристів житлом та побутовими послугами, а також включає в себе ресторани та додаткові, такі як трансфер та інші [4].

За дослідженнями, Іспанія – країна, яка має найщільнішу кількість закладів ресторанного господарства. На 170 осіб доводиться 1 заклад. Особливо популярним типом закладу ресторанного господарства є бар. На 1 бар доводиться найменше 175 осіб. Це доводить прихильність іспанців до певного типу закладу для проведення вільного часу та відпочинку [1].

У дослідженнях науковців, які вивчали тему ресторанного бізнесу Іспанії, можна зустріти наступні дані: 1300 нових закладів відкрилося протягом 2017 року та першого семестру 2018. Тобто

ресторанний сектор значно збільшувався та ріс до першого локдауну 2019 року.

Після чого спостерігався спад економіки по всьому світу, що торкнулося Іспанії також.

Ринок дуже сильно постраждав, і більшості закладам не вдалося втриматися на плаву. У 2019 році сектор всього туризму склав близько 12,4% ВВП країни. Це значно менше, ніж було до та після коронавірусу [2].

Значна частина МСП в Іспанії є національними. Тому, частка ринку, що належить іноземним компаніям становить лише 7%. Попри це країна активно розвиває і залучає іноземні вкладення. Це дало свої результати і обсяг іноземних інвестицій становив 36,1 млрд євро. Але не можна не відмітити, що 80% вкладень стосувалися сфери нерухомості.

У 2020 році загальна кількість іноземних туристів, яка напямую підтримує ресторанний сектор, у Іспанії, становила 48,061 млн осіб. На подив, це більше ніж у 2018 році у 1,9%. Можна стверджувати, що рекламні кампанії Іспанії спрямовані на туризм активно подіяли і змогли почати виводити економіку з рівня спаду[2].

Не менш важливою є діяльність готельного бізнесу. Індустрія готелів дуже вигідна для туристичних регіонів. Сама держава, безпосередньо, приймає участь у розширенні та популяризації цієї сфери [3].

Готельний сектор Іспанії одна найрозвиненіших сфер. Його представляють заклади різного типу, класифікації та формами власності. Іспанія під час прогресивного росту готельної індустрії створила наступні види житла:

- Готелі;
- Парадори;
- Пансіони;
- Апартамент-готелі;
- Курорти [5].

Вони відрізняються один від одного за рівнем цін, місцем розташування та якістю надання послуг. Заклади з надання послуг розміщення Іспанії прийнято поділяти на 4 основні групи:

- Перша група – готелі категорії 5, 4, 3, 2, 1 зірок;
- Друга група – міні-готелі й пансіони 3, 2, 1 зірок;
- Третя група – гостьові будинки, без категорії;
- Четверта група – готелі-апартаменти 4, 3, 2, 1 зірок [3].

Критерії, що виділяють кожну групу іспанські органи управління включають у класифікацію. На основі цього створюють вимоги за місцем розташування та сезонності.

На території Іспанії заклади готельного господарства поділяються на готелі та пансіони. До готелів входять звичайні готелі (заклади, які надають послуги з розміщення та обслуговування), готелі-апартаменти (вони мають обладнання для зберігання, переробки та споживання продуктів харчування) й мотелі (такі суб'єкти надають розміщення, гараж, окремий вхід, розміщені поблизу автомобільних трас).

Невід'ємним елементом готелів є вивіска біля входу у будівлю. На ній зазначена група та категорія. Вивіска готелю виготовляється з металу у формі прямокутника, на блакитному фоні зазначена кількість зірок, яка повинна відповідати присвоєній категорії. Позолочені зірки призначені для готелів та готелів-апартаментів, а срібні – для міні-готелів та пансіонів. Категорія засобу розміщення та її тип обов'язково зазначається у рахунках та квитанціях, рекламі, засобах масової інформації.

На території Іспанії функціонує мережа державних закладів розміщення туристів. Вона підпорядковується Державному міністерству по туризму. Заклади такого типу розміщені в найбільш мальовничих районах, де відсутні інші типи підприємств розміщення. Вони представлені фортецями, замками, палацами, обладнані під готелі класу люкс.

Завдяки якісному підходу до розвитку даного бізнесу, туристи надають перевагу відпочинку у країні. Іспанія була одною з перших держав, до яких збільшився потік туристів після відкриття кордонів.

Звичайно, готельна індустрія зазнала певного спаду під час коронавірусу, але змогла втримати лідуючі позиції та покращити, розширити свої послуги після кризи. Зараз Іспанія продовжує розвиватися у цьому напрямку і активно підтримує національні та іноземні інвестиції готелів [5].

За результатами дослідження літературних джерел можемо виділити тенденції розвитку індустрії гостинності Іспанії: лояльність та персоналізація (індивідуальний підхід до клієнта); доставка; використання соціальних мереж (як найважливіших засобів спілкування з клієнтами); технологічна концепція (використання цифрових технологій, які дають можливість здійснювати персоналізацію з клієнтом); імідж ресторану (залучення відомих зірок, особистостей, що сприяє покращенню іміджу закладу).

Отже, ресторанний та готельний сектори Іспанії - є провідними сферами, які забезпечують та підтримують економіку держави. Ресторанний та готельний бізнес активно розвивався до 2019 років, а після локдаунів і закриття країн на карантин спостерігався значний спад не просто попиту, а й економіки в цілому. Більшість

вкладень іноземних інвестицій становив ринок нерухомості, що підтверджує погіршення ситуації на ринку туристичної сфери. Попри це, Іспанія проводила активні кампанії для збільшення попиту і заохочувала туристів подорожувати. Самі ж іспанці, як любителі закладів ресторанного харчування і поціновувачі їжі, допомогли втримати економіку на задовільному рівні.

Тобто, не дивлячись на кризові ситуації ресторанний та готельний бізнес Іспанії активно розвивається займає провідні позиції на світовій арені, підтримує національну економіку і продовжує значно рости. У майбутньому можна очікувати ще більше зростання ресторанного та готельного секторів цієї країни.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ресторан майбутнього : статистика про ресторанний сектор Іспанії. URL: <https://wua.bono.odessa.ua/articles/statistika-pro-restorannij-sektor-v-ispanii.html> (дата звернення: 17.11.2022).
2. Гончарова Катерина Рекордно низькі ціни: скільки коштів потрібно для життя в Іспанії. URL : <https://travel.rbc.ua/rus/show/rekordno-nizki-tsini-skilki-potribno-groshey-1667299272.html> (дата звернення 17.11.2022).
3. Особливості готелів Іспанії та їх класифікація. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/> (дата звернення: 17.11.2022)
4. Нечаюк, Л. І., Телеш, Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Київ : ЦУЛ, 2003. 120 с.
5. Інноваційні тренди на ринку wellness-гостинності Іспанії. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/rutynsky6.htm (дата звернення: 17.11.2022)

УДК 658.8:640.43

СТАМАТ Вікторія

*кандидат економічних наук, доцент,
Миколаївський національний аграрний університет,
м.Миколаїв, Україна*

ЧУПРУН Катерина,

*здобувач вищої освіти 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Миколаївський національний аграрний університет,
м.Миколаїв, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ІТАЛІЇ

Індустрія готельного бізнесу — це велика самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку й розваг.

Діяльність готельної індустрії вигідна з усіх боків (прямо або опосередковано) регіонам, які беруть участь у цьому процесі. Державна влада зацікавлена в отриманні доходів та інших видів дивідендів від усього, що здобувають громадяни, підприємці та підприємства, і відштовхуючись від своїх інтересів, будує пріоритети у сфері регулювання й координації готельної діяльності/ Є три варіанти підходу до регулювання готельного бізнесу:

1) авторитарне управління всією індустрією готельного бізнесу в країні;

2) помірне втручання з регулюванням і координацією діяльності готельного бізнесу органами адміністрації;

3) байдужість до індустрії готельного бізнесу, як у соціальне та економічне явище, зокрема й у прибутковість від готельного бізнесу.

У сучасних умовах готельний бізнес як унікальне соціальне явище доступний широким верствам населення, він є засобом оздоровлення, забезпечення душевного комфорту людей. Готельний бізнес як індустрія в економіці багатьох країн світу займає важливе місце, а в деяких — навіть вирішальне. На частку готельного бізнесу припадає 6% світового національного продукту, 7% усіх світових інвестицій і близько 11% усіх світових споживчих витрат.

Італія – це центр культурного Європи. І для всіх вона є дуже привабливою з точки зору відкриття власного бізнесу. Відкрити малий бізнес в Італії бажає дуже багато людей, але більшість з них зупиняється, так як вони не знайомі з інформацією щодо відкриття там власного бізнесу. Існує високий рівень невідомості для підприємців [1]. Стійкість економіки, прозорість законодавства та висока правова культура – сприятиме відкриттю бізнесу в цій країні. Понад 85% всіх компаній, які існують в Італії – фамільні (сімейні). Це означає, що на місцевий ринок важко виходити підприємцям, які працюють за американською моделлю, існують високу вхідні бар'єри, відбувається конфронтація інтересів внаслідок відмінностей у культурах.

В Італії прийнято класичну систему п'яти «зірок». Вперше такий варіант класифікації готелів був застосований у 1981 році, але тоді лише в деяких регіонах — Лігурії, Сардинії, Кампанії та Абруццо — власники присвоїли готелям «зірки». Незважаючи на прийняту класифікацію, існують і винятки у вигляді двох семизіркових готелів у Мілані (Town House Galleria) та Венеції (Aman Canal Grande). Згідно з прийнятими в Італії нормами, готелі диференціюються за трьома категоріями [2].

До найбільш помітних особливостей італійських готелів слід віднести їх невеликі розміри (50-80 номерів). Як правило, маленькі

готелі рідко претендують на високу категорію та відповідають двозірковому рівню, хоча на альпійських курортах зустрічаються невеликі готелі, оснащеність та рівень обслуговування яких відповідають найвищим вимогам. Чотиризіркові готелі відрізняються від тризіркових більшою комфортабельністю. Деякі недоліки італійських готелів цілком компенсуються певними перевагами, до яких можна віднести наявність великої кількості добре обладнаних конференц-залів [3].

Найпопулярнішими напрямками для поїздок та подорожей по містах Італії можемо зазначити такі: Рим, який має 943 готелі, Мілан (410 готелів), Флоренція (376 готелів) та Неаполь (183 готелі). Найпопулярнішими регіонами для туристів в Італії є: Сицилія, Валь Гардена, озеро Комо, Тоскана [3].

Чинник сезонності у туризмі дуже тісно пов'язаний, корелює з готельним бізнесом. В Італії налічується 32,6 тис. готельних структур, що становить 10,2% від загального числа існуючих у світі готелів. У середньому на рік готельні номери в Італії використовуються лише на 34%, що значно нижче за середньосвітовий показник (47%). Серед областей, що найбільш ефективно використовують готельні структури, на першому місці стоїть Лаціо, де кожне готельне місце використовується в середньому 153 рази на рік, за ним йдуть Венето (145), Кампанія (144), Лігурія (137) та Тоскана (133). Серед міст за цим показником лідирують Флоренція (197), Падуя (190), Рим (179), Прато (176), Тревизо (170).

Загалом, італійські готелі ставляться здебільшого до середньої категорії за досить високих тарифів. Згідно зі статистичними даними, опублікованими Італійською федерацією готельних працівників 80% готелів належать до категорії 1- та 2-зіркові, 18% - 3-зіркові, 3% - 4-зіркові, менше 1% - 5-зіркові.

Готельний бізнес в Італії входить у вісімку кращих європейських країн і відсоток нерентабельних закладів готельного бізнесу дуже малий. Одними з найприбутковіших галузей вважаються – готелі, ресторани, магазини і торгівля.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Організація малого бізнесу в Італії. URL : <http://jak-zarobyty.pp.ua/3386-organizatsiya-malogo-bznesu-v-italyi-yak-zarobiti-grosh.html> (дата звернення 01.11.2022)
2. Система класифікації готелів в Італії. URL : https://pidru4niki.com/17190512/turizm/sistema_klasifikatsiyi_goteliv_italiyi (дата звертання 01.11.2022)
3. Готелі в Італії. URL : <https://www.booking.com/country/it.uk.html?> (дата звертання 01.11.2022)

УДК 332

ФУРМАНЮК Іван,

*здобувач 1-го курсу третього
(освітньо-наукового) рівня доктор філософії
ННІ економічної безпеки та митної справи
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна*

*Науковий керівник: **ЛАЗЕБНИК Лариса,**
д-р. екон. наук, професор,
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ПОСТКОНФЛІКТНІ ТЕРИТОРІЇ» ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ЇХ ВІДНОВЛЕННЯ

У сучасних умовах активних бойових дій на території України, проведення деокупації захоплених агресором територій та забезпечення повернення їх до мирного життя, актуальним є питання планування їх відновлення та подальшого розвитку. Фактично, деокуповані території, після завершення активної фази бойових дій, підпадають під категорію «постконфліктних територій», подальший соціально-економічний розвиток яких має ряд особливостей. З метою врахування останніх, об'єктивно необхідним є забезпечення чіткого трактування категорії «постконфліктні території». У сучасному науковому світі, на жаль відсутній однозначний підхід до визначення цього поняття, що породжує певні протиріччя на практиці.

Питанням визначення категорії «постконфліктні території» займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як Антонюк В., Баракат С., Беззубко Л., Власюк О., Горбулін В., Зик С., Ісмаїлов Е., Лібанова Е.М., Ляшенко В.І., Ляшенко О.М., Михальська В., Монтгомері Дж., Музаффарлі Н., Новікова О., Пирожков С., Полчанов А., Попова Г., Рондінеллі Д., Точонов В. та ін. Отримані ними напрацювання в цій сфері мають високу наукову та прикладну цінність, але не дають однозначної відповіді на трактування сутності досліджуваної категорії. Це породжує об'єктивну необхідність проведення додаткового наукового пошуку в окресленій сфері.

Так, В. Михальська визначає постконфліктну територію як «простір, що зазнав впливу збройного конфлікту, внаслідок чого має зруйновану систему управління або ослабкі інституційні форми розвитку, що потребують розбудови «з нуля» або реінтеграції в національну систему вищого рівня» [1].

На наш, погляд, зазначений підхід не повністю розкриває внутрішню суть досліджуваної категорії, тому під поняттям «постконфліктні території» ми пропонуємо розуміти – державу чи її частину, де відбувались активні бойові дії, після завершення яких необхідно здійснити низку комплексних заходів з відбудови її інфраструктури, психологічної адаптації населення та відновлення економічних, соціальних і туристичних зв'язків.

У зв'язку з цим, вбачаємо, що нині об'єктивно потребує додаткового наукового пошуку сфера визначення підходів до відновлення «постконфліктних територій» в умовах сьогодення.

«Усі сфери відновлення відчувають вплив фактору часу. До особливо швидких і радикальних змін схильні засоби комунікації і зв'язку, швидкість технологічного оновлення яких дуже висока. Суттєво змінюються технології і матеріали, які переважають у цивільному будівництві, енерго- і газопостачанні, а також у будівництві і реконструкції транспортної інфраструктури», - зазначають у своїх працях Музаффарлі Н. та Ісмаїловим Е. [2]. Крім вищезазначених принципів, які були впроваджені зазначеними вище науковцями і мають досить універсальний характер, з урахуванням специфіки нашої країни слід застосувати ще кілька принципів, а саме:

- послідовне (гомогенне) планування поліцентричної функціональної структури, яка б дала змогу впроваджувати зміни не тільки в якусь конкретну сферу життя, а й розповсюджувалася на всі аспекти життєдіяльності відновлюваної території;

- інтеграційний підхід, тобто стійке відновлення умов життєдіяльності на відновлювальних територіях, має включати всі параметри якісного життя та участь місцевого населення в розробці та впровадженні заходів, адже всі зміни повинні враховувати й орієнтуватися на спосіб життя, яке вело населення даного регіону до конфлікту;

- досягнення довгострокових результатів за допомогою короткострокових проектів, які б стимулювали інтерес інвесторів. Виконання цього принципу можливе за використання проектів приватно-державного партнерства, яке добре зарекомендувало себе в інших подібних проектах;

- принцип взаємодоповнення, тобто всі проекти з відновлення та реабілітації деокупованої території не повинні вступати у протиріччя [3].

Степанів Н.О. та Єфременко В.В. «до принципів відновлення деокупованих і постконфліктних територій також відносять:

- адресність: необхідно зосередитись на задоволенні потреб конкретних груп населення, забезпечити безпосередній вплив заходів з відновлення на тих, хто потребує їх найбільше;

- координація та комунікація: взаємодоповнюваність заходів, досягнення сукупного ефекту, головною метою яких є відновлення та розбудова миру, можливо досягти завдяки ефективній координації дій усіх учасників процесу;

- управління процесом розбудови: для відновлення миру та соціально-економічного розвитку необхідною умовою є якісне управління процесом відновлення;

- механізм реалізації: від того, яким чином будуть проходити процеси відновлення залежать не тільки можливості ліквідації шкоди внаслідок конфлікту, усунення його причин, а головне: напрями подальшого покращення ситуації з метою зростання економічного добробуту та соціальної впевненості суспільства, зростання якості життя населення;

- формування сприятливих умов державної політики для відновлення: стратегічно важливим буде визначення умов державної політики у справі розбудови миру з метою забезпечення ефективності та результативності впровадження заходів» [4].

Однією з ключових стадій відновлення постконфліктних територій, яка свідчить про повне їх повернення до мирного життя і соціальну адаптацію, є реінкарнація туристичного потенціалу. На постконфліктних територіях туристична галузь є однією з найбільш постраждалих, проте вона виявляється й однією з найперспективніших. Потенціал цієї галузі може бути вкрай високим і в умовах відновлення територій набувати неабиякого значення. За таких умов доцільною була б розробка програми з розвитку внутрішнього туризму, розрахованої на найближчі декілька років. Короткотривалість термінів такої програми обумовлюється можливістю її корекції, у разі необхідності. Наприклад, у деяких країнах позитивно зарекомендував себе розроблений механізм повернення частини витрачених грошей за подорож по регіону. При цьому ключовим фактором є те, що постконфліктний розвиток належить до великомасштабних проєктів національної «економічної безпеки, ефективна реалізація якого потребує поділу реабілітаційних робіт на чіткі стадії, одним з елементів якого може бути розбудова туристичної галузі. Також є необхідність забезпечення цілісного системного бачення всього комплексу проблем, пов'язаних з процесами соціально-економічного відновлення та розбудови миру, визначення пріоритетів, основних напрямів та механізмів цього процесу, його

ключових умов та етапів. Упровадження в життя спеціально розроблених з урахуванням особливостей постконфліктних територій конкретних варіантів реалізації концептуальних підходів надасть можливість знизити рівень соціально-політичної напруги на постконфліктній території та підвищить рівень економічної і соціальної активності місцевого населення, яке теж потребує реінтеграції в суспільно-економічне і політичне життя» [5].

Резюмуючи викладене вище, відзначимо, що питання відновлення та розвитку постконфліктних територій є одним з найбільш актуальних у сучасному суспільно-політичному житті України, яка активно здійснює деокупацію власних земель. При цьому запропонований підхід до трактування сутності цієї категорії має спростити її сприйняття науковцями і практиками при розробці відповідних планів відновлення. Ключовими елементами останніх мають стати відновлення соціально-економічного потенціалу та туристичної привабливості, як для вітчизняних, так і для іноземних громадян.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Михальська В. В. Політика управління постконфліктними територіями. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. URL: <file:///C:/Users/Asus/Downloads/9052-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-18101-1-10-20201019.pdf> (дата звернення: 19.11.2022).
2. Музаффарли Н., Исмаилов Э. К вопросу о восстановлении постконфликтных территорий. *Кавказ и Глобализация*. 2009 № 3(2-3). С. 7-28.
3. Булаєва О.В., Келембет О.С. Методичні принципи відновлення деокупованих територій. *Причорноморські економічні студії*. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/8-2016/10.pdf> (дата звернення: 19.11.2022).
4. Степанів Н.О., Єфременко В.В. Напрями соціально-економічного розвитку постконфліктних територій. 2018. *Збірник наукових праць ДонНАБА*. № 1 (11). С. 99-105.
5. Заваріка Г.М. Концептуальні підходи до розвитку туризму постконфліктних територій. *Вісник ОНУ. Сер.: Географічні та геологічні науки*. 2021. Т. 26, вип. 2(39) URL: <file:///C:/Users/Asus/Downloads/246198D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-579136-1-10-20220128.pdf> (дата звернення: 19.11.2022).

УДК 332.1

ХМАРА Олена,
*викладач економічних дисциплін
ВСП «Автотранспортний фаховий коледж КНУ»,
м. Кривий Ріг, Україна*

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день все більшою популярністю, насамперед у жителів мегаполісів, користується такий різновид відпочинку, як зелений туризм. Зелений туризм (інші його назви - сільський, аграрний, екологічний туризм) за визначенням - відпочинок у сільській місцевості.

Зелений туризм відкриває нові можливості. Це повернення до першоджерел. Краса сільських пейзажів, близькість річок, лісів, гір, відсутність стресів та метушні, здорове харчування добре впливають на людину, зміцнюють її і духовно, і фізично. Це все, що дає зеленого туризму[3].

Поняття «зелений туризм» з'явилося ще у 80-х роках минулого століття. Вже тоді такий спосіб відпочинку став одним із найважливіших напрямків розвитку екології.

Сьогодні, коли планета потерпає від діяльності людини, а ЗМІ все частіше повідомляють про наближення глобального потепління, зелений туризм стрімко виривається уперед. Щорічно він збільшується на 10-15% по всьому світу [1].

На сьогоднішній день зелений туризм розвивається за трьома напрямками:

1. Активний відпочинок в умовах незайманої природи під час уїк-енду.

2. Тимчасове проживання в наметі на березі річки або озера та відмова від благ цивілізації - телевізору, інтернету, електрики, транспортних засобів.

3. Комфортний відпочинок у невеликому котеджі в селі з можливістю користуватися водопроводом, санвузлом, електрикою.

Головним принципом зеленого туризму є турбота про охорону навколишнього середовища. Такий відпочинок має ряд переваг:

1. Доступний – відпочивати в наметі або зняти будиночок в селі дешевше, ніж орендувати кімнату навіть на маловідомому курорті.

2. Дозволяє весело та цікаво проводити час - в залежності від місця розташування туристи можуть їздити верхи на конях, займатися рафтингом, вивчати народні ремесла.

3. Проходить далеко від міського шуму, що сприяє повному релаксу та відновленню сил [2].

Спочатку “зелений туризм” асоціювався насамперед із екологічними аспектами, однак сьогодні він охоплює всі аспекти стійкого розвитку, що базуються на таких принципах:

1. Охорона навколишнього середовища. Звести до мінімуму забруднення повітря, води, ґрунту, а також кількість відходів. Підтримка якісних та унікальних характеристик ландшафту, захист природних територій, середовищ існування диких рослин та тварин.

2. Соціальний розвиток. Підтримка та покращення якості життя в місцевих спільнотах, виховання поваги до різних народностей та прав людини, підтримка їхньої культурної спадщини та традицій.

3. Економічне процвітання. Забезпечення конкурентоспроможності місцевих компаній у туристичній сфері. Інтеграція економіки та екології у процеси зберігання природних територій, які в майбутньому сприятимуть збільшенню доходів від зеленого туризму.

4. Мінімізація впливу на клімат. В останні роки кліматичний аспект став надважливим. Тому необхідно мінімізувати вплив туризму на клімат і максимально адаптувати його до кліматичних змін.

Прийнято вважати, що зелений туризм мають лише позитивний ефект на навколишнє середовище. Однак з'являється все більше прихильники протилежної думки. Вони переконані, що не все так солодко, як здається на перший погляд.

Багато з так званих “екотуристичних” компаній не відповідають міжнародним стандартам. І навіть, якщо деякі з головних принципів виконуються, місцеві жителі зіштовхуються з численними негативними наслідками.

Хоча цей вид туризму призначений для невеликих груп, однак навіть незначний приріст населення, хоч і тимчасовий, створює додатковий тиск на місцеве суспільство. З'являється нагальна необхідність в розвитку додаткової інфраструктури для покращення комфорту туристів. Це зумовлює додаткове будівництво водоочисних і санітарно-технічних споруд та використання і без того обмежених місцевих ресурсів.

Дехто вважає, що екотуризм може порушити місцеву флору та фауну. Екотуристи переконані, що лише фотографуючи та спостерігаючи, зберігають об'єкти дикої природи незайманими, але навіть такі безневинні види діяльності людини можуть бути екологічно руйнівними [1].

Мальовнича природа України дозволяє розвивати цей вид відпочинку практично у всіх регіонах. Найбільше цікавлять туристів

села, розташовані на морському узбережжі, біля річок та озер, у горах, а також поблизу джерел мінеральних вод, покладів лікувальних грязей і в місцевостях, що мають видатне значення в українській історії та культурі. Цікавої форми набуває також сільський туризм, пов'язаний з релігійним паломництвом до найбільш відомих святинь[4].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зелений туризм в Україні. Переваги та недоліки | Український інтерес. Український інтерес. URL: <https://uain.press/articles/zelenyj-turyzm-v-ukraini-jogo-perevagu-ta-nedoliky-992210> (дата звернення: 10.11.2022).
2. Зелений туризм в Україні: кращі маршрути та ідеї для екотуризму. ХерсОН. URL: <https://khers-on.com/ua/blog/zeleniy-turizm-v-ukraine/> (дата звернення: 11.11.2022).
3. Зелений туризм в Україні. Відпочинок у селі. Садиби сільського зеленого туризму в Україні. Дороговказ. URL: https://ua.dorogovkaz.com/stati_zelenyj%20turizm.php (дата звернення: 11.11.2022).
4. Сільський зелений туризм в Україні. Все о туризме: туристическая библиотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vasyljev.htm (дата звернення: 14.11.2022).

УДК 338.48

ШМИГЛЮК Євгенія,

*здобувач 4-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
м. Київ, Україна
Науковий керівник:- **ПІЧУГІНА Марина.,**
канд. екон. наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
м. Київ, Україна*

ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ QUALITY 4.0 В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Ресторанний бізнес має високий рівень конкуренції. Для того, щоб ресторан отримував прибутки та ефективно функціонував, йому потрібно забезпечувати потреби клієнтів.

Це є проблемою, оскільки для того, щоб отримати прихильність споживачів, ресторанам потрібно забезпечувати високу якість продуктів та обслуговування, бо саме це приваблює їх, і як наслідок

– впроваджувати нові технології в своїй діяльності, щоб завжди бути кращими за конкурентів.

Концепція Quality 4.0 — це використання технологій разом із людьми для покращення якості організації, її продуктів, послуг і результатів, які вона створює.

Quality 4.0 — це більше, ніж технологія. Це новий спосіб для спеціалістів із якості керувати якістю за допомогою доступних сьогодні цифрових інструментів і розуміння того, як їх застосовувати та досягати досконалості завдяки якості [1].

Важливим фактором успішного та прибуткового ресторанного бізнесу є якісне та швидке обслуговування клієнтів. Приклади технологій, які можуть це забезпечити: QR-коди, цифрові кухонні дошки, планшети для самостійного замовлення.

Ресторан може інтегрувати планшети для самостійного замовлення.

Ця технологія на основі штучного інтелекту дозволяє споживачам переглядати меню їжі та вибирати свою улюблену страву без залучення будь-якого працівника [2].

Така інновація дозволить підвищити якість і швидкість обслуговування, знизити витрати та бути впевненим, що замовлення буде виконане правильно.

Системи відображення на кухні — це цифрова дошка меню для персоналу кухні, яка допомагає ресторанам оптимізувати роботу. Екран автоматично відображає замовлення відповідно до пріоритету та позначає будь-які спеціальні дієтичні запити [3].

Ця технологія допомагає відстежити час приготування та доставки їжі, контролювати запаси, щоб повідомити про те, що продукту немає в наявності. Це технологічне рішення забезпечує кращий зв'язок, точність, чіткіші робочі процеси та обіцяє більш стабільну роботу кухні.

Автоматичне сканування QR-кодів за допомогою камер смартфонів на плакатах, столах, підставках, дверях або веб-сайтах дозволяє клієнтам отримувати доступ до онлайн-меню, замовляти та оплачувати безконтактно – забезпечуючи швидке і якісне обслуговування. Ця технологія не потребує завантаження програми і вона допомагає ресторанам із відстеженням контактів [3].

Окрім цього, ресторану потрібно забезпечити якість харчової продукції. З цим допоможуть інструменти цифрової безпеки харчових продуктів.

Цифрова безпека харчових продуктів забезпечує безпеку харчових продуктів, а також покращує якість їжі. Є цифрові

інструменти, які допомагають ресторанам подавати свіжі та гарячі страви.

Цифрова безпека харчових продуктів — це практика оцифрування ручних методів безпеки харчових продуктів у централізоване програмне рішення. Технологія усуває людські помилки, власникам легше дотримуватися вимог та успішно проходити перевірки [4].

Комплексне рішення цифрової безпеки харчових продуктів включає [4]:

- Контроль температури, який допомагає гарантувати безпечну їжу та спонукає вживати коригувальні дії, коли температура виходить за межі діапазону. Температура надходить безпосередньо від датчика до програмного забезпечення, тобто ніякі людські помилки чи втручання не змінять важливі вимірювання безпеки харчових продуктів.

- Автоматизоване маркування харчових продуктів і дат допомагає автоматично обчислювати терміни придатності та час, щоб їжа була правильно маркована щодня.

- Ведення контрольних списків безпеки харчових продуктів і очищення забезпечує точний і доступний запис щоденних практик безпеки харчових продуктів.

Не потрібно забувати і про якісні умови перебування та відпочинку в ресторані. В цьому може допомогти технологія доповненої реальності.

Можна навести на певну мітку камеру свого смартфона та побачити 3D-модель будь-якої страви з меню. Це дає можливість докладно розглянути її подачу, складові та вирішити, чи варто робити замовлення [5].

Важливою технологією в Quality 4.0 є роботизація. Прикладами можуть бути роботизовані руки, що смажать бургери, або автомати, що готують салати. Такі технології дозволяють досягти однакової якості продукту у всіх закладах мережі.

Роботизацію розглядають як один з найефективніших методів вирішення проблеми персоналу в майбутньому. Йдеться не про заміну людей, а радше про оптимізацію роботи працівників.

Щоб підвищити ефективність свого підприємства, каліфорнійська доставка піци залучила роботів для приготування страви. Це перший етап, а на другому етапі піца потрапляє у фургон із спеціальними печами. Поки фургон їде за адресою, продукт готується, тому клієнт отримує його не холодним, а щойно вийнятим з печі. В деяких японських, китайських та тайських

ресторанах страви розносять не люди, а роботи, які до того ж вітають та розважають гостей піснями та танцями [5].

Технологія очищення повітря допомагає відвідувачам почуватися безпечно та комфортно. Модернізація систем дезінфекції за допомогою різних технологій очищення повітря стає все більшим фокусом для ресторанної індустрії.

Нешкідлива для людини технологія, як-от біполярна іонізація, яка очищає повітря та поверхні в приміщеннях шляхом нейтралізації забруднень, уже дає багатообіцяючі результати та знаходить ринок для себе. Системи, які використовують ультрафіолетове світло, відомі як ефективні методи дезінфекції повітря та поверхонь [3].

Отже, застосування концепції Quality 4.0 в ресторанному бізнесі допомагає контролювати та бути впевненими в якості харчової продукції. Також в обслуговуванні клієнтів, забезпеченні його запитів та того, щоб споживач, відвідавши заклад, хотів повернутися ще і порекомендував його знайомим.

Концепція з управління якістю допоможе збільшити прибутки, конкурентоспроможність закладу, підвищити його імідж.

Технологія пропонує унікальні рішення для ресторанів, щоб виділитися, а для власників – для більш ефективного ведення бізнесу. У свою чергу, це залишає більше часу та енергії, щоб зосередитися на тому, щоб забезпечувати гостей смачною їжею та новими незабутніми враженнями від відвідування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Quality 4.0. URL: <https://asq.org/quality-resources/quality-4-0> (дата звернення: 15.11.2022).
2. 5 ways restaurant technology is transforming the industry. URL: <https://appinventiv.com/blog/restaurant-technology-transforming-industry/> (дата звернення: 15.11.2022).
3. 7 restaurant technology trends to watch in 2022. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/restaurant-technology-trends> (дата звернення: 15.11.2022).
4. What is digital food safety? URL: <https://www.jolt.com/blog/what-is-digital-food-safety/> (дата звернення: 15.11.2022).
5. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. URL: <https://newfood.media/2022/01/27/innovatsiyi-tekhnolohii-u-sferi-restorannoho-biznesu/> (дата звернення: 15.11.2022).

УДК 338.48

ЩОГОЛЄВА Інна,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
Льотна академія Національного авіаційного університету,
м. Кропивницький, Україна*
СОКОЛОВСЬКИЙ Віктор,
*старший викладач,
Льотна академія Національного авіаційного університету,
м. Кропивницький, Україна*

ПЕРСПЕКТИВИ ПРИЄДНАННЯ УКРАЇНИ ДО НАЦІОНАЛЬНИХ АСОЦІАЦІЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ HOTREC

Індустрія гостинності завжди була в центрі уваги як фахівців, так і споживачів, оскільки одні опікувались питанням створення комфортних умов для туристів, а останні – сподівалися на отримання таких умов та якісних послуг. Досягнення рівноваги у цьому питанні спонукало до пошуку дієвих форм, адекватних методів та об'єктивних критеріїв, які б дозволили запропонувати на ринку послуг гостинності такий продукт, який міг би бути конкурентоздатним та ініціював попит на нього. Але сьогодні, яке характеризується глобалізаційним характером та високим рівнем вимог у сфері гостинності, зумовлює необхідність гармонізації підходів, стандартів і потребує спільних зусиль щодо цієї діяльності як на національному, так і на міжнародному рівні, що й спонукає учасників індустрії гостинності об'єднувати ці зусилля шляхом створення асоціацій та союзів.

В Європейському союзі цей процес розпочався ще в 1979 році, коли в Парижі було створено Міжнародну організацію індустрії готелів, ресторанів і кафе. В 1982 році відбулась ще одна важлива подія, а саме – створено конфедерацію національних асоціацій готелів та ресторанів HOTREC, яка об'єднала 22 національні асоціації [1].

Наступним кроком було створення під егідою HOTREC союзу HOTEL STARS UNION для якісної класифікації готелів в Європі за умови створення єдиної системи готельних стандартів. Знаковою подією стало приєднання до HOTREC та HOTEL STARS UNION України та верифікація громадської організації Асоціація готелів та курортів України як її офіційного представника. Необхідність і доцільність такого рішення пояснюється формуванням дорожньої карти реформування системи категоризації готельного сектору України на основі досвіду HOTEL STARS UNION [2].

Для класифікації готелів HOTEL STARS UNION було створено систему критеріїв, в основу якої закладено 21 принцип, реалізація яких орієнтована на забезпечення надання якісних послуг і створення безпечних умов для гостей і для персоналу.

Запровадження європейського досвіду щодо класифікації та категоризації готелів в Україні відкриває для індустрії гостинності наступні переваги (рис. 1):

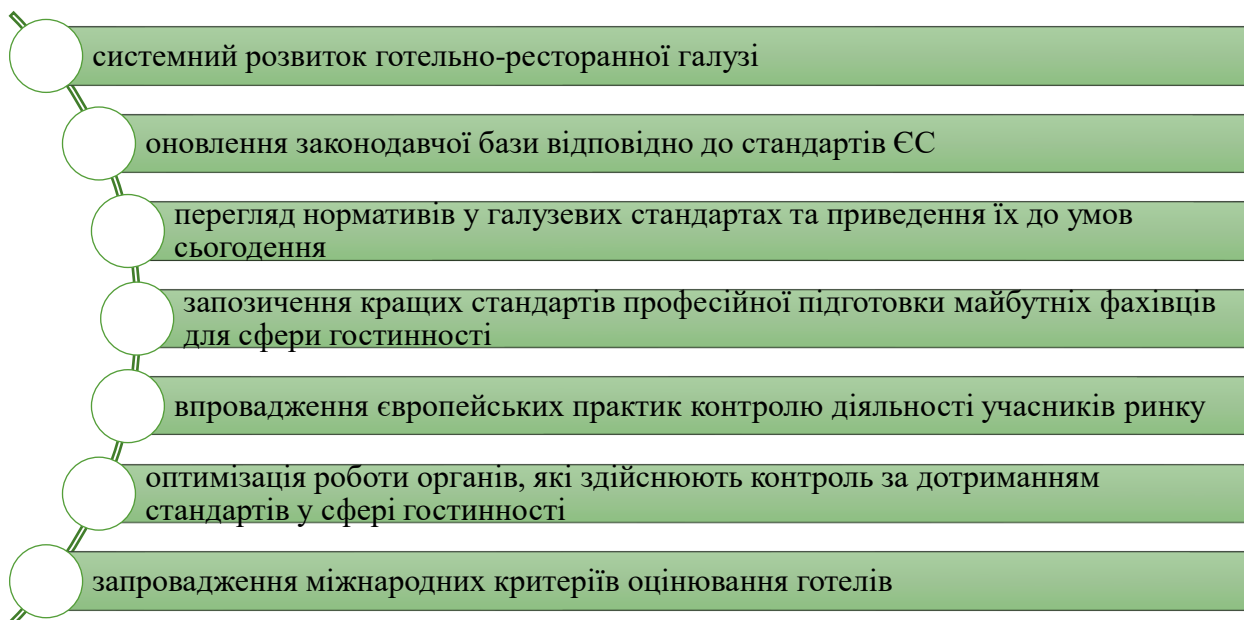


Рис. 1. Переваги для індустрії гостинності України від запровадження європейського досвіду щодо класифікації та категоризації готелів

*Джерело: розроблено авторами з використанням [3,4]

Аналіз зазначених вище переваг дає змогу сформулювати перспективи від приєднання України до національних асоціацій індустрії гостинності HOTREC, а саме: отримання консалтингових послуг від міжнародних громадських організацій в сфері гостинності; підвищення ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності завдяки запровадженню європейського досвіду, який вже підтвердив свою результативність; зменшення бюрократизації процедур в процесі проведення класифікації та категоризації; прозорість процедур та їх доступність.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Україна стала учасницею європейської спільноти національних асоціацій галузі гостинності. URL: <https://33tv.com.ua/rozvytok-turyzmu/>

**Секція 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
В УМОВАХ НОВІТНІХ СУСПІЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

2. Впровадження досвіду HOTELS STARS UNION з метою формування дорожньої карти реформування системи категоризації готельного сектору України URL: <https://chamber.ua/ua/events/ekspertne-zasidannia-vprovadzhennia-dosvidu-hotels-stars-union-z-metoiu-formuvannia-dorozhnoi-karty-reformuvannia-systemy-katehoryzatsii-hotelnoho-sektoru-ukrainy/>

3. Україна стала учасником HOTREC та HSU: що це означає для туристичного та готельного секторів? URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-stala-uchasnikom-hotrec-ta-hsu-shcho-ce-oznachaie-dlya-turistichnogo-ta-gotel'nogo-sektoru-krayini>

4. Мирошниченко Б. Операція «Категоризація»: чи може готель отримувати зірки без «договорняків» та корупції URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/07/6/675649/>

СЕКЦІЯ 5.
РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ БІЗНЕС-
КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ
СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН

УДК 339.138

БОРИСОВА Тетяна,
доктор економічних наук, професор,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
ДЕРКАЧ Павло,
здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ ІНСТРУМЕНТІВ
МАРКЕТИНГУ

Використання цифрових технологій змінило спосіб комунікації сучасних маркетологів зі своїми споживачами. Традиційні засоби масової інформації, які раніше використовувалися для продажу продукту, наприклад, друковані засоби масової інформації, зараз витісняються Інтернет-медіа, до яких можна отримати доступ за допомогою таких технологій, як комп'ютер та смартфон. Це створило нове середовище та замінило стару культуру маркетингу на нову культуру користувачів Інтернету. Використання цифрового маркетингу допомагає підвищити проінформованість клієнтів відповідно до їхніх потреб.

Питання цифрових інструментів маркетингу досліджували такі науковці, як М.Окландер, І.Литовченко, Т.Борисова та інші [1; 4]. Є різні методи цифрового маркетингу, які полегшують сучасним компаніям роботу із залучення цільового клієнта через пряму взаємодію. SEO, PPC, чат-боти, SMM та інші методи, які останнім часом широко використовуються для оптимізації маркетингових заходів.

Просування є одним із найважливіших видів діяльності в маркетингу, який може створити впізнаваність бренду та підтримувати її. Цифровий маркетинг – це маркетингова дія, яка використовує веб-медіа, як от блог, веб-сайт, електронна пошта та соціальні мережі [2].

Згідно [4. с.9], основними перевагами Інтернетмаркетингу вважаються інтерактивність, можливість максимально точного таргетингу, можливість постклік-аналізу, який веде до максимального підвищення таких показників, як конверсія сайту і

ROI інтернет-реклами. Інтернет-маркетинг включає в себе такі елементи, як контекстна реклама, медійна реклама, SEO, просування в соціальних мережах, прямий маркетинг, вірусний маркетинг, партизанський маркетинг, інтернет-брендинг та інші.

Асоціація цифрового маркетингу виокремлює 10 типів цифрового маркетингу, а саме [3]:

1. Контент-маркетинг – це різновид цифрового маркетингу, який зосереджується на створенні та розповсюдженні контенту для цільового ринку;

2. Пошукова оптимізація (SEO) - це процес отримання високоякісного трафіку безкоштовно чи платно;

3. Маркетинг у пошукових системах (SEM) — це стратегія цифрового маркетингу для підвищення видимості веб-сайту у результатах пошуку (SERP), таких як Google, Yahoo і Bing;

4. Маркетинг у соціальних мережах (SMM) стосується використання платформи соціальних мереж для залучення клієнтів. За допомогою соціальних медіа фірми можуть будувати гармонійні відносини зі споживачами;

5. Реклама з оплатою за клік (PPC) — це тип маркетингу, наприклад, через сервіс Google Ads, де фірми діють як рекламодавці та здійснюють оплату за перехід на оголошення кожної особи;

6. Емейл-маркетинг використовує електронну пошту як рекламний засіб для продукту;

7. Маркетинг миттєвих повідомлень – це маркетинг коротких повідомлень;

8. Радіореклама;

9. Телевізійна реклама.

Вивчення праць науковців дозволило стверджувати, що цифровий маркетинг – це один із видів маркетингу, який в даний час широко використовується для просування товарів (товарів і послуг), щоб охопити споживачів за допомогою цифрових каналів. Головною ціллю цифрового маркетингу є залучення клієнтів і надання можливості споживачам взаємодіяти з брендами через цифрові медіа, такі як соціальні мережі. Такий маркетинг може брати участь у підвищенні впізнаваності бренду та створенні хорошого іміджу бренду, оскільки полегшує взаємодію бізнесу із потенційними споживачами. Впізнаваність бренду надзвичайно важлива для бізнесу, оскільки він стимулює споживачів не тільки до покупки, але також робити повторні замовлення.

Отже, у відповідності з сучасним технологічним прогресом маркетингова стратегія також стала більшою сучасною за допомогою Інтернет-технології, відомих як цифровий маркетинг.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
2. Srinivasan, Narasimhan & Singh, Shalini. (2022). Digital Marketing Trends. Journal of Indian Business Research.
3. Umami, Zakiya & Darma, Gede & Kewirausahaan, Jurnal Manajemen. (2021). Digital Marketing: Engaging Consumers with Smart Digital Marketing Content. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 23. 94-103. 10.9744/jmk.23.2.94-103.
4. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с
5. Хрупович Світлана Євгенівна; Борисова Тетяна Михайлівна. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. Маркетинг і цифрові технології, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 17-26, бер. 2021. ISSN 2523-434X. Доступно за адресою: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127>

УДК 339.138 : 330.4

ВАЦЬКІВСЬКА Анна,

*рдобувач 2 курсу освітнього ступеня «магістр»
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

Науковий керівник: - **ІВАНЕНКО Лариса,**
канд. екон. наук, доцент

*Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВ «ІНТЕР АВТО ЦЕНТР» В УМОВАХ КРИЗИ

Ринок товарів перенасичений, тому варто виділятися поміж конкурентів. Розробка та реалізація маркетингової стратегії підприємства потрібна для виділення ключових цілей та напрямку руху підприємства в довготривалому терміні. Змінні умови ведення бізнесу призводять до абсолютно нових проблем у підприємницькій діяльності, що потребують як теоретичного осмислення, так і практичних порад для розробки рішень. Однією з них є проблема пошуку ефективних механізмів і технологій управління, особливо для машинобудівних підприємств, розвиток яких останнім часом сповільнився. У разі постійних економічних змін підприємства в ринковому середовищі повинні: по-перше, задовольняти вимоги покупців, щоб перемогти в конкурентній боротьбі, по-друге, адаптуватися до змін або передбачати зміни.

Вивченню питань стратегічного управління і маркетингу, формування конкурентних маркетингових стратегій, окремих їх елементів та аспектів присвячені роботи багатьох учених: І. Ансоффа, М. Мартиненко, С. Филиппова, О. Кузьмін, О. Мельник, О. Могилевської, Л. Шемаєва, О. Арєф'єва, В. Гриньова, Ж. Ламбена, Б. Карлоффа, Х. Кобоясі, Ф. Котлера, та інші.

Метою дослідження виявлення сутності маркетингової стратегії, висвітлення її місця в стратегії розвитку підприємства «Інтер Авто Центр», збагачення теоретико-методологічного забезпечення формування та реалізації маркетингової стратегії в умовах стратегічних змін.

Стратегія — це питання, куди ми йдемо, якою є наша довгострокова мета, тактика — як ми йдемо, який шлях ми обираємо для реалізації стратегії, для досягнення стратегічної мети [1].

Маркетингова стратегія – це процес, котрий може дозволити організації зосередити свої обмежені ресурси на найбільших можливостях збільшення продажів і досягнення стійких конкурентних переваг [2].

ТОВ «Інтер Авто Центр» - офіційний дилер з продажу та обслуговування автомобілів марки Volkswagen в Житомирській області.

Основним видом діяльності компанії є продаж нових автомобілів марки Volkswagen, їх гарантійне та технічне обслуговування, продаж оригінальних запасних частин, аксесуарів для автомобілів, автокосметики.

Для розробки стратегії підприємства потрібно дослідити, які товари найбільше збуваються на підприємстві «Інтер Авто Центр».

Для того, щоб проаналізувати групи товарів, що базується на темпі зростання ринку і на їх частці в конкретному ринковому сегменті – потрібно побудувати матрицю Бостонської консалтингової компанії (БКГ).

Було зібрано дані про обсяг реалізованої продукції бренду та частку ринку, котру посідає підприємство та конкурент в нішах автомобільної продукції. За допомогою обсягів реалізації бренду «Volkswagen» та головного конкурента «Toyota» розрахуємо наступні показники, подавши їх в таблиці 1.

Таблиця 1

Вхідні дані

Модель	Об'єм продажу, шт.		Частка ринку, %		Темп росту ринку, %	Відносна частка ринку, %
	2020	2021	підприємство			
			підприємство	конкурент		
Touareg	16	51	2,92	6,36	3,18	0,46
Tiguan	35	29	1,66	3,44	0,83	0,48
T-Roc	7	16	0,92	1,72	2,28	0,53
Crafter	1	11	0,63	0,92	11	0,68
Caddy	2	13	0,74	0,86	6,5	0,86
Golf	5	5	0,28	0,57	1	0,49
Разом	66	170	-			

На основі отриманих даних будемо матрицю БКГ.

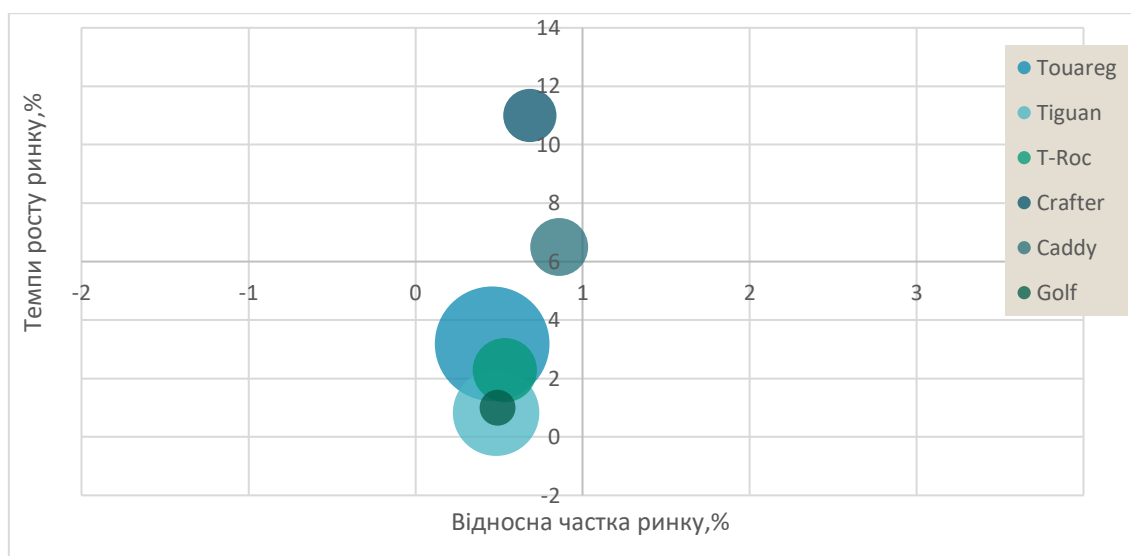


Рис 1. Матриця BCG

Отже, моделі: Tiguan та Golf – це «Собаки» – це продукти з низьким ростом та часткою ринку. Зазвичай ця категорія приносить низький дохід, проте потребує значної уваги. Цих продуктів рекомендується позбутися. Однак це може бути надмірним спрощенням, оскільки від «Собак» можна отримувати постійний дохід із невеликими витратами.

До «Важких дітей» віднесемо моделі Crafter, Touareg, T-Roc та Caddy — продукція на ринках високого зростання з низькою часткою ринку. Ця зона поєднує в собі невизначеність, ризику та потенційний виграш. Тобто в той час, коли ви аналізуєте ситуацію, ще не зрозуміло, чи буде попит продовжувати зростати, чи навпаки піде донизу. Якщо ви бачите можливість перевести «Запитання» у «Зірки», то потрібно інвестувати в них гроші.

Як висновок, потрібно збільшувати залучення нової аудиторії та втримувати існуючих клієнтів. Для цього потрібно

проаналізувати, звідки ще можна отримати потенційних клієнтів, що їм буде цікаво також необхідно не забувати про своїх постійних клієнтів, потрібно пропонувати їм вигідні умови, програми лояльності, персональні знижки та додаткові безкоштовні можливості.

Матриця Ансоффа, яка дасть зрозуміти, яку стратегію позиціонування товару слід обрати на ринку, подана у табл. 2. З неї можна зробити висновок, що товар «автомобіль» – це старий товар, що реалізується на старому ринку.

Таблиця 2

Матриця Ансоффа

Ринок / Товар	Старий товар	Новий товар
Старий ринок	Проникнення на ринок	Розвиток товару
Новий Ринок	Розвиток ринку	Диверсифікація

Стратегії проникнення на ринок, або ще, як називають, удосконалення діяльності. При виборі даної стратегії підприємства рекомендується звернути увагу на заходи маркетингу для наявних товарів на існуючих ринках: провести вивчення цільового ринку підприємства, розробити заходи щодо просування продукції і збільшенню ефективності діяльності на існуючому ринку. У цьому випадку доход забезпечується за рахунок раціоналізації виробництва і збуту (зниження собівартості, реклама, сервіс, надання торгових знижок). Ця стратегія спрямована на поліпшення діяльності підприємства, вона ефективна при зростаючому чи ненасиченому ринку. [3]

Маркетингова стратегія компанії формується з урахуванням різних фактів. Серед них: ринкова ситуація, важливість власного розвитку підприємства, вплив зовнішнього середовища, основні ресурси підприємства тощо. Збір необхідних даних про зовнішнє та внутрішнє середовище компанії передбачає можливість різноманітних сценаріїв стратегічного розвитку. Найбільш перспективні сценарії отримують маркетингову стратегію і особливо план переходу до цієї стратегії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро, 2019. 240 с.
2. Холодний Г.О., Селезньова К.В. Теоретичні аспекти стратегічного планування на підприємствах України. URL: <http://firearticles.com/strategichne-upravlinnya/104-teoretichni-aspekti-strategichnogo-planuvannya-na-pidpriyemstвах-ukrayini-xolodnij-g-o-seleznova-k-v.html>
3. Проникнення на ринок. URL: <https://uk.economy-pedia.com/11041164-market-penetration>

УДК 339.138

ІЛЬНИЦЬКИЙ Андрій

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль; Україна*

МАРХЕВКА Ольга

*здобувачка 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна*

Науковий керівник: **БОРИСОВА Тетяна**,
*д-р. екон. наук, професор,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна*

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Відстеження сучасних тенденцій цифрового маркетингу, що постійно змінюється, є актуальним трендом успішних підприємств, оскільки слід вчасно адаптуватися до цих змін та діяти адекватно і на випередження. Серед сучасних можливостей штучного інтелекту окрім здатності аналізувати поведінку споживачів і будувати моделі пошуку, є й такі, як використання даних із платформ соціальних мереж і блогів, залучення потенційних і існуючих клієнтів за допомогою стратегій мобільного зв'язку, персоналізований контент, який виходить за рамки стандартного та націлений лише на потенційних клієнтів, чат-боти та інші.

Вивченню цифрових інструментів маркетингу присвячені наукові роботи таких вчених, як М.Окландер, І.Литовченко, Т.Борисова та інші [2; 3].

Аналіз праць науковців виявив, що сучасними тенденціями цифрового маркетингу є такі [1-2]:

- відеомаркетинг та гендерно нейтральний цифровий маркетинг;
- домінування серед міленіалів Instagram, який все ще є номером 1 серед соцмедіа-платформ;
- LinkedIn і надалі буде корисним для маркетологів на B2B, залучаючи соціальний трафік на їхні веб-сайти та блоги;
- мікроінфлюенсери (з менш ніж 10 000 підписниками в соціальних мережах) є надійними та економічно ефективними впливовими особами, які залучають людей і створюють соціальний хайп, забезпечують релевантність бренду та його адвокацію;
- пошукова оптимізація (SEO) в довгостроковій перспективі забезпечує найкраще джерело трафіку;

- PPS залишається важливим інструментом цифрового маркетингу і продовжуватиме набувати популярності;
- емейл-маркетинг і надалі залишатиметься стабільною платформою для охоплення клієнтів; персоналізація контенту й надалі залучатиме більше клієнтів;
- тенденція до зростання популярності голосового пошуку змушує маркетологів SEO розпочати підготовку своїх веб-сайтів.

Вивчення праць науковців дозволило стверджувати, що для цифрового маркетингу підприємств сфери охорони здоров'я варто здійснювати такі стратегії:

- генерування освітнього контенту (шляхом введення цільових ключових слів у контент, використання інформаційних блогів чи статей, розміщених в соціальних мережах тощо);
- зробити веб-аналітику головним пріоритетом (щоб генерувати більше потенційних клієнтів і отримати вищий ROMI);
- інвестування в STP-маркетинг (шляхом кращого сегментування, таргетингу та позиціонування, у тому числі за допомогою відповідних цифрових платформ);
- покращення взаємодії з користувачем (роблячи комунікацію зручною за допомогою забезпечення доступу пацієнтів до інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих рішень, швидкі та адекватні відповіді на запитання);
- інновації (допомагаючи пацієнтам в онлайн пошуку, наприклад, забезпечення можливостей голосового пошуку) тощо.

Позитивний досвід пацієнтів сьогодні вважається ключем до успішного бізнесу в сфері охорони здоров'я. Досвід пацієнта ми розуміємо як суму всіх взаємодій, сформованих культурою організації, які впливають на сприйняття пацієнтів упродовж усього періоду надання медичної допомоги [1]. Постачальники медичних послуг все частіше використовують цифрові інструменти для маркетингу охорони здоров'я: оптимізація веб-сайту для локального пошуку, використання соціальних мереж, проактивне управління онлайн-репутацією, оптимізація ROI шляхом регулярного відстеження даних тощо.

Отже, у сфері охорони здоров'я є потреба у кращому розумінні поведінки клієнтів та використання інновацій в цифрових медіа, технологіях та даних. Є також необхідність компаній постійно адаптувати свою цифрову стратегію відповідно до еволюції сучасного цифрового ландшафту. Разом з тим із появою нових технологій стратегії цифрового маркетингу повинні бути ефективними і спрямованими на цільові ринки, враховуючи як вони сегментовані та якою є унікальна торгова пропозиція для кожного ключового сегменту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Purcarea, Ioan Matei. (2019). Digital Marketing Trends Transforming Marketing. Digital Marketing to Patients. 9. 14-21.
2. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с
3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.

УДК 658.818

КОВАЛЬЧУК Олег,

*кандидат економічних наук, доцент,
Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна*

РОЛЬ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ НА РИНКУ

Активна конкуренція на ринках вимагає постійної активності компанії в питаннях постійного пошуку нових рішень різного спектру, які могли б хоча б на короткий проміжок часу гарантувати безпеку від конкурентних загроз.

Однією з перспективних сфер, у якій можуть розроблятися нові рішення для пошуку і створення конкурентних переваг, безумовно, є сервіс.

Відведення сервісу такої провідної ролі у гарантуванні конкурентної захищеності може бути пояснене в пергу чергу такими чинниками:

по-перше, переважна більшість клієнтів дуже чутлива до сервісу. Це характерно як для споживчого ринку, так і для ринку організацій споживачів. Споживачі на усіх ринках дуже очікують на максимально високе обслуговування;

по-друге, значна частина послуг, які компанія може запропонувати як сервісну підтримку свої основних товарів чи послуг характеризуються відносно невисокою ресурсомісткістю. Зокрема, мова йде про нижчу капітомісткість формування таких послуг – їх надання, як правило, потребує значно менших інвестицій, ніж організація виробництва основного товару (надання головної товарної послуги);

по-третє, нові складові сервісу відносно простіше включати у пакет сервісної підтримки. Елімінування непопулярних елементів сервісу також в більшості випадків є достатньо простим завданням.

Для того, аби сформована система сервісу забезпечувала очікувані конкурентні переваги, вона має бути чіткою,

оперативною і, що дуже важливо, стабільною, адже якщо спостерігатиметься пониження рівня якості сервісу, то це завдасть гірших наслідків, відкине компанію нижче у конкурентній позиції, ніж якби цієї послуги не було від самого початку через розчарування споживачів.

Стабільність сервісу в першу чергу забезпечується формуванням та впровадженням стандартів обслуговування клієнтів.

Стандарти обслуговування клієнтів у сучасному ринково орієнтованому бізнесі – це обов'язковий елемент корпоративного стандарту ринкової діяльності компанії, це методичні та організаційно-інструктивні документи, внутрішньокорпоративні правила, що регулюють діяльність компанії, дії її персоналу з обслуговування клієнтів, алгоритми спілкування з ними.

Впровадження стандартів обслуговування актуальне практично для усіх сфер бізнесу.

Наприклад, у сфері банківського бізнесу стандартами якості обслуговування пропонують вважати сукупність якісних та кількісних параметрів обслуговування клієнтів, що забезпечують ефективну реалізацію клієнтської політики банку [1, с. 2].

Формування та впровадження стандартів обслуговування принесе користь для усіх сторін – як для клієнтів, так і для компанії та персоналу, що залучений на різних етапах обслуговування споживачів.

Користь для клієнтів полягатиме у наступному:

- стандарти забезпечуватимуть стабільну, незмінну якість обслуговування компанією клієнтів в будь-якій точці земної кулі;
- в клієнта посилюватиметься відчуття власної значущості;
- за досвідом отримання сервісних послуг в умовах дії стандартів споживачу буде легше вибрати «свою» компанію для наступних купівель;
- стандарти сприяють підвищенню задоволеності від контакту з компанією завдяки тому, що саме обслуговування буде більш пропрацьовано, а не ситуативне.

Конкурентні переваги для компанії від запровадження стандартів обслуговування полягатимуть у тому, що:

- зростатиме прибуток за рахунок задоволених клієнтів, підвищення їх лояльності;
- скорочуватимуться строки і витрати на навчання нового персоналу;
- забезпечуватиметься єдиний рівень якості обслуговування в усій торговій мережі, що сприятиме вищій впізнаваності бренду;
- чітко регламентуватиметься схема взаємодії між відділами,

що мінімізуватиме ризики конфліктів;

- стандарти акумулюватимуть кращий досвід обслуговування споживачів, який завжди залишатиметься в компанії і не зникне зі ротацією співробітників;

- полегшуватиметься контроль роботи філій.

Також можна виділити ряд Вигод, які отримає персонал компанії від запровадження стандартів якості обслуговування. Йтиметься в першу чергу про такі переваги:

- працівники чітко знатимуть за якими критеріями оцінюватиметься їхня робота, адже вони будуть базуватися на вимогах цих стандартів;

- чітке дотримання стандартів буде найпростішим і найбезпечнішим способом виконання функціональних обов'язків;

- мінімізовуватимуться ризики стресів на робочому місці: стандарти регламентуватимуть поведінку в конфліктних ситуаціях, визначатимуть як поводитися з проблемними клієнтами;

- співробітники ставатимуть взаємозамінними;

- процес адаптації на новому робочому місці стане легшим і швидшим.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Білошапка В. С., Корчан А. В. Базові основи процесу розробки і впровадження стандартів якості обслуговування клієнтів банку. *Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право.* 2013. № 2. С. 1–4.

УДК 658.8:658.11

КОРИСТОВ Андрій,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна*

Науковий керівник: - **МАКАРОВА Вікторія,**
д-р. екон. наук, доцент

*Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна*

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Управління маркетингом включає такі операції, як організація та стимулювання збуту на підприємстві, створення та проведення рекламних кампаній, ціноутворення, дослідження ринку збуту - все це має великий вплив на ефективність і прибутковість підприємства. Розробка та реалізація детальних і реалістичних

маркетингових планів і програм є кінцевою метою маркетингового планування. Навіть офіційне планування може принести користь бізнесу чи організації. Спонукаючи керівників підприємства завжди думати про майбутнє, планування визначає цілі та політику підприємства, призводить до злагодженої роботи. Крім того, ретельне планування допомагає ефективно використовувати ресурси, передбачати та швидко реагувати на зміни в мікро- та макросередовищі, а також готується до несподіваних змін. [2, с.57]

Відповідно до мети збуту основним його завданням є доставка певного товару з необхідними споживчими якостями конкретним споживачам у необхідній кількості, у визначений час, у вказане місце з прийнятними (мінімальними) витратами. Вимоги маркетингу не обмежуються створенням високоякісного продукту, який задовольняє попит споживачів, і встановленням правильної ціни на нього. Ще необхідно довести цей продукт до кінцевого споживача та забезпечити його доступність у цільовому сегменті ринку. Для забезпечення ефективного збуту вироблених товарів підприємству необхідно вжити комплекс заходів, що забезпечують фізичний розподіл маси товару на ринковому просторі, доведення товарів до споживачів та організацію їх ефективного споживання. [3, с.125]

Основною бізнес-функцією виробничого підприємства є збут, оскільки він не тільки втілює, але й визначає його корпоративну місію. Слід зазначити, що збутову політику підприємства можна розглядати як одне з джерел конкурентних переваг як продукції, так і підприємства в цілому. Правильно сформована збутова політика забезпечує необхідний обсяг реалізації товарів підприємства з певною рентабельністю та підвищує його конкурентоспроможність за рахунок задоволення потреб споживачів. [1, с.218]

Ефективність політики розподілу визначається дієвістю розроблених і реалізованих заходів, спрямованих на забезпечення ефекту від збутової діяльності, а збутова діяльність - співвідношенням отриманих результатів і витрат на їх досягнення. Діагностика ефективності збуту включає аналіз факторів, що впливають на відхилення фактичних показників від планових, співвідношення «ціна-якість» продукції, а також наявність складських приміщень для реалізації продукції за найвищою ринковою ціною, облік дебіторська заборгованість за відвантажену продукцію, витрати на використання технічних засобів обслуговування споживачів, конкурентоспроможність, укладення договору до початку реалізації продукції. Кількісну оцінку показників збуту здійснюють шляхом порівняння динаміки та визначення швидкості зміни та відхилення показників.

В умовах обмежених фінансових і матеріальних ресурсів підприємств, відсутності державної підтримки та низького попиту на сільськогосподарську продукцію на внутрішньому ринку великого значення набуває розвиток експортного потенціалу, що дозволяє підвищувати та рости прибутковість. рентабельність виробництва при мінімальних додаткових витратах. У нинішніх економічних умовах підприємства та об'єднання агропромислового виробництва мають право здійснювати безпосередню зовнішньоекономічну діяльність, тобто здійснювати експортно-імпорتنі операції. [5, с.160]

Ефективність господарювання сільськогосподарських товаровиробників полягає у забезпеченні продовольчої незалежності держави, формуванні конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, соціально-економічних, технологічних, екологічних та демографічних проблем села. На фоні прагнення країни активізувати свою участь у світових економічних процесах, депресивний стан національної економіки актуалізує проблему запобігання продовольчій кризі, яка може бути спричинена скороченням внутрішнього виробництва через його низьку ефективність. проблема.

Підприємства ставлять різні цілі (досягти певної частки ринку, збільшити виручку, забезпечити лідерство за якісними показниками), але основною метою має бути збільшення продажів. Для отримання максимального прибутку компанія повинна орієнтуватися на сьогодні і приділяти більше уваги цінній перспективі. Ціноутворення – це процес встановлення цін на послуги та товари. Методів визначення цін багато, і їх використання залежить від цінової політики підприємства та виду товару. Компанія визначає базову ціну товару, яка може змінюватися в майбутньому. [4, с.89]

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Балабанова Л.В., Мітрохіна Ю.П. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: під-ручник. Донецьк: Дон. ДУЕТ, 2009. 245 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ: Лібра, 1996. 267 с.
3. Ткаченко В. В. Маркетингова збутова політика підприємства. *Проблеми формування ринкової економіки: міжвідомчий науковий збірник*. Київ: КНЕУ, 2001. 252 с.
4. Тарасюк А. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства України. *Агросвіт*. 2019. 278 с.
5. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу: монографія. Полтава, 2008. 363 с.

УДК 339.138

ЛЕВЧЕНКО Наталія,
*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*
Науковий керівник:- **ЯНЧУК Тетяна,**
*канд. екон. наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ

Перебуваючи в умовах вимушеної ізоляції та прискореної діджиталізації, бізнес, що був вимушений закритися через пандемію COVID-19, поступово переходив в онлайн-середовище. Це, зі свого боку, сприяло активному застосуванню інструментів інтернет-маркетингу. Відтак, кількість інтернет-користувачів збільшувалася, тим самим формуючи нові маркетингові тенденції та звички використання Інтернету. Втім, відбувся новий виклик до змін, який ще більше вплинув на розвиток інтернет-маркетингу. Повномасштабна війна, яка змінила життя мільйонів українців, змусила усіх адаптуватися до нових умов сучасності, диктуючи свої правила. Винятком не став інтернет-маркетинг, який почав зазнавати трансформацій і змін з урахуванням військових подій.

Маркетологи застосовують різні інструменти для дослідження маркетингових трендів та їх впливу на роботу підприємств та діяльність споживачів [1]. Але сучасна молодь є більш непередбачуваною у порівнянні з попередніми поколіннями: їх важче здивувати та зацікавити, тому існує необхідність в дослідженні сучасних трендів інтернет-маркетингу.

Особливості функціонування інтернет-маркетингу, його основні інструменти та тренди досліджували багато вітчизняних учених та експертів. Значну кількість наукових напрацювань представили Турчин А., Пилипчук В., Хмарська І., Іляшенко С., Сайчук І., Ковальчук С., Присакар І., Вартанова О., Островерхов А. Вивченню сучасної концепції маркетингу велику увагу приділили Вишин В., Холгоморов В.

Метою роботи є дослідження сучасного стану і тенденцій змін інтернет-маркетингу, вивчення їхніх особливостей та впливу на поведінку споживачів.

Епоха пандемії COVID-19, яка призвела до глобального сповільнення економічного зростання, безпосередньо впливає на розвиток інтернет-маркетингу. В результаті того, що величезна кількість людей була на самоізоляції та працювала у віддаленому режимі роботи, а дехто й взагалі позбувся робочого місця, увесь наш бізнес, навчання і життя перейшли в дистанційний режим. Через такі зміни значно зросло використання електронних засобів комунікації, і як результат - відбувся розквіт інтернет-маркетингу.

Інтернет дає людям багато можливостей: вони можуть спілкуватися з іншими людьми по всьому світу, ділитися фото та відео, навчатися та працювати, здійснювати покупки, дивитися фільми, знаходити однодумців. Втім, з початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України цілі інтернет-маркетингу змінилися. Сьогодні в онлайн-середовищі суспільство може поширити інформацію про російську агресію та їх воєнні злочини, сповістити про необхідність волонтерської допомоги й дізнатися чи в безпеці наші близькі та знайомі. Також варто не забувати про інформаційну війну проти пропаганди, дуже важливо інформувати усе людство про реальні події.

Після 24 лютого 2022 року у нас докорінно змінився тон комунікації. Наразі не доречно публікувати розважальний контент і цікаві фото з особистого життя, адже сьогодні варто говорити про цінності та сенс життя, самоідентифікацію й українську культуру.

Багато компаній на засадах волонтерства запускають таргетовану і контекстну рекламу в Google та YouTube, щоб розповісти про ситуацію в Україні. Крім того, часто блокують пропаганду у Facebook, Instagram та на інших платформах. Сьогодні список найпопулярніших соціальних мереж очолюють Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, WeChat, TikTok, Facebook Messenger, Telegram, Pinterest, Twitter [2].

За даними глобальної платформи бізнес-даних Statista кількість користувачів соцмереж станом на червень 2022 року складає 4,59 млрд осіб. З 2017 року цей показник стрімко росте, і вже на 2023 рік прогнозують 4,89 млрд користувачів, що більше приблизно на 8 % у порівнянні з 2022 роком. (рис.1)

Сьогодні однією з найпопулярніших соцмереж серед підлітків є TikTok – платформа для створення та онлайн-обміну короткими відеороликами. Втім, його ведуть і блогери, і відомі особистості, оскільки звідти приходить багато нових лідів. Ця соцмережа захопила весь світ : там можна стати популярним тітокером, маючи просто телефон, гарний фон і якісне освітлення. Тож, розглянемо основні тренди українського TikTok 2022 року.

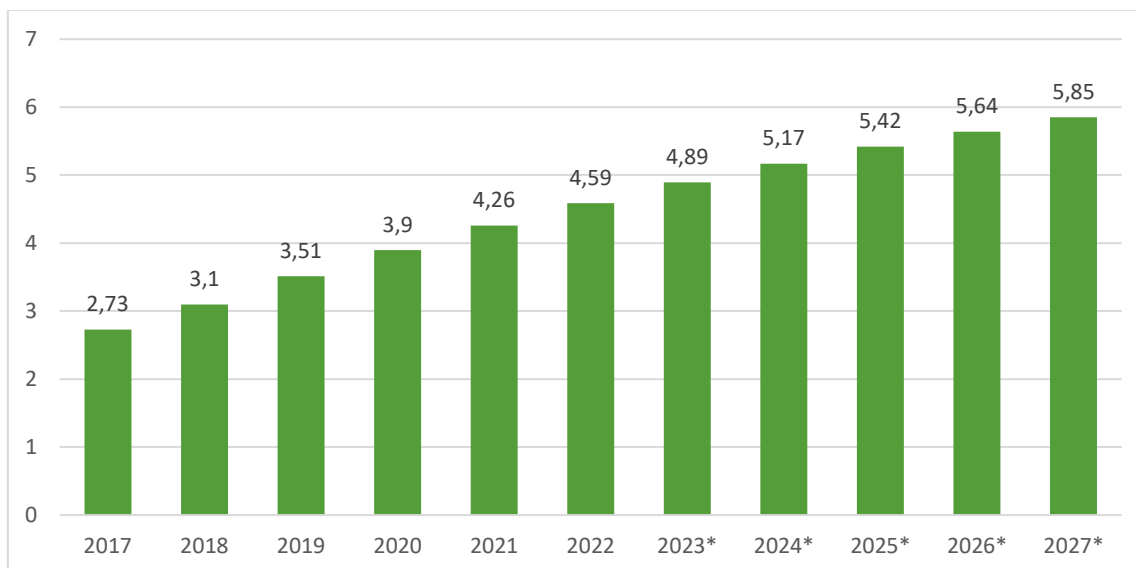


Рис.1. **Кількість користувачів соціальних мереж у всьому світі з 2018 по 2027 рік, млрд осіб**

Джерело: Побудовано автором за даними [3]

Перший тренд – це прискорення звуків. Якщо раніше було популярним знімати відео під slow-то звуки, то сьогодні більшу популярність набирають відео з прискоренням. Також варто сказати, що модно стало знімати під українську музику. Переглядаючи стрічку TikTok, можна часто побачити відео, де танцюють чи показують цікаві жести під українську мелодію. Крім того, з трендів не виходять ліпсинги й челенджі. Дещо новим стали лайфстайл відео, де блогери показують чим займаються протягом дня. В цілому, як і в інших соціальних мережах, тренди змінюються доволі часто, тож варто слідкувати за цим і робити моніторинг популярних відео.

Instagram – одна з найвідоміших соцмереж, що базується на обміні фотографіями та відео. Вона була запущена у 2010 році Кевіном Сістромом і Майком Крігером, а пізніше її купила компанія Facebook. Початковий формат Instagram був набагато простіший, ніж сьогодні. Зараз він дозволяє займатися просуванням магазинів, побудовою особистого бренду та безпосередньо обмінюватися повідомленнями. До того ж багато нових професій та способів заробітку виникло саме в Instagram, це блогери, сторісмейкери, таргетологи, експерти по Reels, контент-менеджери, сценаристи для сторіс. Як і будь-яка соціальна мережа, тут є свої тренди. Першим і найголовнішим є Reels – короткі відеоролики тривалістю 60 секунд. Вони мають формат вертикального відео, як у сторіс, але їхня особливість в тому, що вони не зникають після 24 годин, а

залишаються в акаунті користувача. До того ж такі відео легше потрапляють у рекомендації, що дозволяє охоплювати не лише своїх підписників, а й нових користувачів. Найактуальнішими темами, які блогери висвітлюють в Reels є розважальний контент, колаборації з інфлюенсерами [4]. А віднедавна – поширення важливої інформації про російську агресію на території України та українську культуру. Наступним трендом є сторітелінг – розповідь певної історії у форматі коротких відео тривалістю 15 секунд з метою викликати емоції в аудиторії. За допомогою такого маркетингового ходу аудиторії краще доноситься цінність певного продукту чи вчинку.

Отже, інтернет-маркетинг – доволі складний, але цікавий та ефективний процес просування товарів. Його вплив значно виріс через пандемію COVID-19, що сприяло й суттєвим трансформаціям його інструментів і трендів. Російське вторгнення на територію України внесло свої зміни в розвиток інтернет-маркетингу, тенденції й методи спілкування з клієнтами. Сьогодні важливо показувати свою підтримку та нести в маси корисну інформацію, окрім реклами своїх послуг та особливостей товару. Безсумнівно, його стрімкий розвиток і надалі буде продовжуватися, пристосовуючись до сучасних умов життя.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Белова Т. Г., Дунін М. Є. Особливості формування маркетингових трендів. Причорноморські економічні студії : науковий журнал Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій. 2021. №62. С. 62–67.
2. Храпкіна В. В., Брюшко Н. О. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. Економіка та суспільство. 2022. № 38.
3. Statista. Number of social network users worldwide from 2018 to 2027. URL: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (дата звернення: 09.11.2022)
4. Reels чи TikTok: що ефективніше? https://itforce.ua/blog/reels-chy-tiktok-shcho-efektyvnishe/#scroll_seven (дата звернення: 09.11.2022)

УДК 339:138

ПАНЧЕНКО Ольга,
доктор філософії

Міжнародний європейський університет, м. Київ, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Цифровізація та діджиталізація бізнесу сприяють зміні парадигмі застосування маркетингових комунікацій підприємствами. Зокрема, цифрова трансформація є передумовою зміни способу надання цінності своїм клієнтам.

За результатами дослідження міжнародної компанії IDC у 2021 році чисті глобальні витрати на цифрову трансформацію у 2022 році складатимуть 2 трлн дол. США [1]. Необхідно відзначити, що маркетологам для взаємодії з клієнтами необхідно використовувати цифрові канали для реалізації маркетингової комунікаційної політики та створювати маркетингову стратегію, використовуючи дані маркетингової аналітики у цифровому середовищі.

Так, українські компанії від впровадження CRM на платформі Microsoft Dynamics 365 та Azure зі сфери роздрібної торгівлі підвищили застосування маркетингових комунікацій. Наприклад, АТ «РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ» впроваджує нові сервісні моделі, автоматизує процеси одночасно із перетворенням традиційних банківських продуктів в електронні. Агрохолдинг «VKW Group» за допомогою загального робочого простору Microsoft Teams удосконалив процес комунікації зі співробітниками та клієнтами компанії [2].

Упродовж останніх років маркетинг зазнав суттєвих змін – від маркетингу, орієнтованого на продукт (1.0), до маркетингу, орієнтованого на клієнта (2.0), до маркетингу, орієнтованого на людину (3.0), до маркетингу (4.0), який поєднує взаємодію онлайн та офлайн між підприємствами та клієнтами, і, нарешті, до маркетингу (5.0), застосування технологій, що імітують людину, для створення, передачі, доставки та підвищення цінності протягом усього шляху клієнта [3,4].

Одна з ключових тем у маркетингу 5.0 – це те, що ми називаємо «технологіями наступного покоління», до яких входить група технологій, які прагнуть відтворити роботу експертів-маркетологів. Вони включають штучний інтелект (II), технології обробки природної мови (NLP), сенсори, робототехніку, доповнену реальність (AR), віртуальну реальність (VR), «інтернет речей» і блокчейн. Комбінація цих технологій – рушійна сила маркетингу 5.0.

На даний час метавсесвіт змінює підходи до використання маркетингу брендами компаній з метою дослідження, ідентифікації, самовираження, співробітництва, спілкування та взаємодії. Метавсесвіт є переплетінням цифрового та реального світів з метою взаємодії користувачів із цифровим контентом. Маркетологи повинні шукати практичні аспекти застосування метавсесвіту для побудови ефективного клієнтського досвіду і домагатися лояльності клієнтів у режимі реального часу.

Основними трендами маркетингу в метавсесвітах на 2023 рік є:

- використання NFT;
- торгівля товарами, як метод познайомити людей з брендом;
- взаємодія людей подібна до соціальних мереж;
- створення заходів у метавсесвітах;
- метод паралельного маркетингу;
- гейміфікація;
- аватари – нові покупці.

Таким чином, трансформація маркетингових комунікацій у цифровому середовищі забезпечує побудову взаємовигідних відносин з клієнтами компанії. З одного боку цифрова трансформація бізнесу забезпечує фундаментальні підходи до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій, що сприяє збільшенню рівня задоволеності клієнтів, а також здобуття компанією рівня прогресивності та інноваційності у використанні сучасних інформаційних технологій. Але з іншого боку – бренди, які будуть використовувати у маркетинговій діяльності можливості метавсесвіту та цифрові маркетингові комунікації забезпечать прихильність молодих, підкованих у цифрових технологіях цільових груп.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. The Digitization of the World From Edge to Core. URL: <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf> (дата звернення 19.11.2022)
2. Цифрова трансформація бізнесу: як це роблять компанії в Україні? <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/640817.html> <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/640817.html> (дата звернення 19.11.2022)
3. Гірченко Т.Д., Панченко О.В. Маркетингові комунікації у забезпеченні ефективності діяльності банків в Україні : монографія / за заг. ред. Т.Д. Гірченко. Львів, Університет банківської справи, 2021. 248 с.
4. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons. 2021. P.224

УДК 339:138

ПОПОВИЧ АНДРІЙ,

здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна
Науковий керівник: **БАРАБАНОВА Валентина,**
канд. екон. наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна

SMM ТА СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

У зв'язку з глобальним розвитком мережі Інтернет і його масового проникнення, соціальні мережі набирають стрімку популярність і стають потужним інструментом для будь-яких підприємств і організацій в просуванні своїх товарів і послуг. Відтак з розвитком все нових можливостей Інтернет торгівлі та маркетингу, спостерігається тенденція до просування товарів за допомогою соціальних мереж. Це обумовлено тим, що велика частина покупців щодня виходить в Інтернет в пошуках нової інформації, спілкування, засобів розваги тощо. Крім того, якщо підприємство не володіє великими ресурсами і не готове витратити величезні кошти на рекламний бюджет, набагато ефективніше використовувати просування в соціальних мережах (SMM).

Соціальні мережі сьогодні – це не просто фотографії з відпочинку та репости статей про політику. Це окремий світ. Тут шукають відповіді, довіряють відгукам, рекомендують, купують – тут живуть і непогано процвітають бізнеси, які дещо знають про SMM.

Вивченням ефективності просування товарів через соціальні мережі займаються багато науковці, серед них: Ільяшенко С.Б., Мітяєва О.А., Кузнецова А.А. та деякі інші. Але проблема впровадження та використання SMM у маркетингу потребує подальшого дослідження, особливо у практичному застосуванні сучасними підприємствами.

З розвитком соціальних мереж все більшої популярності набуває таке направлення, як Social media marketing (SMM). Розробка нових інструментів просування продуктів дозволяє зв'язати всі елементи маркетингу на основі інформаційних технологій. Оскільки маркетинговий комплекс як основних складових включає: товар, ціну, просування, поширення (4P). Якщо ж говорити про соціальні мережі, то очевидно, що в даному

середовищі всі маркетингові інструменти можуть бути спрямовані на споживача більш адресно і застосовані оперативно і гнучко для досягнення поставленої посередником або виробником цілі з урахуванням цільового ринку.

Різні науковці дають трактування маркетинг у соціальних мережах по різному. Так наприклад, дослідники К. Тратнер і Ф. Каппе стверджують, що SMM — це процес отримання трафіку для сайту, впровадження маркетингу через соціальні мережі [2].

Науковець Д. Терехов дає ж більш узагальнене визначення, де вказує, що «просування у соціальних медіа (Social Media Marketing – SMM) – це комплекс заходів щодо використання соціальних мереж в якості каналів для просування підприємств та вирішення інших бізнес-завдань» [1].

Взагалі, поняття SMM – це комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань.

SMM – абревіатура англomовної фрази “social media marketing”, що описує просування сайтів в соціальних мережах, на форумах, на порталах і так далі. Таким чином, SMM – метод залучення трафіку користувачів на сайт, що просувається, напряму, а не через пошукові машини.

Соціальні медіа сьогодні дозволяють корпораціям вибудовувати довгострокові відносини зі своїми споживачами, формувати їх лояльність, управляти репутацією фірми, підвищувати продажі та вирішувати багато інших завдань розвитку бізнесу. Маркетинговий комплекс може бути використаний у різних сегментах ринку.

Представники великого бізнесу одні з перших усвідомили потенціал соціальних мереж і почали активно використовувати їх для свого просування. Через соціальні мережі великий бізнес зазвичай вирішує стратегічні довгострокові маркетингові завдання: брендинг, підвищення поінформованості цільової аудиторії, збільшення лояльності й довіри до продуктів бренду, відстеження думок і настроїв серед цільової аудиторії; також визначається, система підтримки клієнтів тощо.

Серед особливостей SMM для великого бізнесу можна відзначити велике охоплення, роботу відразу на декількох майданчиках та інтерактивність комунікацій. Для цього використовуються співтовариства, блоги, додатки в соціальних мережах, планомірна робота з найбільш лояльними лідерами думок (створення так званих «адвокатів бренду»). Також серйозна увага великих корпорацій приділяється роботі з репутацією, зокрема, моніторингу й нейтралізації негативу.[3]

Основні етапи розробки SMM стратегії виглядають наступним чином:

Перший етап у створенні SMM стратегії – визначення концепції. Концепція являє собою короткий і ємний виклад основних принципів компанії. Вона враховує ідеологію проекту, бізнес-план і основну концепцію бренду. Також це ключова ідея, навколо якої прописується стратегія просування.

Другий етап - постановка цілей та завдань. Вони повинні бути зрозумілими, вимірними, актуальними, а головне - повинні узгоджуватися з глобальними цілями компанії.

Щоб не бути відірваними від загальної стратегії, необхідно в рамках SMM-стратегії ставити мету і завдання в трьох площинах: SMM, бренд, продаж. Це дозволяє відразу побачити, як робота з соціальними мережами вплине на бренд в цілому і що потрібно зробити, щоб успішно продавати через соціальні мережі.

Третій етап - визначення цільової аудиторії, який включає: складання портрета клієнта; визначення географічного положення споживача; соціально-демографічні характеристики: стать, вік, сімейний стан, посаду, освіту, рівень доходів цільової аудиторії; інтереси та захоплення: на що аудиторія звертає увагу, які інші товари і послуги їй потрібні.

Четвертий етап - вибір соціальних мереж. SMM-стратегія і соціальні мережі - нерозривно пов'язані. Обирати соціальну мережу необхідно виходячи з цільової аудиторії і цілей, які хоче досягти компанія. Маються на увазі як глобальні майданчики (Facebook, Instagram, YouTube і т.д.), так і локальні (спільноти всередині соціальних мереж, блоги, форуми).

Для підбору платформ є кілька підходів: аналіз статистики локальних платформ; аналіз тем і публікацій, які обговорюються на майданчику; аналіз соціально-демографічного портрета аудиторії (на багатьох майданчиках викладаються портрети аудиторії, розраховані на рекламодавців); - спеціальні сервіси (в соціальних мережах є можливість пошуку аудиторії за певними параметрами і можливість дізнатися, скільки зареєстрованих учасників їм відповідає).

П'ятий етап - дослідження репутації бренду і аналіз конкурентів.

На практиці виділяють три складових іміджу бренду. Сильні асоціації, які закріпили в свідомості споживача необхідний образ. Привабливі - пов'язані з вирішенням головних проблем клієнта і відповідають його бажанням. Унікальні - відображають конкурентні переваги товару.

Шостий етап - визначення бюджету та ресурсів.

Ціна на послуги в сфері SMM залежить від безлічі факторів, у першу чергу це - обсяг робіт. Другий фактор, що впливає на ціну - це новизна товару і послуги, яку потрібно просувати. Третій фактор - кількість соціальних мереж, в яких потрібно буде вести роботу. Четвертий фактор - кількість публікацій. П'ятий фактор - географія просування. Взагалі ціна просування в соціальних мережах складається з трьох складових: контент; бюджет на рекламу; праця фахівця.

Сьомий етап - створення контент-плану і календаря публікацій.

Необхідно визначити тематику, стиль, рубрики та сформувати максимально довгостроковий план. Необхідно врахувати знакові дати і події для компанії, а також ключові свята. Необхідно вирішити, які параметри повинен відслідковувати календар; створення бібліотеки корисних матеріалів для контенту; організація робочого процесу; створення статей та постів; автоматичні публікації та їх планування.

Восьмий етап - Планування взаємодії з майданчиками.

Необхідно розглянути можливих партнерів та включити на них посилання. Також доцільно вказати що потрібно від кожної конкретної площадки, який результат плануєте отримати. Необхідно підготувати публікації для подібних за тематикою спільнот, домовитися про бартер і сформувати унікальні комерційні пропозиції.

Дев'ятий етап - створення та оформлення аккаунтів у соціальних мережах.

По-перше, варто визначити, яка із соціальних мереж стане найкращим продовженням вашого резюме. Сьогодні число користувачів соціальних мереж налічує більше 2 млрд. Наймасовішою є Facebook – 1,5 млрд. аккаунтів, де частка українських користувачів становить 4 млн. [4]. Коли майже все готово, відкривайте фотошоп, готуйте текст згідно цілям і публікуйте в кожну соціальну мережу, яку вибрали. Підбирайте оптимальний час публікацій. І працюйте, не відхиляючись від завдань стратегії, звичайно.

Десятий етап - моніторинг та оцінка ефективності SMM-стратегії.

Статистика - це те, що допоможе оптимізувати рекламну кампанію і поліпшити її. Такі показники, як лайки, коментарі, репости і охопи повинні рости. Крім цього, відстежувати трафік на сайт: кількість переходів, коефіцієнт конверсій. І звичайно ж, спорстерігати, чи впливає ваше SMM-просування на продаж.

Планувати стратегію з урахуванням особливостей бренду, потреб цільової аудиторії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Терехов Д. С. SMM-маркетинг у системі управління сучасним підприємством. Наука й економіка. 2015. No1. С. 77–79.
2. Trattner C., Kappe F. Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study. International Journal of Social and Humanistic Computing. 2013. Volume 2 (1).
3. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку : навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с.
4. SOCIAL MEDIA MARKETING НА ТЕЛЕБАЧЕННІ. URL: <https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/konkurs-stud/2019/roboty/10.pdf>

УДК 338.2

ПОСОХОВ Ігор,

*доктор економічних наук, професор,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків, Україна*

КЛИМЧУК Анна,

*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
ННІ «Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу»,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків, Україна*

ТАБАЛІНА Діана,

*здобувач 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,
ННІ «Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу»,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків, Україна*

ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Діджитал маркетинг – це напрямлення маркетингу суть якого в просунені товарів та послуг завдяки цифрових технологій, використовується цей тип маркетингу на всіх етапах взаємодії зі споживачем. Найбільше визнання цей тип маркетингу отримав саме в сегментах B2B, B2C. Тому що використання цифрових можливостей спрощують взаємодію зі споживачем та покращують

ефективність співпраці. Головна відмінність Digital-маркетингу від Інтернет-маркетингу це використання не тільки інтернету, а й офлайн-інструменти(POS-термінали).

Деякі вважають, що ера цифрового маркетингу почалась у 1971 році, коли Рей Томлінсон відправив перший e-mail. Еволюція цифрового маркетингу дійсно тісно пов'язана з історією розвитку технологій, але його відправною точкою прийнято вважати момент, коли технології стали достатньо складними, щоб зберігати велику кількість інформації [1].

Якщо в традиційному маркетингу підхід до споживача носив зашальний характер, то в цифровому маркетингу можна помітити тенденцію до індивідуального підходу. Цифровий маркетинг дозволяє вам використовувати інтереси споживачів, щоб адаптувати маркетингове повідомлення під їх запити [2].

Існують основні канали Digital-маркетингу. У першу чергу це інтернет, цей канал передбачає повне використання мережі для будь-яких пристроїв. В межах маркетингу створюють та розміщують різний контент (відео, фото, пошукову рекламу, банерну, тизерну рекламу тощо). Цифрове телебачення поступово витісняє аналогове ТВ та є найбільш поширеним форматом digital-маркетингу. На практиці це з'являється у вигляді тексту із прокруткою або рекламних відеороликів тощо. Локальні мережі – до таких можна віднести різноманітні місцеві комп'ютерні «угруповання». Як приклад, можуть бути корпоративні мережі в рамках одного офісу, або, локальні мережі в окремих домах чи, навіть, міських районах. Цей канал створений саме для того, щоб розповсюджувати рекламу товарів і послуг для аудиторії з чіткою географічною прив'язкою. Мобільні гаджети – до них відносяться сотові телефони та смартфони. Розсилка СМС-повідомлень з рекламною пропозицією є найбільш розповсюдженим засобом просування через мобільні прилади. Розсилка може виконуватись у два варіанти:

1. По клієнтській базі – на номери людей, що вже користувались послугами або купляли товари даної компанії.

2. Незалежна підбірка телефонних номерів.

Соціальні мережі дозволили споживачам стати ближчими до бренду, у мережі вони можуть залишити скаргу, зробити покупку, або, навіть, своїм позитивним відгуком вплинути на інших споживачів [3, 4, 5].

До інструментів цифрового маркетингу належать всі способи, засоби які дозволяють охопити, сповістити та привернути увагу до продукту якомога більше людей. Вибір інструмента залежить від

цілі маркетингової кампанії, стадії проведення кампанії. Щодо основних методів то це:

- банерна реклама. На різних сайтах відбувається розміщення банерів з рекламою продукта чи послуги;
- телевізійна реклама. Охоплює різну цільову аудиторію але є набагато дорожчою ніж інтернет реклама;
- реклама на радіо. Є тільки перших 10 секунд для зацікавлення покупця, також відноситься до дорогих видів реклам;
- SEO-просування. Завдяки такому просуванню ваш сайт піднімається вгору пошукової сторінки тобто підвищення його видимості для цільової аудиторії;
- рекламні вкладки/вікна. Цей спосіб передбачає спливання рекламних вкладок на тематичних сторінках;
- - вірусна реклама/клікбейт. Контент для цієї реклами створюється з провокаційним змістом або назвою. Тобто така реклама охопить велику аудиторію;
- - розсилка. Вид реклами цифрового маркетингу, що передбачає розсилку реклами продуктів чи послуг мобільним абонентам;
- - нативна реклама. Публікація різних матеріалів (наприклад відгуків) на різних ресурсах з метою спонукати щось купити.

Використовуючи різноманітні ресурси, існує багато можливостей просування товарів за допомогою digital технологій. Прикладами є:

- платні майданчики, що сплачуються компанією-замовником. До таких відносяться цифровий банер, контекстна реклама та інше;
- власні майданчики, які компанії використовують безкоштовно (найпоширенішим прикладом є соціальні мережі);
- існуючі комунікаційні канали, що компанія здобуває внаслідок роботи (наприклад, користувачі, що поширюють вірусний відеоролик).

Як обрати методи, ресурси та канали цифрового маркетингу? Просування з використанням digital технологій починається з аналітики. Слід зібрати та провести аналіз наступних даних:

1. Параметри цільової аудиторії. Наприклад: вік, пол, регіон, в якому проживає особа, її інтереси тощо. Від цих параметрів залежить вибір цифрових технологій потенційними клієнтами. Продукти для молоді можливо просувати майже по усім каналам розподілу, в той час, як для людей старшого віку ліпше просувати з використанням традиційних методів або телебачення.

2. Характеристики товару. Наприклад, брендування додатків зазвичай використовують при просуванні ігор або інших

програмних продуктів, а з допомогою e-mail-розсилки просувають товари, в яких зацікавлені багато споживачів (засоби для схуднення). Після аналізу обирають канали та набір методів, що дозволяють ефективно донести інформацію до цільової аудиторії.

Для оцінки результативності інструментів, або для корегування та налаштування їх складових слід використовувати аналітику під час провадження рекламної компанії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. McKambly J. The first ever banner ad: why did it work so well? [Electronic Resource]. *The Guardian*. Electronic Data. 2013. URL: <https://www.theguardian.com/media-network/medianetwork-blog/2013/dec/12/first-ever-banner-ad-advertising>.
2. Esterl E. Share a Coke. Credited with a Pop in Sales [Electronic Resource] *The Wall Street Journal*. Electronic Data. 2014. URL: <https://www.wsj.com/articles/share-a-coke-credited-with-a-pop-in-sales-1411661519>.
3. Global Digital suite of reports from We Are Social and Hootsuite [Electronic Resource]. *Wearesocial*. Electronic Data. 2018. URL: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digitalreport-2018>.
4. Лошенко О. В. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу. О. В. Лошенко, Л. В. Галан, І. М. Посохов. *Вчені записки університету "КРОК" : зб. наук. пр.* 2022. Вип. 2 (66). С. 123-131.
5. Посохов І. М. Вплив діджиталізації на систему міжнародних економічних відносин у XXI столітті. І. М. Посохов, Д. Д. Похвалітова. *Development of modern economic science in the context of digitalization : proc. of the Intern. sci. conf.*, December 3–4, 2021. Riga : Baltija Publishing, 2021. P. 159-161.

УДК 330.341

ПТАЩЕНКО Олена,

доктор економічних наук, професор
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

ТЕТІРКО Тетяна,

здобувач першого рівня вищої освіти (бакалавр)
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

На сучасному етапі розвитку економіки інноваційна діяльність є одним з найвпливовіших факторів збереження конкурентноспроможності та ефективного функціонування

підприємства. Реалізація інновативних процесів збільшує адаптивність підприємства до нових ринкових умов, забезпечує його гнучкість та дозволяє посідати лідерські позиції на ринку. Особливу увагу управлінню такою діяльністю мають приділяти суб'єкти сфери промисловості, де активне впровадження інновацій призводить до стрімкого збільшення швидкості виробництва, випуску, реалізації та просування продукту на ринку.

Термін «інновація» походить від латинського «in novativo», що означає відновлення чи зміну. Одним з перших поняття «інновація» у своїх наукових дослідженнях (зокрема «Теорія економічного розвитку») на початку ХХ ст. ввів в економічний обіг американський та австрійський економіст Й. Шумпетер. Згідно з науковцем, інновації – «зміни з метою введення та використання нових видів виробничих товарів, нових виробничих та транспортних засобів, ринків та форм організації промисловості, акцентуючи увагу на економічний вплив цих змін» [1].

Згідно зі ст. 4 Закону України «Про інноваційну діяльність» основними об'єктами інноваційної діяльності є:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємства;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції [2].

Упровадження інноваційної діяльності в компанії супроводжується високим ризиком втрат, що спричинений багатьма факторами: новизною науково-технічного забезпечення проекту, недостатньою кваліфікацією кадрового персоналу, ризиком недостатнього незабезпечення фінансовими ресурсами, підвищенням конкуренції, ймовірністю отримання негативного результату тощо.

Згідно з думкою С. Воробйової, зменшення цих ризиків та ефективного управління інноваціями на підприємстві необхідно здійснити наступні заходи [3]:

- виокремлення найризикованіших напрямів діяльності компанії;
- аналіз різних джерел новаторських ідей;

- виокремлення кількісних цілей, на реалізації яких зосереджений проект;

- виокремлення головних стадій роботи з впровадження інноваційного проекту, перехід на іншу стадію при цьому неможливий, поки не закінчена попередня.

Управління інноваціями – одна з форм управлінської діяльності менеджерів підприємства, що враховує як вплив зовнішнього середовища (макроекономічні фактори), так і зміну внутрішнього ринку інновацій (мікроекономічні фактори), що знаходяться під впливом загальних та специфічних факторів.

До мікроекономічних факторів відносять:

- вид економічної діяльності підприємства та його галузева приналежність;

- розмір підприємства;

- наявність інвестиційних джерел фінансування інвестиційної діяльності;

- технологічний рівень виробництва, що включає в себе його ресурсоемність, стан та ефективність використання основних фондів, а також якість виробленої продукції.

- стабільність та професіоналізм кадрового складу;

- обачність у виборі контрагентів.

Макроекономічними факторами є:

- соціально-економічна, податкова та амортизаційна політика держави;

- інвестиційний клімат та стабільність в регіоні;

- наявність адміністративних, правових та економічних бар'єрів

- вартість та доступність інвестиційного кредитування;

- умови постачання обладнання;

- конкурентне середовище;

- наявність на ринку якісної сировини та матеріалів та рівень цін на них;

- купівельна спроможність населення;

- доступність земельних ресурсів;

- зовнішньоекономічна та політична ситуація [4].

Мікроекономічні фактори допускають створення сприятливих умов усередині компанії з метою розвитку інноваційних здібностей працівників. Сприятливе для інноваційної діяльності підприємство повинне підтримувати творці процеси та надавати умови для впровадження позитивно оцінених ідей до успішної їх реалізації на виробництві. Чинниками внутрішньої мотивації та стимулювання є: ставлення та поведінка керівників, кадрова політика, організація

інформаційних та комунікативних процесів, фінансове стимулювання, розвиток організаційної культури, внутрішнє навчання працівників підприємства [5, 6].

Розглядаючи інноваційну діяльність як процес, варто виділити такі основні її особливості: висока ступінь невизначеності; високі ризики; низька передбачуваність результатів; труднощі прогнозування ймовірності віддачі від впровадження інновацій у виробничий процес на підприємстві; спроможність інновацій ініціювати структурні зміни в господарській діяльності конкретної компанії в галузі в цілому.

Орієнтація підприємства на інноваційний тип діяльності безумовно тягне за собою трансформацію всіх компонентів господарської системи. Особливо кардинально зміниться стратегія підприємства. Тому взаємодія стратегічної та інноваційної діяльності підприємства можна вважати еволюцією систем управління суб'єктів господарства в ситуації швидких змін і непередбачуваності зовнішнього середовища.

Таким чином, впровадження інноваційної діяльності на підприємстві – один з найголовніших чинників ефективного функціонування підприємства. Незважаючи на це, перед початком реалізації інноваційних ідей, необхідно проаналізувати всі можливі ризики та провести ряд заходів для їх мінімізації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: дослідження підприємницького прибутку, М: Директмедіа Паблішинг, 2014. – 400 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність». Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2021. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
3. Воробйова С. Управління інноваціями: чотири ключові правила. / Маркетолог. – 2007. - №10. - с.91-92.
4. Муханова Ю.А., Нестерова Н.А. Факторы, воздействующие на инновационный процесс предприятия.– Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65423.doc.htm
5. Буренніков Ю.Ю. Формування структури механізму управління інноваційною діяльністю Ю.Ю. Буренніков / Вісник Вінницького політехнічного інституту. - 2007. – N 3. - С. 42-45
6. Отенко І., Птащенко О. Тенденції розвитку високотехнологічної сфери в умовах глобалізації. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2020. Вип. 4. С. 65–76. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.04.065>

УДК 339.138

СТАМАТ Вікторія,

кандидат економічних наук, доцент,

Миколаївський національний аграрний університет,

м. Миколаїв, Україна

НЕСТЕРЧУК Тетяна,

здобувач вищої освіти 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»,

Миколаївський національний аграрний університет,

м. Миколаїв, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ

Науково-технологічний прогрес зумовлює високі темпи розвитку світової економіки. В наслідок чого, підприємства, за рахунок модернізації устаткування та програмного забезпечення, підвищують якість своїх товарів та послуг. На ринку виникає потужна конкуренція. Гостро постає питання з приводу залучення споживачів. Одним із методів привернути увагу цільової аудиторії до певного товару є реклама.

Відповідно до Закону України «Про рекламу» зазначимо, що «...реклама це – інформація про особу чи товар, розповсюджена у будь-якій формі та у будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товар...» [1].

При розміщенні реклами потрібно враховувати такі чинники:

- збільшення тривалості рекламних блоків та можливість глядача перейти на інший канал; збільшення інформаційного потоку та зниження уваги аудиторії;
- збільшення спеціалізації ЗМІ, у тому числі інтернет-ресурсів;
- перехід від масовості до індивідуалізації реклами;
- широкий розвиток діджитал комунікацій;
- прихильність більшої частини споживачів до певних брендів;
- баланс між креативністю та спроможністю продавати;
- вигідність розміщення реклами на преміальних позиціях і позиціях спонсорства [2, с.78].

Детальний аналіз зазначених чинників допоможе визначити цільову аудиторію споживачів, вид та засіб поширення реклами, зменшити витрати на рекламу, спрогнозувати подальший розвиток рекламної програми конкретного підприємства.

Дослідивши структуру рекламно-комунікаційного ринку, можемо зазначити, що значну його частину займає медійна складова, тобто реклама у засобах масової комунікації [3]. Для поширення реклами, доцільно використовувати соціальні мережі, оскільки вони досить популярні серед населення. Загалом, можемо відмітити, що соціальні мережі мають спеціалізацію: ТікТок - відеоконтент, Інстаграм – фото- і відеоматеріали, ЮТуб – відео, Твітер - короткі повідомлення, що дозволяє не лише уникнути конфлікту інтересів між зазначеними мережами, але і залучити одних і тих же послідовників у різні соціальні мережі [3]. Вагомим чинником розвитку соціальних мереж є доступ до них з мобільних пристроїв [3].

Варто зазначити, що досить актуальною є тенденція розвитку співпраці рекламодавців з блогерами. Але в цьому випадку потрібно детально дослідити контент та аудиторію блогера, з яким компанія збирається співпрацювати у майбутньому, адже не завжди велика аудиторія забезпечує відповідну кількість рекламних звернень. Розміщення реклами у мікроблогера з більш вузько спрямованою аудиторією (з кількістю підписників приблизно 10 тис. осіб) може забезпечити більший відгук у потенційного споживача, і, як наслідок, принести більший дохід, за умови збігу тематики рекламованого продукту та ідеї блогу [3].

За умов постійної зміни тенденцій рекламного ринку важливо вміти вчасно до них пристосуватися та адаптувати свою діяльність до нових ринкових вимог, зокрема, персоналізації рекламних звернень [3].

Одним із ефективних видів реклами є робота з інфлюенсерами, або застосування інфлюенц-маркетингу. Він являє собою спосіб просування товарів, послуг, івент-заходів через лідерів думок, тобто блогерів, відомих людей та інших ключових осіб. Цей вид реклами заснований на схваленні відгуків про вище зазначені об'єкти рекламування інфлюенсерами та його подальшому пропонуванню, рекомендації своїй цільовій аудиторії [4, с.20].

Останнім часом, у рекламній індустрії, зростає тенденція на соціальну рекламу. Основною темою рекламних кампаній стає екологічна безпека, гуманність, рівність, охорона здоров'я, увага до себе та благодійність. Соціальна реклама є одночасно видом мистецтва, компонентом соціальної політики та механізмом впливу на формування громадської думки. За допомогою соціальної реклами виробники не лише акцентують увагу потенційних споживачів на привабливості їхньої продукції та необхідності її

придбати, вони намагаються продемонструвати свою причетність до вирішення соціально важливих питань [3].

Отже, реклама є важливою складовою діяльності підприємства. Вона забезпечує високу конкурентоспроможність підприємства, сприяє збільшенню попиту на прорекламований товар, підвищує рівень комунікації зі споживачами, а також формує громадську думку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL : <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 10.11.2022).
2. Попова Н. В., Катаєв А.В., Базалієва Л.В. Маркетингові комунікації : підручник; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с. URL: https://www.researchgate.net/profile/Nadezhda-Popova-5/publication/347491691_MARKETINGOVI_KOMUNIKACII_pidrucnik/links/5ff5ef4d92851c13fef16125/MARKETINGOVI-KOMUNIKACII-pidrucnik.pdf (дата звернення 10.11.2022)
3. Тенденції в рекламній індустрії. URL : <file:///C:/Users/1/Downloads/230468-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-526174-1-10-20210502.pdf> (дата звернення 10.11.2022)
4. Гузь Владислав Інфлюенс-маркетинг, або маркетинг впливу: що це і чи є він універсальним інструментом просування? *Маркетинг і реклама*. 2021. №10-11. С.20-22

УДК 330.16:339.133

ЧМІЛЬ Ганна,

доктор економічних наук, доцент

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВ ТА СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Інноваційні процеси, пов'язані з розвитком цифрових технологій та засобів триватимуть, тому працівникам апарату управління підприємств роздрібною торгівлі необхідно перебудуватися й переусвідомити сприйняття неминучості та пришвидшення темпів цифрової трансформації. Саме реактивність впровадження та освоєння сучасних цифрових технологій визначатиме рівень технологічності та дієвості бізнес-моделі, конкурентоспроможність підприємства, відповідність його товарів та послуг новим запитам споживачів, сформованих в цифровому середовищі.

Ключовими факторами успіху адаптації в умовах цифрової трансформації вважаємо постійне створення гнучкого внутрішнього середовища, готового до постійної адаптації культури, процесів, систем та бізнес-моделей підприємства до змін та нових викликів, а також стратегування – проактивне реагування на потенційні та реальні зміни і можливості, зумовлені розвитком цифрових технологій, спрямування зусиль та ресурсів на впровадження та освоєння найбільш перспективних з них. Оскільки цифрова трансформація передбачає глибоку реорганізацію, перебудову організаційної структури, процесів, взаємовідносин і комунікацій, бізнесу в цілому, засновуючись на цифрових інструментах і засобах, потрібна стратегія з чітким планом дій, виконавців, потрібних ресурсів [1, с. 351].

У зв'язку з цим пріоритетним питанням, яке потребує вирішення на початковому етапі цифрової трансформації, є розробка стратегії адаптивної цифрової поведінки. Ураховуючи актуальність та практичне назрівання необхідності розробки, впровадження та реалізації стратегії адаптивної цифрової поведінки запропоновано структурно-логічну схему її проектування, яка складається з п'яти послідовних етапів:

1. Дослідницько-аналітичний (діагностика освоєння цифрових технологій на підприємстві; аналіз внутрішніх цифрових можливостей; аналіз зовнішніх цифрових можливостей; трендвотчинг та бенчмаркінг);

2. Підготовчий (визначення адекватності наявного типу адаптивної цифрової поведінки бажаному; формулювання мети адаптивної цифрової поведінки; вибір типу стратегії адаптивної цифрової поведінки; визначення потрібних внутрішніх змін для кращого використання цифрових можливостей та цифрової поведінки);

3. Розробка стратегічного плану адаптивної цифрової поведінки (визначення першорядних та другорядних цифрових технологій для впровадження та/або подальшого освоєння; розробка плану заходів впровадження та реалізації стратегії; підготовка команди для впровадження та освоєння цифрових технологій; визначення очікуваних результатів та КРІ);

4. Реалізація стратегічного плану адаптивної цифрової поведінки (розробка та реалізація оперативного плану реалізації стратегії; контроль результатів реалізації оперативного плану; моніторинг поточної ситуації та відповідності результатів змінам, що відбуваються; коригування оперативного плану);

5. Управління стратегією адаптивної цифрової поведінки.

Починається проектування стратегії з дослідницько-аналітичного етапу, за результатами здійснення якого формується інформаційно-аналітичне забезпечення, засновуючись на якому виокремлюються можливі драйвери та бар'єри адаптивної цифрової поведінки підприємства, визначаються пріоритети та орієнтири, обґрунтовуються цільові установки та очікувані результати.

Джерелами отримання інформації на першому етапі можуть виступати наступні результати [4, с. 93]:

1) емпіричних досліджень, проведених з використанням розробленого методичного інструментарію діагностики процесів цифрової трансформації на підприємствах роздрібної торгівлі, зокрема науково-методичного підходу до оцінювання рівня освоєння цифрових технологій, науково-методичного підходу до оцінювання рівня цифрової готовності;

2) спостереження процесів та явищ, які відбуваються у зовнішньому середовищі з використанням методів стратегічного аналізу (SWOT-, STEP-, PEST-, PESTLE-аналізу та ін.);

3) статистичного аналізу офіційних даних Державної служби статистики України;

4) контент-аналізу аналітичних оглядів, рейтингів, звітів з проведених досліджень дослідницькими міжнародними та національними організаціями;

5) форсайт-досліджень та трендвотчингу – відстеження та виявлення трендів й тенденцій, сканування та прогнозування ймовірних змін та проектування їх наслідків;

6) бенчмаркінгу – вивчення практики цифрової трансформації конкурентів у сфері роздрібної торгівлі та досвіду підприємств й організацій інших галузей діяльності;

7) документів, розроблених державними органами влади на кшталт «Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою» а також наукових публікацій та звітів з проведених науково-дослідних робіт.

Засновуючись на отриманій інформації, визначаються цифрове бачення подальшого розвитку підприємства в умовах цифрової трансформації, цільові установки та очікувані результати ймовірних адаптивних змін, які виступають основним орієнтиром на другому етапі. Другий – підготовчий етап, передбачає послідовне здійснення дій щодо визначення адекватності наявного типу адаптивної цифрової поведінки наявним викликами та/або баченню/бажаному стану цифрової трансформації; формулювання мети її подальшого вектору, вибір типу стратегії адаптивної

цифрової поведінки відповідно до її стратегічного бачення та прийняття рішення щодо управління адаптивною цифровою поведінкою в контексті нових викликів та внутрішніх сподівань [3].

Засновуючись на прийнятому управлінському рішенні визначається мета стратегії адаптивної поведінки. При цьому ураховуються масштаб змін – ступінь охоплення змінами процесів та працівників підприємства (часткові або цілісні); глибина змін, тобто наскільки кардинально будуть змінюватися продукти та/або процеси; інтенсивність змін – швидкість прийняття рішень щодо впровадження цифрових технологій; час реагування; характер змін – інноваційні або ті, що удосконалюють/покращують [2, с. 189].

Орієнтир на поступову або ступінчасту цифрову перебудову передбачає повільне впровадження цифрових технологій, які забезпечать принципове перетворення окремих або навіть усіх процесів та\або продуктів підприємства [5]. Мета досягається за рахунок хоча повільного проте постійного й безперервного технологічного руху, у результаті якого відбуваються потужні та конструктивні зміни, покращення, які у динаміці формують кумулятивний позитивний ефект цифрової трансформації. Орієнтир на часткову цифрову перебудову забезпечує принципове перетворення окремих процесів та\або продуктів, впровадження цифрових технологій фокусується на найбільш актуальних (перспективних, пріоритетних) процесах та\або продуктах. Мета досягається за рахунок впровадження високотехнологічних цифрових інновацій, що надає підприємству цифрове лідерство за окремим процесом та\або продуктом. Орієнтир на активну та проактивну цифрову трансформацію забезпечує швидке та принципове перетворення усіх та\або частини процесів та\або продуктів. Головне при цьому бути першим у впровадженні визначеної цифрової технології, сприяти постійному активному пошуку нових цифрових ідей та ініціатив. Мета досягається за рахунок активних випереджальних дій, що забезпечує цифрове лідерство за швидкістю цифрових трансформацій.

Таким чином, для вибору стратегії адаптивної цифрової поведінки запропоновано матрицю можливих варіантів, розроблену, засновуючись на таких орієнтирах, як рівень використання цифрових можливостей та досягнутий рівень цифрової готовності. При цьому, конкретний вид стратегії обирається відповідно до мети та результатів діагностики адаптивної цифрової поведінки підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Sopko V.V., Kashena N.B., Chmil H.L. Theoretical aspects of performance assessment of company capital management. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 2. No. 25. P. 350–356. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2018_2_43
2. Андриєнко Н.М. Модель адаптивної поведінки підприємства як відкритої системи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 3. С. 188–193.
3. Василькевич Л. О. Соціально-економічна природа поведінки споживачів на ринку товарів і послуг. *Ефективна економіка*. 2011. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=621>
4. Нестеренко І.В., Чміль Є.А. Моделювання облікової політики в контексті забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Випуск 1(01). С. 92–99. URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/47> DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.1-15>
5. Савицька Н.А., Чміль Г.А. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2 (84). С. 81–87.

СЕКЦІЯ 6.
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ І КІБЕРБЕЗПЕКИ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ БІЗНЕС-
СТРУКТУР

УДК 65.011.56

ВАКОФЯН Ваган

*аспірант Київського університету імені Бориса Грінченка,
м. Київ, Україна*

**ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ:
ВИБІР ІНСТРУМЕНТІВ**

Необхідність впровадження технологій цифрової трансформації викликана потребами, які виникають всередині підприємства і пов'язані з перебігом його основних та допоміжних внутрішніх бізнес-процесів, таких, як: оптимізація виробничих процесів, операційної діяльності, комунікації на підприємстві та поза його межами, процесів управління, потреби працівників, швидкість та якість, а також формуються під впливом зовнішніх факторів, таких, як: рівень технологічного загального прогресу у світі, потреби суспільства, споживачів, бізнес-середовища, державна політика технологічного розвитку та інші. Зазначені обставини стимулюють менеджмент підприємства приймати рішення щодо впровадження технологій. Проте, такий процес вимагає продуманих рішень щодо вибору інструментів змін.

Першочергово доцільно переконатись у тому, що процес цифровізації є продуманим та поетапно спланованим. Так, менеджмент підприємств впроваджує заходи, які передують цифровим змінам, а саме - аналіз стану та рівня оптимальності бізнес-процесів. Застосовують інструменти аналізу, які реалізують власними силами або із залученням зовнішньої експертизи. До таких інструментів доцільно віднести анкетування працівників відповідно до їх участі у тих чи інших бізнес-процесах підприємства, формування "портретів" існуючих процесів (карти, алгоритми, фотографії, описи, показники стану та інше), оцінювання рівня забезпеченості ресурсами. Таким чином можна отримати дані щодо фактичного стану процесів підприємств, оцінити потенціал кожного процесу за повним циклом (від його "входу" до "виходу", включаючи ресурси) та можливостей щодо його оптимізації.

Проаналізувавши результати проведених досліджень і оцінивши параметри процесів (послідовність перебігу за

принципом “як є” та потенційні можливості), обирають найбільш оптимальні інструменти цифровізації, виходячи з поточних та перспективних потреб підприємницької діяльності, керуючись актуальними для керівництва критеріями (наприклад, якість, швидкість змін, вартість, вплив на собівартість та кінцеву вартість для споживачів продукції чи послуг підприємства, відповідність потребам споживачів та бізнес-середовища) та зважаючи на рівень доступних ресурсів.

Серед інструментів цифровізації виділяють готові рішення (вже розроблене спеціалізоване, стандартне для вирішення конкретної проблеми програмне забезпечення готове до використання) та кастомні розробки (унікальне програмне рішення, яке розробляється спеціально для вирішення поставлених задач та відображатиме унікальний досвід та експертизу замовника). Будь-який обраний варіант матиме свої переваги та недоліки, які розглядатимуться у наступних публікаціях.

На сьогодні існують якісні інструменти цифрової трансформації за кожним видом бізнес-процесів (програми управлінського обліку, аудиту; бази даних клієнтів та контрагентів; хмарні рішення; електронний документообіг; програми логістики та складування; програми розвитку персоналу та управління ним, внутрішньокорпоративні соціальні мережі та інші). Крім того, можна обирати і технології, які відповідають спеціалізації підприємницької діяльності та особливостям її ведення.

Допомогти в обранні інструментів цифрової трансформації підприємства допомагає і розуміння типів таких змін. Так, у літературі [на основі 1] зустрічається наступна типологія цифрової трансформації підприємства: трансформація бізнес-процесів; трансформація бізнес-моделі; трансформація сфери бізнесу; трансформація організаційно-управлінських процесів.

Обираючи інструменти трансформації важливо, після отримання даних попереднього аналізу, розібратись з наступними питаннями: у яких бізнес-процесах є проблеми; які існують шляхи вирішення цих проблем (оцінити кількісно та якісно); які питання можливо вирішити силами підприємства (оцінити кількісно та якісно); вирішення яких питань потребує залучення зовнішньої експертизи (оцінити кількісно та якісно); оцінити тип та рівень ризику; оцінити перелік, кількість та доступність необхідних ресурсів; оцінити вартість трансформаційних змін та (кількісно і якісно) ефект від їх впровадження. Проаналізувавши пункти переліку та виходячи із наявної ситуації, ресурсів і їх доступності, бажаних результатів, керівництво підприємства приймає рішення

щодо інструментів трансформації, які доцільно задіяти, їх видів та етапів впровадження.

Так, трансформаційні кроки щодо основних, допоміжних та управлінських процесів, а також, процесів суміжних зі споживачами, контрагентами, органами влади, спроможне привести підприємство до суттєвих переваг, які забезпечуватимуть йому стійкі конкурентні переваги, а саме: підвищення ефективності та скорочення часу на виконання повторюваних задач, налагодження ефективної комунікації з клієнтами, контрагентами, партнерами і співробітниками; відкриття нових можливостей для обслуговування клієнтів та забезпечення вищого рівня якості, як товарів так і послуг, включаючи ті, що супроводжують товар; загальне зростання рівня конкурентоспроможності на ринку шляхом оптимізації наявних процесів [2]. Вибір інструментів цифрової трансформації слід проводити разом з оцінюванням рівня забезпеченості ресурсами після етапу аналізу стану бізнес-процесів за принципом “як є” та їх потенціалу за принципом “як має бути” [3].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. TechExpert. Цифрова трансформація бізнесу. Частина 2 [Електронний ресурс] / TechExpert. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://techexpert.ua/dig-transformation-2/>
2. TechExpert. Цифрова трансформація бізнесу. Частина 2. Теорія [Електронний ресурс] / TechExpert. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://techexpert.ua/digital-transformation-of-business/>
3. ДП «УкрНДНЦ». ДСТУ ISO 9001:2015 Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2015, IDT) [Електронний ресурс] / ДП «УкрНДНЦ» – Режим доступу до ресурсу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=66999

УДК: 331.108

ЖЕРНОВА Єлизавета

аспірант,

*Український державний університет залізничного транспорту,
м. Харків, Україна*

КАДРОВІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ

В умовах розбалансованості вітчизняної економіки і проведення військових дій різко зростає кількість підприємств, які потрапляють у кризові ситуації. Поширення кризових явищ в українській економіці вкрай негативно відображається на функціонуванні та забезпеченні сталого розвитку підприємств, обумовлюючи зростання загроз у їх організаційних підсистемах, в

першу чергу, у соціально-трудої сфері. В той же час управлінська практика стверджує, що саме персонал є причиною 80% ризиків прямих та опосередкованих втрат, наприклад, внаслідок неефективної побудови бізнес-процесів, процедур прийняття та реалізації управлінських рішень, не прогнозованих дій працівників у складних ситуаціях, реагування організації як системи на виклики зовнішнього середовища. Отже, нині для вітчизняних підприємств дуже важливо забезпечити об'єктивне, адекватне уявлення про сукупність кадрових ризиків, що впливають на їх діяльність, та ефективно проводити роботи щодо попередження реалізації кадрових загроз.

Узагальнення поглядів вчених [1-2] щодо сутнісно-змістовної характеристики поняття «кадрові ризики» дозволяє трактувати останні, як ймовірність настання негативних чи позитивних результатів внаслідок дій чи бездіяльності персоналу, прийнятих управлінських рішень в процесі управління персоналом, які можуть призвести до матеріальних та нематеріальних збитків.

У практиці управління підприємствами існують дві основних точки зору на кадрові ризики - це: 1) ризики, що формуються в процесі управління персоналом; 2) ризики, які можуть бути реалізовані по відношенню до самого персоналу. Зазначене вказує на диференціацію кадрових ризиків на ризики персоналу й ризики системи управління персоналом. Ризики системи управління персоналом є наслідком недостатньо ефективної роботи з людськими ресурсами. Ризики персоналу виникають внаслідок проявів професійних, ділових і особистісних якостей персоналу підприємства й містять у собі такі види, як психофізіологічні, особистісні, комунікативні, моральні, освітні, професійно-кваліфікаційні ризики й ризики неблагонадійності.

Варто констатувати, що в умовах кризи виникає сукупність різних кадрових ризиків, що формує портфель кадрового ризику підприємства. Останній можна характеризувати як оперативний, а значимість та тривалість оперативних ризиків обумовлює виникнення стратегічних ризиків – ризиків дефіциту ресурсів, ризику втрати людського капіталу підприємства, у тому числі погіршення якості трудового життя. Передумовою вживання терміну «портфель кадрового ризику» є те, що сукупність кадрових ризиків дає певний синергетичний ефект, який може проявлятися як через посилення загроз, так і через їх зниження [2].

За умов загострення кризових явищ відбувається збільшення кількості кадрових ризиків і ймовірності їх реалізації, а отже зростає потреба у побудові ефективної системи управління кадровими ризиками.

Під управлінням кадровими ризиками слід розуміти діяльність, спрямовану на розробку стратегічних і тактичних заходів аналізу ризику, вироблення та прийняття відповідних заходів для оптимізації управління персоналом в умовах ризику на всіх етапах роботи з людськими ресурсами. Варто вказати, що система управління кадровими ризиками базується на тому, що ризики, які виникають в результаті трудової діяльності або бездіяльності персоналу підприємства, виявляються шляхом зміни капіталу підприємства (або його компонентів, пов'язаних з діяльністю співробітників), серед яких і людський, у тому числі інтелектуальний капітал.

Процес управління ризиками включає: планування; діагностику, оцінювання і ранжування ризиків, вибір заходів і аналіз їх ефективності, моніторинг діяльності на всіх етапах. У процесі управління кадровими ризиками потрібно орієнтуватися на наступні принципи: масштабності, мінімізації, адекватності реакції, розумного прийняття ризику.

Методика управління кадровими ризиками насамперед передбачає ідентифікацію ризику, визначення його складових. В основу методології оцінювання покладені як окремі елементи ризикології (кількісні та якісні способи оцінки ступеня ризику, статистичні методи, методи аналогії та комбінування), так і специфічні елементи оцінки на основі кадрового аналізу, що вживаються в управлінні персоналом ("атестація 360", "Центр оцінки", "МВО", "ВАК8" тощо).

На етапі прийняття рішень щодо заходів управління кадровими ризиками необхідно розробити систему критеріїв обґрунтування способів управління ризиками, а також сформувати портфель альтернатив із сучасних методів, які класифікують за напрямками: ухилення (уникнення) від ризику; утримання та збереження; зниження ризику; передача ризику; трансферт та компенсація.

Отже, зважаючи на кризовий стан українських підприємств і центральне місце персоналу у забезпечення їх результативної діяльності, нині набувають актуальності питання розроблення ефективної системи управління кадровими ризиками, що сприятиме оптимізації бізнес-процесів, підвищенню продуктивності праці та якості трудового життя, формуванню умов для виходу із кризи.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Горбачова І.В. Управління кадровими ризиками в умовах ринку. *Україна: аспекти праці*. Київ, 2014. № 8. С. 37–42.
2. Калініченко Л. Л. Управління кадровим ризиком на основі застосування когнітивного моделювання. *Ефективна економіка*. 2012. № 7. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_7_30 (дата звернення: 17.11.2022).

УДК 351.746:007(100)+(477)

НЕЧИПОРЕНКО Юлія

*здобувач вищої освіти 3-го курсу освітнього ступеня «бакалавр»
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

Науковий керівник: - **КУШНІРУК Віктор.**,
канд. екон. наук., доцент

*Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЗАГАЛОМ ТА В УКРАЇНІ

Сучасне суспільство є основним генератором інформаційного середовища та повноцінним його споживачем. Виходячи з цього факту, можна з упевненістю сказати, що в міру розвитку цього явища, існують внутрішні безперервні зв'язки та залежності між користувачами глобального чи індивідуального інформаційного простору. З того часу коли невеликі групи людей почали формувати племена, поселення, міста, імперії, і закінчуючи сьогодні, з плином часу, серед таких людей, або, якщо говорити про останній період розвитку суспільства, то в людино-машинних інфраструктурах почали з'являтися накопичення інформації, які з тих чи інших причин не розголошувалися або не могли бути розголошені – простіше іншими словами, всередині системи обміну інформацією з'явилися секрети.

До 19 століття все шифрування було «вручну», тобто виконувалося повністю вручну людиною. З появою складних обчислювальних механізмів і обертових машин, частина цього завдання лягла на механізми. Але коли в життя людства було вторгнуто потужні ЕОМ - комп'ютери, роль людини в цьому процесі була зведена до мінімуму і полягала в розробці таких алгоритмів шифрування нового покоління, які дали б здатність таким чином перетворювати інформацію, використовуючи силу комп'ютерну техніку, щоб ворог жодним чином не зміг її розсекретити. Складність методів і алгоритмів шифрування зростає прямо

пропорційно швидкому розвитку самих комп'ютерів. На сьогоднішній день розроблено багато алгоритми шифрування, які достатньо здатні зберігати цілісність і конфіденційність інформації, враховуючи сучасні можливості комп'ютера та комп'ютерної техніки. Найпопулярніші на сьогодні алгоритми інформаційного середовища - симетричні алгоритми - DES, 3DES, AES, - і асиметричні алгоритми, такі як, наприклад, набір шифрів RSA зі змінною довжина ключа.

З метою протидії масштабним негативним інформаційно-психологічним впливам пріоритетними напрямками національної інформаційної політики мають стати: 1) концептуальне переосмислення інформаційних завдань, які стоять перед українською владою та суспільством загалом; 2) захист українського інформаційного простору від пропагандистської аудіовізуальної та друкованої продукції країни-агресора – Російської Федерації; 3) потужна фінансова, інформаційна та інституційна підтримка розвитку українського кінематографу, телевізійного контенту, радіопростору та друкарство; 4) побудова своєї ефективної національної моделі інформаційного простору та забезпечення розвитку інформаційного суспільства; 5) модернізація системи інформаційної безпеки держави та формування та реалізація ефективної інформаційної політики; 6) удосконалення законодавства у сфері інформаційної безпеки, погодження національного законодавства з міжнародними стандартами та дієве правове регулювання інформаційних процесів; 7) розвиток національної інформаційної інфраструктури; 8) стимулювання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної інформаційної продукції та інформаційних послуг; 9) забезпечення потужної інформаційно-комунікативної присутності у міжнародному інформаційному просторі .

Особливо складною сьогодні є проблема передчасного створення коштів, необхідних для інформаційного протистояння, або, якщо користуватися американською термінологією, – «інформаційної війни».

Комісія з питань національної безпеки визначила такі потенційні загрози в інформаційній сфері: відсутність у міжнародної спільноти об'єктивного уявлення про Україну; інформаційна експансія з боку інших країн; відтік інформації, що містить державну таємницю, а також конфіденційної інформації, яка є власністю держави; повільне входження України у світовий інформаційний ринок; незбалансованість державної політики та відсутність необхідної інфраструктури в інформаційній сфері.

Необхідність у комплексному та ефективному підході до процесу забезпечення безпеки національного інформаційного простору постійно зростає. Актуальним на сьогодні залишається визначення чітких завдань та відповідальних суб'єктів за інформаційну безпеку. Визначаючи цілі, принципи, правові складові, доктрина має стати основою розробки проектів, концепцій, стратегій, цільових програм та планів дій щодо забезпечення інформаційної безпеки України; базою для вдосконалення норм та юридичних осіб механізмів системи захисту інформації у державі.

Діяльність органів державної влади має спрямовуватись на виконання конкретних завдань у цій сфері та об'єднуватись єдиною метою – надання належних умов забезпечення інформаційної безпеки України. Узгоджена діяльність із забезпечення інформаційної безпеки на основі єдиних правових норм сприятиме ефективному інформаційному протистоянню погроз; попередження, реагування та розслідування будь-яких посягань на інформаційну безпеку України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Кузавков В. В., Хусаїнов П. В. Прогнозування технічного стану однотипних програмно-апаратних засобів. Інформатика та математичні методи в моделюванні. 2018. № 1, С. 57-68.
2. Ільницька У. Інформаційна безпека України: сучасні виклики, загрози та механізми протидії негативним інформаційно-психологічним впливам. Humanitarian vision. 20167 Vol. 2, № 1.
3. Рудий Т. В., Сенік В. В., Рудий А. Т., Сенік С. В. Організаційно-правові, криміналістичні та технічні аспекти протидії кіберзлочинності в Україні. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія юридична / гол. ред. Р. І. Благути. Львів : ЛьвДУВС, 2018. Вип. 1. С. 283–301.
4. Закон України «Про національну безпеку України» від 21 червня 2018 //Електронний ресурс:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text> (дата звернення 08.03.21).

УДК: 658.5:[338.2:004]

ОГРЕНИЧ Юлія,

*доктор економічних наук, доцент,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

КОТУХОВ Дмитро,

*здобувач 1-го курсу освітнього ступеня «магістр»,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

РОБОТА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Цифровізація фундаментально змінює безліч аспектів людського життя. Причому така «цифрова трансформація» стосується не лише зміни формату певних даних для зручності роботи з ними чи посиленню впливу інформаційних технологій у нашому буденному житті – вона активно використовується у безлічі галузей економіки. Уже сьогодні ми можемо спостерігати активне використання багатьма компаніями можливостей мережі інтернет чи застосування новітніх комп'ютерних технологій у вирішенні актуальних проблем та завдань.

Перш за все, цифровізація стимулює появу нових підприємницьких інновацій, покращує мобільність та ефективність їх роботи, стимулює регіональне економічне зростання, впливає на ринок праці. Задля здійснення цифровізації необхідно змінити пріоритети у освіті, причому не тільки в областях комунікаційних та інформаційних технологій, але й стимулювати розвиток промисловості, змінювати виробничі потужності, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності у різних компаніях та секторах економіки [1].

Звичайно, використання цифрових засобів ведення бізнесу формує ряд переваг, які можуть отримати підприємства в процесі цифровізації (рис. 1). Набуття даних переваг дозволить покращити роботу підприємств, підвищити ефективність функціонування та сформувати напрямки розвитку.

Поліпшення клієнтського досвіду є першим кроком у процесі адаптації цифровізації для підприємств. Цей принцип дозволяє організувати найбільш персоналізовану взаємодію для кожного окремо взятого споживача. Трансформація процесів, яка відбувається унаслідок цифровізації підприємства, оптимізує роботу співробітників та підвищує продуктивність кожного члена команди. Наприклад, автоматизація рутинних операцій виділяє більше часу для вирішення дійсно важливих і складних завдань [2].

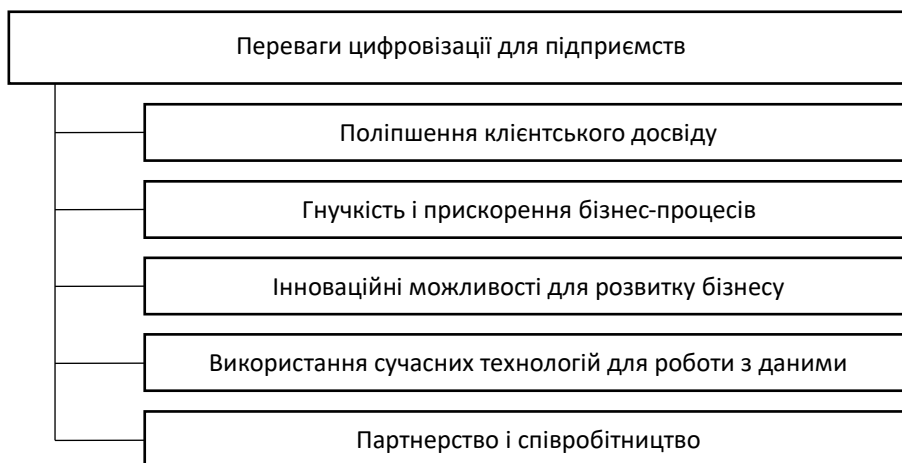


Рис. 1. Переваги цифровізації для підприємств
Джерело: складено на основі [2]

Гнучкість і прискорення бізнес-процесів має за мету швидку адаптацію підприємства до різких кон'юнктурних змін у веденні бізнесу. Крім того, швидке прийняття необхідних рішень повинно бути спрямовано на задоволення всіх поточних проблем клієнта [2].

Цифровізація підприємств також сприяє різноманітним способам інноваційного розвитку, що покращує роботу компанії і полегшує адаптацію інновацій до реалізації готових рішень в діяльності підприємства [2].

Опрацювання даних – важлива частина роботи цифровізованого підприємства. Наразі, дані – це найцінніший та найактуальніший ресурс у світі, який не потребує місць у сховищах, не дивлячись на те, що людство генерує величезні масиви цифрових даних щохвилини, але має неабияку користь для компаній, які ведуть власний бізнес. Наразі, світ знаходиться в стані цифрової трансформації, яка супроводжується розвитком технологій, таких як великі дані або штучний інтелект [2].

Партнерство і співробітництво теж відіграють важливу роль, адже цифровізація створює нові можливості та виводить взаємодію з іншими компаніями на новий рівень. Географічна розрізненість більше не буде проблемою, оскільки провідні компанії впроваджують стратегії цифрової трансформації і хочуть співпрацювати з тими, хто відповідає їхньому рівню розвитку і поділяє їхні цінності [2].

Цифрова трансформація у перспективі допоможе будь-якому підприємству швидко та ефективно вибитись у лідери галузі, звісно ж за умови достатньої раціональності та ефективності у використанні власних ресурсів. Саме цифровізація допоможе підприємству ефективно та своєчасно відповідати на усі виклики сучасного мінливого економічного середовища.

Попри всі блага, які може надати підприємству цифровізація, необхідно розуміти, що це довгостроковий проект, який вимагає системного та серйозного підходу, а її впровадження не є справою одного дня і потребує певної підготовки та деяких нововведень. Ці прості пункти включають у себе створення прогресивної стратегії та перепрофілювання персоналу, являють собою рекомендації, які має задовольняти підприємство, яке бажає стати на шлях цифровізації своєї діяльності.

Вітчизняні компанії давно користуються можливостями, які надає цифровізація, якщо не в повній, то частково. Значна кількість підприємств в Україні користуються комп'ютерною технікою, створюють власні веб-сайти, проводять закупку через мережу інтернет. Окрім цього, безліч підприємств ведуть власні сторінки у соціальних мережах та користуються можливостями інтернет маркетингу. Ситуація з використанням підприємствами комп'ютеризованих та цифрових технологій зображена в табл. 1.

За даними табл. 1 можемо спостерігати, що ще в часи до пандемії підприємства поступово нарощували використання інформаційно-комунікаційних технологій. Таким чином, кількість підприємств, які використовували комп'ютери значно зростає в 2019 році в порівнянні з 2017 роком. Інші показники також зростають: кількість підприємств з доступом до мережі інтернет, тих які мали ІКТ-фахівців, свій власний вебсайт та ширококутний доступ до мережі. Окрім цього, вищеописані технології хмарних обчислень набувають все ширшого розповсюдження на підприємствах, а технологія «великих даних» активно використовувалася майже четвертю підприємств, які мали можливість за допомогою комп'ютерних технологій та цифровізації використовувати ці можливості. Тож, підприємства перейшли у «цифрову еру» і надалі їм потрібно лише нарощувати свій досвід та можливості оптимізації цих інновацій в умовах нашої економіки.

Поряд із перевагами щодо використання сучасних технологій цифровізації слід також виділити недоліки. Перш за все, це стосуються питання кібербезпеки – активне використання комп'ютерних технологій тягне за собою високу вірогідність кібератак з боку шахраїв. Тому будуючи розгалужену систему комп'ютерних інтерфейсів слід подбати про їх безпеку та провести превентивні заходи щодо уникнення майбутніх неприємностей. Збої у роботі комп'ютеризованих систем, витік персональних чи корпоративних даних також актуальні проблеми, які вирішуються схожим шляхом. Отже, недоліки потрібно враховувати і завчасно на них реагувати; зловживання комп'ютерними технологіями

також не найкраща ідея: потрібно розробляти заходи щодо подолання означених проблем.

Таблиця 1

**Використання інформаційно-комунікаційних технологій
на підприємствах за 2017-2019 рр.**

Показники	2017	2018	2019	Відносне відхилення	
				2018/2017	2019/2018
Кількість підприємств, які використовували комп'ютери	40327	44133	44532	+9,44%	+0,90%
Кількість підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет	39582	43303	43785	+9,40%	+1,11%
Кількість підприємств, які мали фахівців у сфері ІКТ	10660	10973	10953	+2,94%	-0,18%
Кількість підприємств, які використовували широкопasmовий доступ до мережі Інтернет	28021	30539	30862	+8,99%	+1,06%
Кількість підприємств, що мали вебсайт	16240	17522	17856	+7,89%	+1,91%
Кількість підприємств, які купували послуги хмарних обчислень	4135	4831	5207	+16,83%	+7,78%
Кількість підприємств, що проводили аналіз "великих даних", за джерелами "великих даних"	10252	9188	9280	-10,38%	+1,00%

Джерело: складено на основі [3]

Раціональне та виважене використання підприємством переваг цифровізації може вдосконалити його роботу. Якщо використовувати всі її переваги, враховуючи недоліки, діяльність компанії швидко вийде на якісно новий рівень. Хмарні технології дадуть змогу швидко та ефективно створювати нові проекти, включаючи до роботи всі потрібні відділи одночасно в режимі онлайн, аналіз та використання «великих даних» допоможуть

знайти новітні та універсальні рішення для вирішення більшості можливих проблем, а використання нових інтернет-технологій буде відповідати за актуальність прийняття рішень.

Отже, цифровізація відкриває перед підприємствами нові можливості, що можуть допомогти підвищити конкурентоспроможність на ринку, покращити ефективність роботи. Крім того, використання цифрових технологій потребує навчання персоналу, який має ефективно виконувати свої функції, коли зіткнеться з незнайомими інтерфейсами та нововведеннями. Здійснення цифровізації на підприємствах дозволяє бути гнучкими і швидко коригувати бізнес-процеси залежно від обстановки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html> (дата звернення: 23.10.2022).
2. Як цифрова трансформація допоможе розвитку вашої організації? Creatio. URL: <https://www.terrasoft.ua/page/digital-transformation> (дата звернення: 23.10.2022).
3. Використання інформаційно-комунікативних технологій на підприємствах. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html (дата звернення: 23.10.2022).

UDC 657.6:008

PARFONOV Bohdan
Applicant for higher education
Mykolaiv National Agrarian University,
Mykolaiv, Ukraine
*Scientific supervisor –***BURKOVSKA Anna**
Mykolaiv National Agrarian University,
Mykolaiv, Ukraine

THE KEYPOINTS OF THE CYBERSECURITY MANAGEMENT IMPORTANCE

Cybersecurity management is about creating and implementing a unified data security strategy so that data remains safe no matter how the company's infrastructure evolves. The current global trends in the spread of cybercrime and the strengthening of cyberattacks testify to the growing importance of combating it for the further development of society, which in turn determines the assignment of certain groups of social relations in the cybersphere to the competence of legal

regulation. The current situation with cybercrime requires constant improvement of methods of combating cybercrime, development of information systems and methods aimed at ensuring the country's cyber security.

Modern organizations often have complicated IT infrastructures. The typical tech stack includes a mix of on-premises and cloud services, so staff members might log in from the office or home. This complexity can create new attack vectors for cybercriminals and raises new data security risks for organizations [1].

Develops a cybersecurity management strategy CISO or other senior information security executive they cover the following aspects: technology, business strategy, infrastructure, personnel, incident response.

CISO (Chief Information Security Officer) - the head of the IT security department, IT security director. Structurally, CISO can be subordinated to both CIO (Chief Information Officer) and CSO (Chief Security Officer). In a number of domestic corporations, the head of the IT security department reports directly to the CEO (Chief Executive Officer) [2].

The CISO is responsible for keeping their company one step ahead of malicious hackers. This means overseeing operations, assessing risk factors, and implementing policy changes on a day-to-day basis. You'll work with people from every business function to learn about the data needs in each department and ensure that the cybersecurity management strategy is right for your organization.

Overseeing the primary security architecture, including hardware and software, as well as assessing any new services for potential vulnerabilities. Working with other senior leaders to deliver a long-term strategy as the company grows while avoiding any increase in cyber risk. Guiding decisions on changes to the IT infrastructure, which involves a balance between flexibility and stability. Educating users about security best practices. People are often the weakest link in an organization, but with knowledgeable support, employees can do their part to prevent cybercrime.

Identifying and resolving issues as quickly as possible, assessing the extent of the breach, and mitigating damage. Cybersecurity is now the number one global business risk. When cybersecurity management fails, the entire business can fail. Therefore, companies need to hire a talented CISO to avoid the catastrophic aftermath of a cyberattack.

Businesses are concerned about cybersecurity management for several reasons: people trust businesses with sensitive personal data. If cybercriminals steal that data, it destroys that sense of trust. One

study of an e-commerce brand affected by a data breach found that one-third of consumers affected would not shop there again [6]; cybersecurity management is a life-or-death matter for most businesses [5]; organized criminal gangs target large organizations so they can steal valuable data or demand a ransom [4]; businesses sometimes don't realize they have experienced an attack until months later [3]; the average data breach cost in 2022 was \$4.35 million. This is an all-time high, up 12.7% since 2020 [3].

Almost 44% of business leaders said cybersecurity incidents—more than those who said pandemic (22%) or a recession (11%) [2]. Thus, the issue of cyberspace security and the fight against cybercrime is relevant both at the international level and at the level of an individual country, and therefore requires further consideration.

REFERENCES:

1. «How Does Cybersecurity Management Work?», EC-Council, 2022. URL: <https://www.eccouncil.org/cybersecurity-exchange/career-and-leadership/what-is-cybersecurity-management/>.
2. Allianz Global Corporate & Specialty, 2022. URL: <https://www.agcs.allianz.com/>.
3. IBM Security. Cost of a data breach report, 2022. URL: <https://www.ibm.com/reports/data-breach>.
4. Turton, W. and Mehrotra, K. 2021. Hackers breached colonial pipeline using compromised password. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-06-04/hackers-breached-colonial-pipeline-using-compromised-password>.
5. Whittaker, Z. 2022. Health startup myNurse to shut down after data breach exposed health. URL: <https://techcrunch.com/2022/05/02/mynurse-data-breach-shut-down/>.
6. Strzelecki, A.; Rizun, M. Consumers' Change in Trust and Security after a Personal Data Breach in Online Shopping. Sustainability 2022, 14, 5866. <https://doi.org/10.3390/su14105866>.

Електронне видання

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ, ФІНАНСІВ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА СУСПІЛЬСТВА: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (30 листопада 2022 року)

Видавець:

Приватний заклад вищої освіти
«Міжнародний європейський університет».
03187, м. Київ, проспект Академіка Глушкова, 42.
Рекомендовано до видання вченою радою Міжнародного
європейського університету
(протокол № 9 від 24 листопада 2022 року)