

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВСЕУКРАЇНСЬКА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
«УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ ЕКОНОМІСТІВ-МІЖНАРОДНИКІВ»
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ
В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ
БАЛТІЙСЬКА МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ, м. РИГА, ЛАТВІЯ
УНІВЕРСИТЕТ HUMANITAS, ПОЛЬЩА
ЧЕНСТОХОВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ПОЛЬЩА**

X МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**СТРАТЕГІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ:
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИМІРИ**

23 березня 2023 року

**Черкаси
ЧДТУ
2023**

Стратегії глобальної конкурентоспроможності: соціально-економічні виміри : матеріали X міжнар. науково-практич. конфер. (23 берез. 2023 р.) [Електронний ресурс] / упоряд. : Л. О. Петкова, Д. М. Паламарчук ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : Черкаський державний технологічний університет, 2023. – 243 с.

В збірнику представлено матеріали X міжнародної науково-практичної конференції «Стратегії глобальної конкурентоспроможності: соціально-економічні виміри», яка була організована кафедрою міжнародної економіки та бізнесу ЧДТУ за участі ВГО «Українська асоціація економістів-міжнародників» і Інформаційного центру Європейського Союзу в Черкаській області. Визначено сучасні тренди розвитку світового господарства, вплив російсько-української війни на глобальні економічні та політичні процеси, досліджені інституційні, технологічні, інноваційні та фінансові аспекти забезпечення економічного зростання, окреслені напрями відновлення економіки України, шляхи забезпечення міжнародної конкурентоспроможності на рівнях країни, регіону та підприємства.

Редакційна рада:

- Григор О. О. д-р політ. наук, в. о. ректора Черкаського державного технологічного університету (*голова ради*)
- Фауре Е. В. д-р техн. наук, професор, проректор з науково-дослідної роботи і міжнародних зв'язків ЧДТУ (*заступник голови ради*)

Члени редакційної ради:

- Петкова Л. О. д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки та бізнесу ЧДТУ
- Гавриленко В. О. д-р екон. наук, доцент, завідувач кафедри обліку, аналізу і оподаткування ЧДТУ
- Гончаренко І. Г. д-р н.держ.упр., професор, завідувач кафедри фінансів ЧДТУ
- Захарова О. В. д-р екон. наук, професор, професор кафедри економіки та управління ЧДТУ
- Коломицева О. В. д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу ЧДТУ
- Smolarek Malgorzata Dr. PhD, заступник декана факультету прикладних наук, Суспільна Академія Наук, Краків
- Манн Р. В. д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки та управління ЧДТУ
- Паламарчук Д. М. канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та бізнесу ЧДТУ
- Пасенко В. В. канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та бізнесу ЧДТУ

*Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Босовська Мирослава

д.е.н., професор

Полтавська Оксана

к.е.н., доцент

Державний торговельно-економічний університет

Київ, Україна

Домище-Медяник Алла

к.е.н., доцент

Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Ужгород, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТІВ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Під впливом глобальних процесів розвитку світової економіки її важливий структурний сектор – туризм та подорожі зазнає глибоких перманентних трансформаційних перетворень, а саме [1, 2, 3]:

– зростає швидкість змін зовнішнього середовища, які супроводжуються турбулентністю, кризовими явищами та глобальними соціально-економічними викликами (військовими, безпековими, енергетичними, фінансовими тощо);

– поглиблюється планетарний характер виробництва та реалізації туристичного продукту: взаємозв'язки між суб'єктами туристичної діяльності набувають глобального характеру, посилюється інтернаціоналізація бізнесу; зростає обсяг міжнародного туристичного потоку в структурі туристського попиту; поглиблюється міжнародний розподіл праці у туристичному секторі; більш широко використовуються глобальні цифрові технології;

– акумулюється зовнішній простір функціонування суб'єктів туристичної діяльності: ресурси, фактори, продукти, умови, ефекти для досягнення синергетичних результатів та реалізації потенційних можливостей;

– посилюється конкуренція на ринку туристичних послуг, яка обумовлюється стійким зростанням кількості учасників туристичного ринку (виробників туристичного продукту), перевищенням туристичної пропозиції над попитом, зниженням платоспроможності споживачів через кризові процеси;

– виявляється вплив регіональної диференціації через руйнування туристичної інфраструктури (військові дії), секторальну трансформацію туристичного попиту (санкції проти РФ, економічне блокування бізнесу та туристів РФ), посилення нерівномірності розвитку дестинацій та регіонів, залежність географічних ринків від структурно-галузевих та економічних параметрів розвитку регіонів;

– відбувається активізація політичних, економічних, соціально-культурних зрушень під впливом війни в Україні (трансформація суспільних

цінностей, потреб, мотивів; зростання трудової мобільності; соціальної відповідальності);

- зростає глобальний якісний потенціал людських ресурсів (впровадження системи безперервного навчання, професійних стандартів; підвищення витрат на науково-дослідну роботу, інновації, освіту);

- скорочуються життєві цикли послуг, продуктів, підприємств (при насиченні ринку конкурентні переваги визначаються як результат швидкої реакції на зміни споживчих переваг);

- відбувається зростання вартості та дефіцит рекреаційних та природних ресурсів (віддзеркалення обмеженості та невідтворення природного потенціалу);

- посилюється вимогливість споживачів (зростання та індивідуалізація потреб; швидка зміна споживчих переваг, посилення механізмів захисту інтересів споживачів);

- спостерігається чітка тенденція переходу підприємств від жорстких форм інтеграції (поглинання, злиття) до більш гнучких форм організації управління (партнерських).

Зазначені тренди, що актуалізують необхідність розвитку стратегічного партнерства в туризмі.

Стратегічне партнерство має значну форматів співпраці суб'єктів туристичного сектору, які фокусують увагу на різних проявах інтеграційних процесів, зокрема: можна виділити 6 векторів стратегічних відносин у туризмі (рис. 1) [1, 2]:

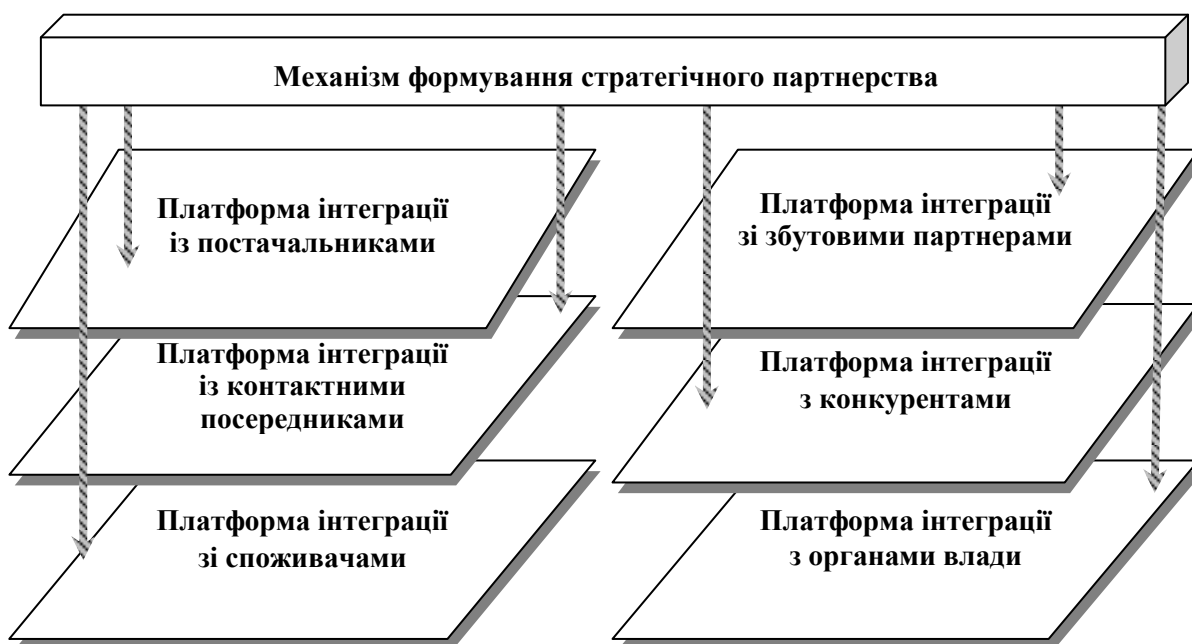


Рис. 1. Інтеграційні платформи формування стратегічного партнерства в туристичному секторі

- із постачальниками – обумовлюються вертикальними зв'язками (вниз) між учасниками, що знаходяться на різних рівнях технологічного ланцюга виробничо-обслуговуючого процесу та етапах логістичного процесу створення додаткової вартості. Такий зв'язок має забезпечити зниження витрат, більш

ефективне управління ресурсним потенціалом, створення унікального конкурентоспроможного туристичного продукту;

– із агентськими та збутовими організаціями (збутовими партнерами) – характеризуються вертикальними (вверх) зв'язками із учасниками логістичного процесу щодо реалізації туристичного продукту та сприяє формуванню ефективної збутової системи, розширенню каналів збуту, вдосконаленню якості тощо;

– із контактними посередниками – обумовлюються горизонтальними зв'язками із суб'єктами господарювання, що не пов'язані технологічним процесом та мають різнопрофільну діяльність (фінансові, кредитні установи, консалтингові організації, рекламні агенції тощо). Метою співпраці є підвищення економічних вигід, зростання сили взаємин, створення та розподіл доданої цінності, зниження ризиків господарської діяльності;

– із конкурентами – характеризується горизонтальними зв'язками між ідентичними або спорідненими суб'єктами за видом економічної діяльності, профілем, територіальною спорідненістю. Зазначений тип відносин передбачає перерозподіл ринкової влади (ринкове домінування), послаблення конкуренції на ринку, сприяє зниженню витрат шляхом спільного виконання певних функцій (спільні інформаційні системи, єдині програми навчання персоналу), узгодження функціональних напрямів діяльності (цінові та маркетингові програми, тощо);

– зі споживачами (клієнтськими організаціями) – специфічний тип взаємин з кінцевими споживачами туристичного продукту, що відбувається на основі диференціації у кожному сегменті, удосконаленні продукту і розширення асортименту послуг; зростання обсягу продажів; підвищення лояльності споживачів. Партнерство зі споживачем сприятиме максимізації задоволення потреб, зростанню споживчої вартості послуг, поліпшенню якості послуг, оптимізації цін та забезпеченню ринкових переваг;

– із державою та місцевими органами влади – обумовлюється зв'язками підприємницьких структур з публічним сектором в умовах формування та реалізації програм публічно-приватного партнерства.

Висновки. Туризм відновить та збереже характерні для нього протягом ХХ–ХХІ ст. високі темпи зростання за умов подальшої глобалізації світової економіки, міжнародної та урядової координації розвитку глобального туристичного сектору та національних туристичних систем, забезпечення цифровізації процесів, сприяння розвитку та реалізації програм публічно-приватного партнерства та розвитку форматів стратегічного співробітництва суб'єктів туристичного сектору.

Список використаних джерел

1. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
2. Босовська М. В. Методологія формування та розвитку стратегічного партнерства в туризмі. *Наук. вісн. Чернігів. держ. Ін-ту економіки і упр. Серія І. Економіка*: зб. наук. пр. № 4 (24). 2014. С. 16–123.
3. Як війна в Україні вплинула на туризм. Аналітичні матеріали ДАРТ України. Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/>

Іванов Юрій
д.е.н., професор
Іванова Ольга
д.е.н., доцент
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України
Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УЗГОДЖЕНОЇ АНТИКРИЗОВОЇ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЄС В ЕНЕРГЕТИЧНІЙ СФЕРІ

Одним з найбільш серйозних проявів агресії російської федерації проти України в 2022 році стала енергетична криза, одним з основних наслідків якої стало різке зростання цін на енергоносії в Європі і в світі, що спричинило значні інфляційні ефекти, а також кардинальна зміна логістичних ланцюгів, яка обумовила структурні зрушення в споживанні енергоресурсів та поглиблення інтересу до альтернативних енергоресурсів та відновлюваних джерел енергії.

Безпосередній зв'язок сучасної енергетичної кризи з кризою воєнною зафіксований і в Тимчасовій антикризовій програмі державної допомоги для підтримки економіки ЄС в контексті російського вторгнення в Україну [1], якою передбачені скоординовані дії європейських країн в сфері протидії наслідкам енергетичної кризи.

В заяві Єврогрупи від 11.07.2022 щодо основних напрямів бюджетної політики на 2023 рік [2] міститься висновок про те, що підтримка загального попиту виключно за допомогою фіскальної політики не є виправданою, тому при підготовці національних бюджетів країн Єврозони необхідним є фокусування на захисті найбільш вразливих споживачів енергоресурсів. При цьому необхідно забезпечити динамічність коригування загального зменшення податків на споживання енергоресурсів та акцизів. Тобто, Єврогрупа пропонує при збереженні традиційних податкових інструментів в сфері непрямого оподаткування, більшу увагу приділяти інструментарію фіскальної підтримки споживачів енергії (як фізичних, так і юридичних осіб), які несуть критичні збитки від зростання цін на енергоресурси, що потребує пошуку альтернативних джерел фінансування таких податкових та бюджетних витрат.

Заслуговує на увагу також інший висновок Єврогрупи щодо обмежених можливостей компенсаційних фіскальних заходів для стабільного усунення негативного впливу високих цін на енергоносії на доходи споживачів. Тому податкова політика не має розглядатися як єдиний дієвий засіб мінімізації негативних наслідків енергетичної кризи та має супроводжуватися інвестиціями в енергоефективність й розвиток екологічно стійких місцевих джерел енергії. До пріоритетів також віднесено: здійснення структурних реформ та інвестиції в перехід до «зелених» та «цифрових» технологій, диверсифікація поставок енергії, підвищення енергонезалежності.

У вересні 2022 р. [3] Єврокомісія конкретизувала запропонований інструментарій узгодженої податкової політики, причому найбільш важливим

інструментом визначений тимчасовий внесок солідарності, який отримав назву податку на непередбачувані прибутки (windfall profits tax – WPT) або податку на надприбутки енергетичних компаній, отриманих внаслідок зростання цін на енергоносії.

Цей платіж має декілька специфічних особливостей, що відрізняє його від інших податків і зборів, які традиційно включаються в національні податкові системи:

1) метою його введення є перерозподіл надмірних доходів - для забезпечення того, щоб компанії, які отримали надприбуток в результаті непередбачених обставин, вносили пропорційний внесок у подолання енергетичної кризи на внутрішньому ринку. В цьому плані застосування внеску солідарності спрямовано на забезпечення соціальної справедливості;

2) WPT має обмежений період застосування – його введення передбачається на період до стабілізації цін на енергоносії (починаючи з періодів після 1 січня 2022 р., хоча більшість країн ЄС ввела його з 2023 р., і в основному на період до 2024 р. з можливістю пролонгації). Після зменшення цін та стабілізації ситуації він підлягає скасуванню, а черговий перегляд принципів його справляння передбачений 15 жовтня 2023 р.;

3) внесок солідарності носить імперативний характер, тобто є обов'язковим до сплати визначеними групами платників за наявності об'єктів оподаткування, що наближує його до класичного розуміння податку;

4) цей платіж слід розглядати як загальнодержавний податок, тому що встановлюється він на державному рівні та поступає в державний бюджет для подальшого розподілу.

Незважаючи на рекомендовані загальні принципи справляння WPT, в окремих країнах є своя досить серйозна специфіка щодо окремих елементів податку, яка певною мірою обумовлена структурою та особливостями національної економіки, але одночасно спричиняє непропорційний розподіл податкового навантаження в окремих країнах.

Так, сферою застосування WPT визначені компанії нафтогазового, вугільного та нафтопереробного секторів, але в Іспанії, Чехії та Литві в сферу оподаткування входять також банки та небанківські кредитні організації. Для окремих країн існує певна специфіка і щодо визначення платників в межах встановлених видів діяльності. Так, в Нідерландах сфера застосування такого податку – компанії секторів сирової нафти, природного газу, вугілля і нафтопереробки, які отримують не менш 75% надходжень від цієї діяльності. Цей кількісний критерій не є уніфікованим, що також підвищує невизначеність встановлених умов.

Загальними правилами оподаткування в якості податкової бази WPT визначена сума «надприбутку» платників, яка розраховується як перевищення фактичної суми отриманого прибутку над «порогом» оподаткування (20% збільшення середнього оподатковуваного прибутку, отриманого за три фінансові роки). Держави, які оподатковують лише розподілений корпоративний прибуток, повинні застосовувати тимчасовий внесок

солідарності до розрахованого прибутку незалежно від його розподілу. Базова ставка WPT передбачена на рівні, не менше 33% від суми «надприбутку». На практиці також існують відмінності між різними країнами щодо рівня податкової ставки.

При цьому проблемою може бути як різний підхід країн до правил визначення фінансового року, так і різний рівень базової ставки корпоративного прибуткового податку. Це призводить до додаткових національних розбіжностей в надходженнях WPT.

Нерівність підходу може бути також наслідком різних механізмів взаємодії внеску солідарності з іншими національними податками. В першу чергу це пов'язане з можливістю віднесення WIT до витрат, наслідком чого може бути зменшення податкової бази та сум надходжень корпоративного прибуткового податку, що зменшуватиме ефективну ставку внеску солідарності.

В заяві Єврогрупи про фінансові орієнтири на 2024 рік від 13 березня 2023 р. [4] підтверджено необхідність продовження захисту найбільш вразливих домогосподарств та життєздатних фірм, зберігаючи стимули до обмеження споживання енергії та підвищення енергоефективності. В цьому контексті зостається актуальним збереження внеску солідарності на найближчий проміжок часу.

Для України, з урахуванням її євроінтеграційних перспектив, важливим та доцільним для практичної імплементації є модельне застосування WIT та визначення перспективної сфери його застосування та доцільних параметрів елементів цього податку.

Висновок. Введений в країнах ЄС внесок солідарності може бути класифікований як специфічний тимчасовий фіскальний інструмент загальнодержавного рівня, основною метою якого є забезпечення доступності енергоресурсів та реалізації принципу справедливості оподаткування за рахунок перерозподілу неочікуваних прибутків, спричинених викривленнями на енергетичних ринках. Запропонований інструмент може бути застосований в українському оподаткуванні в період повоєнного відновлення з урахуванням специфічних особливостей національної економіки.

Список використаної літератури

1. Temporary Crisis Framework for State Aid measures to support the economy following the aggression against Ukraine by Russia (2022/C 131 I/01). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.CI.2022.131.01.0001.01.ENG>.
2. Eurogroup statement on fiscal policy orientations for 2023. URL. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/07/11/eurogroup-statement-on-fiscal-policy-orientations-for-2023/>
3. Proposal for a council regulation on an emergency intervention to address high energy prices. URL. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2022%3A473%3AFIN&pk_campaign=preparatory&pk_source=EURLEX&pk_medium=TW&pk_keyword=Energy&pk_content=Proposal.
4. Eurogroup statement on the fiscal guidance for 2024. URL. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2023/03/13/eurogroup-statement-on-the-fiscal-guidance-for-2024/>

Іванова Марина

д.е.н., професор

Швець Василь

д.е.н., професор

Щербина Єгор

магістр факультету менеджменту

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Дніпро, Україна

ВРАХУВАННЯ ТРІАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРИ ОЦІНЮВАННІ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ

Високий рівень конкурентоспроможності забезпечує сталий розвиток регіону та гарантує активізацію інвестиційної діяльності у майбутньому. Саме тому оцінювання конкурентоспроможності регіонів є актуальною задачею, яка потребує прийняття та розробку сучасних методик, які будуть враховувати значну кількість показників та цілі сталого розвитку.

У науковій літературі і практиці зустрічається достатньо різні методи оцінки конкурентоспроможності регіонів. У таблиці 1 наведена систематизована класифікація методик оцінки конкурентоспроможності, які поділяються на два великі блоки: методики, що оцінюють загальну конкурентоспроможність країни або регіону та методики, що оцінюють часткову конкурентоспроможність країни або регіону.

Таблиця 1

Класифікація методик оцінки конкурентоспроможності регіону

Укрупнене групування методик	Детальні методики оцінки конкурентоспроможності	
	Умови застосування	Індекс конкурентоспроможності
Оцінка загальної конкурентоспроможності країни або регіону		
1. Оцінка конкурентоспроможності міжнародного рівня	Показники конкурентоспроможності Всесвітнього банку	- Індеси росту підприємництва й світової конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму; - Всесвітній індекс конкурентоспроможності IMD
2. Оцінка конкурентоспроможності на рівні країни або регіону	Показники конкурентоспроможності Великобританії	- Європейський індекс конкурентоспроможності; - Індекс конкурентоспроможності Великобританії
Оцінка часткової конкурентоспроможності країни або регіону		
3. Оцінка конкурентоспроможності секторів економіки	Модель «національного діаманта» М. Портеру	- Всесвітній індекс досяжності капіталу Інституту Milken; - Показник європейської конвергенції банку Дека; - Науковий, технологічний і промисловий рейтинг ЕРВО
4. Оцінка за показниками конкурентоспроможності	Показники, що характеризують цінову й нецінову конкуренцію	- Індекс привабливості регіонів Price Water House Coopers; - Індекс розвитку економіки, обґрунтованої знаннями;
5. Оцінка впливу економічної політики на конкурентоспроможність	Дослідження економічних свобод країн Freedom House	- Індекс економічної свободи «Heritage Foundation»; - Індекс всесвітньої економічної свободи Інституту Fraser; - Прозорий міжнародний індекс сприйняття корупції

Джерело: складено авторами

Найбільш розповсюджені фактори й показники конкурентоспроможності регіону демонструє рисунок 1.



Рис. 1. Фактори й показники конкурентоспроможності регіону
Джерело: складено авторами

Висновок. Найпоширеніші методи оцінки конкурентоспроможності регіону (або країни), враховують різні економічні, політичні й соціальні фактори. Але вважаємо за потрібне додавання екологічних факторів, що врахує вимоги забезпечення сталого розвитку у майбутньому.

Кібальник Любов

д.е.н., професор

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Черкаси, Україна

Лещенко Марина

к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН СВІТУ

У 2020 р. світова економіка потрапила під значний вплив пандемії COVID-19, що стало новим глобальним викликом світовому порядку та стабільності. Пандемія коронавірусу негативно вплинула на соціально-економічний розвиток національних економік, та, як наслідок, на стабільність глобальної економічної системи, продемонструвавши її вразливість до нових загроз. Варто зауважити, що наслідки пандемії COVID-19 неминуче вплинули на траєкторію та показники розвитку більшості країн світу, та залишаються відчутними і до сьогодні. Крім того, перед світовою спільнотою постала важлива дилема – збереження життя та здоров'я населення чи забезпечення стабільності функціонування світової системи. Внаслідок пандемії зруйнувалися глобальні ланцюги поставок, постраждали багато галузей економіки, зокрема авіаперевезення, готельний, ресторанний бізнес та туризм, різко скоротилися доходи підприємств та населення.

Після початку пандемії світ опинився перед викликами нового типу кризи – «коронакризи», основна загроза якої полягала у швидкому розповсюдженні вірусу по світу. Крім того, наслідки пандемії COVID-19 вийшли за межі медико-біологічного сприйняття, та все більше проявляються у соціально-економічній сфері. В ході розгортання нової кризи глобальна економіка стала також залежною від захисних мір у соціальній та економічній сферах, прийнятих національними економіками, а ділова активність напряму залежала від жорсткості карантинних обмежень. В результаті, обмежувальні заходи, інструменти протекціоністської політики, спад ділової активності, структурні зміни порушили баланс економіки більшості країн світу, викликавши зміни у обсягах та співвідношеннях попиту та пропозиції на міжнародних ринках.

Важливим індикатором соціально-економічного розвитку країн світу є ВВП національних економік, показники якого відразу відреагували на загрози, з якими зіткнувся світ в результаті пандемії COVID-19. Коливання показників ВВП до 2020 р. в більшій мірі були викликані впливом зміни зовнішньоекономічної кон'юнктури, чинниками економічного характеру, заходами та інструментами фінансової політики різних країн та світових інститутів. Проте, після початку пандемії світ зіштовхнувся з новим типом

загроз, внаслідок чого були зруйновані довгострокові економічні прогнози. Варто зауважити, що структурні дисбаланси та прояви економічної нестабільності у світовому господарстві в певній мірі проявилися за підсумками 2019 р. Зокрема, вже у 4 кварталі 2019 р. багато національних економік продемонстрували негативні показники економічного росту, зокрема темпи зростання ВВП у Японії були зафіксовані на рівні -2,0 %, у Мексиці – -0,6 %, у Південній Африці – -0,4 %, в Італії – на позначці -0,3 %; або ж наближались до нульових значень, як от Австрія – 0,01 %, Данія – 0,9 %, Німеччина – 0,4 %, Швеція – 0,6 %, тощо [1].

Пандемія COVID-19 негативно вплинула на темпи зростання національних економік, що супроводжувалось значним уповільненням темпів економічної активності. В результаті, відбулось падіння показників обсягів виробництва практично у всіх секторах економіки. Обсяг світового промислового виробництва у 2020 році склав 13 600,88 млрд. дол. США, що на 2,63% менше, ніж відповідні показники у 2019 році. Таке падіння було більш ніж у двічі більше, ніж зменшення обсягів промислового виробництва у 2019 р. в порівнянні з 2018 р. – 1,11% (13 968,82 млрд. дол. США у 2019 р. та 14 125,25 млрд. дол. США у 2018 р.). Відновлення обсягів промислового виробництва відбулось вже за підсумками 2021 р., коли показники досягли значення 16,350, 21 млрд. дол. США, що на 20,21% більше за показники 2020 р. [2]. Скорочення виробництва відбулось внаслідок переривання ланцюга поставок ресурсів та готової продукції, припинення роботи багатьох компаній та зупинки виробничого процесу внаслідок жорстких карантинних заходів. Найбільше постраждали галузі економіки, що передбачали взаємодію зі споживачами, такі як сфера побутових послуг, роздрібна торгівля, підприємства легкої промисловості.

Варто відзначити, що для економіки Китаю таких різких коливань промислового виробництва не було зафіксовано. Індeksi обсягів промислового виробництва для більшості галузей незначно скоротилися лише у 3 та 4 кварталах 2020 р., в порівнянні з 2 та 3 кварталом 2020 р., з подальшим відновленням показників. Тобто, Китай виявився практично єдиною країною у світі, що продемонструвала зростання обсягів промислового виробництва на тлі пандемії, хоча темпи зростання були найнижчими ніж попередні два роки. Швидке економічне відновлення після потрясіння внаслідок пандемії можна пояснити миттєвим реагуванням на загрози, введенням жорстких карантинних заходів та ефективному використанню засобів та інструментів протидії пандемії.

Відчутних наслідків пандемія COVID-19 завдала міжнародній торгівлі, що відобразилось у скороченні показників експорту товарів та послуг. Негативну динаміку продемонстрували також показники обсягів прямих іноземних інвестицій (ПІІ). Зменшення обсягів міжнародної торгівлі значною мірою було викликано введеними обмежувальними заходами на економічну діяльність з боку національних урядів. Вагомий негативний ефект мало призупинення

пропозиції з боку Китаю, в результаті чого інші країни також змушені були обмежити власний експорт, особливо у виробничому секторі.

З іншого боку негативна динаміка міжнародної торгівлі була викликана зменшенням попиту, як з боку підприємств малого та середнього бізнесу, які значно скоротили, а інколи і зовсім припинили приймати замовлення на нові товари, так і з боку кінцевих споживачів через зменшення їх доходів. Крім того, багато країн, що розвиваються зіштовхнулися з додатковими перешкодами у здійсненні експорту через зростання курсу долара США та, відповідно, девальвацію власної валюти, адже це веде до зростання витрат на торгівлю з закордонними контрагентами та третіми країнами.

Сектор міжнародної інвестиційної діяльності також зазнав негативного впливу пандемії, внаслідок чого багато інвестиційних проектів, запланованих на 2020–2021 рр. було відтерміновано або відмінено через прийняті обмежувальні заходи, невизначеність фінансових ринків та несприятливі очікування інвесторів. Падіння обсягів ПІІ відбулось у всіх групах країн, з більшим нахилом у бік розвинутих країнах, в яких падіння склало майже 58 % до позначки у 347 млрд. дол. США, внаслідок скорочення внутрішньокорпоративних фінансових потоків та корпоративної реструктуризації. Варто відзначити, що таке зниження було найбільшими, починаючи з 1996 р. У країнах, що розвиваються обсяги ПІІ скоротились лише на 8 %, більшою мірою завдяки стійкості потоків в Азіатському регіоні. За рахунок вивозу ПІІ з Гонконгу (Китай) та Таїланду, Азія стала єдиним регіоном, де було зафіксовано зростання обсягів потоків ПІІ, а Китай став найбільшим інвестором у світі за підсумками 2020 р. з обсягом ПІІ 133 млрд. дол. США проти 137 млрд. дол. США у 2019 р. [3].

Висновок. Наслідки пандемії COVID-19 негативно вплинули на показники ефективності економіки та соціальної сфери у країнах світу, що відобразилось у падінні обсягів ВВП, міжнародної торгівлі, інвестицій, банкрутстві підприємств, зростанні безробіття, тощо. Важливим висновком після кризи COVID-19 є те, що зміни відбуваються швидше, ніж прогнозується та очікується. Тому, ті країни, що швидше можуть адаптуватися до нових змін у глобальному просторі отримують вагомі конкурентні переваги. Політика, що направлена на підвищення гнучкості економічних систем, пришвидшення процесу прийняття рішень стає більш важливою, ніж раніше.

Список використаних джерел

1. OECD Data. URL: <https://data.oecd.org/gdp/quarterly-gdp.htm#indicator-chart>
2. World Manufacturing Output 1997–2023. Marcotredns. URL: <https://www.macrotrends.net/countries/WLD/world/manufacturing-output>
3. World Investment Report 2021. Investing in Sustainable Recovery. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2021_en.pdf

Петкова Леся
д.е.н., професор
Черкаський державний технологічний університет
Черкаси, Україна

МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ГЕОЕКОНОМІЧНОЇ ФРАГМЕНТАЦІЇ

Період 1970-х – початку 2000-х рр. увійшов в історію як час «гіперглобалізації», коли панівною моделлю світової економіки стала неоліберальна. В числі пріоритетів регулятивної політики національних та міжнародних інститутів цього часу – створення та дотримання універсальних правил безпечного ведення бізнесу, зокрема глобального. До класичних принципів неоліберальної моделі, що обумовили економічну та соціальну ефективність періоду гіперглобалізації, належать: ринкова система, як механізм найбільш ефективного використання ресурсів; інститут приватної власності; правова держава; мінімізація державного втручання в економіку. Результатом світового економічного розвитку цього періоду стали, за визначенням МВФ, скорочення глобальної бідності на 1,3 млрд. осіб. В контексті впливу на світову економіку та ринки провідною стала ідея, що економічні вигоди від глобалізації сприятимуть поширенню демократії, зокрема в таких країнах, як КНР, та унеможливлять міжнародні конфлікти (D.Rodrik, 2023).

Разом з тим, на початок XXI ст. нагромадилась критична кількість проблем, а світова економіка з часу глобальної фінансово-економічної кризи 2007–2009 рр. ввійшла у тривалий період турбулентності. На зміну економічному лібералізму прийшли заходи регулювання та контролю. Так, за даними Global Trade Alert (GTA), порталу глобальної статистики торговельних обмежень, за період 2009–2020 рр., кількість обмежувальних заходів в регулюванні експорту зросла в 2,5 рази, досягнувши 5343 заходи на кінець періоду. В той же час, кількість заходів лібералізації зросла вдвічі, склавши 914 станом на 2020 р. Найбільш поширеними інструментами рестрикційної торговельної політики стали субсидії (за винятком експортних) – 54,8 %; експортні субсидії – 18,3 %; тарифні обмеження – 9% [1].

В 2021–2022 рр., з огляду на значні негативні економічні наслідки пандемії коронавірусної хвороби (COVID-19), необхідності державної підтримки відновлення національних економік, зростаючих економічних санкцій на російський бізнес, що ускладнило діяльність багатьох західних компаній, відбулось суттєве послаблення регулювання міжнародної торгівлі (попередньо – 3227 обмежувальних заходи в 2022 р.).

На рівні міжнародних організацій визначаються ключові зміни глобальної економіки, що стримують глобальне економічне зростання: посилене регулювання у сфері торгівлі, технологічних стандартів і безпеки; зміни конфігурації ланцюгів постачання в напрямі від економічної до безпекової доцільності; підвищення бар'єрів для інвестицій як результат «торговельних

воєн»; зростання трансакційних витрат для людей та бізнесу у випадку впровадження паралельних, відокремлених від глобальної, платіжних систем. За оцінками МВФ, лише технологічна фрагментація може призвести до втрат 5 % ВВП для багатьох країн.

В експертному науковому середовищі поширені два основних підходи оцінки поточної ситуації та перспектив її подолання. Один з них (Douglas A. Irwin, 2020) – уявлення про рух світового господарства в напрямі деглобалізації. На користь такого бачення – руйнація глобальних ланцюгів поставок та посилення економічного націоналізму внаслідок почергових шоків світової кризи та пандемії; наслідки російсько-української війни у вигляді суттєвого та довгострокового скорочення економічних зв'язків РФ із західними ринками, загострення глобальних продовольчої та енергетичної проблем; посилення геополітичної конкуренції.

Згідно з другим підходом (Ka Zeng and Xiaojun Li, 2021; Mohamed A. El-Erian, 2023; Paola Subacchi, 2023), глобалізація має потужний потенціал до змін та адаптації. Оскільки рівень економічної взаємозалежності країн надто значний, майбутнє – за фрагментованою глобалізацією. Йдеться про зміну форм та проявів, а не змісту. На тлі нової глобальної багатополарності більш суттєвим стає вплив геополітики, а не геоekonomіки. Виклики порушення існуючого світоустрою супроводжуються використанням економічної взаємозалежності як зброї.

Формуються політичні союзи країн із спільним баченням необхідності та шляхів переформатування світового устрою. Так, активно просувають власні інтереси країни з недемократичними системами – КНР, Іран, РФ. Апелюючи до несправедливості існуючого світового порядку, нерівномірного представлення інтересів різних груп країн в міжнародних організаціях тощо, РФ та Іран використовують як засоби прямої військової агресії, так і ядерний шантаж в якості інструментів досягнення власних геополітичних цілей.

Політична позиція КНР залишається неоднозначною. Декларуючи на офіційному рівні прихильність до мирного способу вирішення будь-яких конфліктів, при голосуванні в Раді Безпеки чи Генеральній Асамблеї ООН щодо російсько-української війни країна блокує резолюції з однозначним осудом країни агресора чи утримується при голосуванні: Резолюції ГА ООН: A/RES/68/262 «Територіальна цілісність України» від 27.03.2014 р., A/ES-11/1 «Агресія проти України» від 02.03.2022., A/ES-11/2 від 28.03.2022 р. «Гуманітарні наслідки агресії проти України», A/ES-11/L.7 "Принципи Статуту Організації Об'єднаних Націй, які лежать в основі досягнень всеохоплюючого, справедливого і сталого миру в Україні" від 23.02.2023 р.– утрималась; в голосуванні за резолюції A/RES/71/205 «Стан з правами людини у Автономній Республіці Крим та місті Севастополь (Україна)» від 19.12.2016 р., A/ES-11/L.6 «Сприяння виправленню та відшкодуванню за агресію проти України» від 14.11.2022 р. КНР – «проти» [2]. Така зовнішньополітична позиція може свідчити про стратегію Китаю щодо переформатування світової безпекової архітектури на інших, ніж теперішні, принципах та власне глобальне лідерство.

Результати 2022 р., коли санкційний режим щодо російського бізнесу з боку провідних країн світу посилювався, відобразили деякі структурні зміни зовнішньої торгівлі КНР. Торговельні зв'язки з Росією стали тіснішими, взаємний товарообіг зріс із 162 млрд. дол. США в 2021 р. до 190 млрд. дол. США в 2022. При цьому 75 % російського експорту припало на сировинні товари Частка КНР в російській зовнішній торгівлі склала 22 %.

Незважаючи на зростаючу суперечливість міжнародних економічних та політичних процесів, відмова від інтеграційних результатів століття глобалізації малоймовірна. Взаємозалежність провідних держав світу у виробництві, торгівлі ресурсами та технологіям, споживанні – значна, що обумовлює їх вразливість. Так, торговельна війна між двома найбільшими економіками світу – США та КНР не привела до визначальної переорієнтації у взаємній торгівлі. У 2022 р. двостороння торгівля досягла історичного максимуму – 690,6 млрд. дол. США проти попереднього максимум – 658,8 млрд. дол. США у 2018 р. КНР був третім за величиною торговим партнером США після Канади та Мексики і залишався найбільшим імпортером США. Відповідно до статистики митної служби КНР, США – третій за величиною торговий партнер Китаю після АСЕАН і ЄС і його найбільшим торговим партнером в одній країні [4]. Частка країн Заходу в торгівлі з Китаєм – 44 %, прями іноземні інвестиції в КНР в 2022 р. стали рекордними – 1,23 трлн юанів.

Висновок. Глобальний світ переживає період кардинальних змін. Закінчилась епоха гіперглобалізації, що привела до зростання загального рівня життя населення світу, сприяла прискореному економічному розвитку багатьох країн. Одночасно загострились проблеми нерівномірності переваг глобалізації в розрізі як окремих держав, так і в межах національних економік. Посилюється політичне протистояння між демократіями та автократичними державами. Геополітика починає посилюватись за рахунок геоекономіки. Глобальний економічний порядок стає багатополярним та фрагментованим. Взаємозалежність і вразливість національних економік актуалізують питання економічної безпеки. Найбільш імовірним шляхом посилення власної стійкості є диверсифікація в межах ланцюгів поставок та орієнтація на союзників як в політичному, так і в економічному вимірах. Найближчі роки в глобальному світі стануть періодом пошуку балансу між економічною ефективністю та національною і міжнародною безпекою.

Список використаних джерел

1. Global Dynamics. URL: https://www.globaltradealert.org/global_dynamics/area_all/year-to_2021
2. Резолюції Генеральної Асамблеї ООН. URL: <https://www.un.org/en/ga/documents/>
3. Arendse Huld. US-China Trade in Goods Hits New Record in 2022 – What Does it Mean for Bilateral Ties? URL: <https://www.china-briefing.com/news/us-china-trade-in-goods-hits-new-record-in-2022-what-does-it-mean-for-bilateral-ties/>

Шлапак Алла

д.е.н., доцент

завідувач кафедри міжнародної економіки
Київський університет ім. Бориса Грінченка
Київ, Україна

СОТ КРИЗЬ ПРИЗМУ АСИМЕТРИЙ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

В рамках СОТ, окрім заборони субсидування інвестицій, пов'язаних з експортом або імпортозаміщенням, існують ще два джерела регулювання заходів, пов'язаних з інвестиціями: угода ТРІМС та специфічні зобов'язання стосовно комерційної присутності іноземних компаній, сформульовані у ГАТС [1]. Угода ТРІМС стосується усієї інвестиційної діяльності, проте обмеження щодо потенційно можливих заходів є особливо важливими у розрізі ПШ. Сюди включається заборона вимог до внутрішнього вмісту, за яких від інвестора вимагають або заохочують використовувати не імпортовану, а національну продукцію, а також вимоги, що збалансовують зовнішню торгівлю чи стан валютних курсів та пов'язують імпорт, здійснюваний інвестором, з його виручкою від експорту чи валютними надходженнями, забезпеченими інвестуванням. На противагу цьому, в межах СОТ немає норм, які б обмежували політику «розорення сусіда» країн-реципієнтів, що передбачають різноманітні заохочення іноземних інвесторів та часто набувають форми субсидування, впливаючи на інвестиційні та торговельні потоки такою ж мірою, як і вимоги до національного вмісту чи експортні субсидії, особливо з огляду на те, що постійно зростаюча частка світової торгівлі відбувається між компаніями, включеними до міжнародних виробничих мереж, що контролюються БНП, які, як відомо, часто провадять політику, що обмежує вільну торгівлю.

З теорії та емпіричних даних стає очевидно, що вигоди від прямих іноземних інвестицій (ПШ) в плані імпорту технологій та управлінських навичок не виникають спонтанно, а формуються завдяки інвестиційній політиці. Саме тому свого часу країни із нині провідними економіками розробили жорсткі вимоги до ефективності ПШ. Останнім часом роль таких вимог значно зросла через швидке поширення міжнародних виробничих мереж, що контролюються БНП, які виступають резидентами розвинутих країн. Для країн, що розвиваються, які потужно залучені до таких мереж, особливо в автомобільній промисловості та електроніці, підвищення рівня національного вмісту у складальних галузях має велике значення не стільки через питання врівноваження платіжного балансу, скільки через питання розвитку високотехнологічних національних галузей, а відтак – диверсифікації структури національної економіки.

Угода ТРІМС забезпечує деякий простір для втілення ефективної інвестиційної політики, адже передбачає можливість формулювання таких

вимог до входження іноземних компаній, які дозволятимуть оминати заборону вимог до національного вмісту, як, наприклад, отримання дозволу на входження до складальних галузей, яке вимагатиме інвестування у виробництво високотехнологічних компонентів. Знову ж таки, вимоги до експортної діяльності могли б бути використані без прив'язки до імпорту, здійснюваного інвесторами. Більше того, щодо вимог до місцевого вмісту послуг обмежень не існує, і цей варіант дій залишається доступним для країн, що розвиваються, поки вони не взяли на себе зобов'язання щодо надання іноземним інвесторам необмеженого доступу на ринок, включаючи ті види послуг, в яких нинішні правила ГАТС є досить гнучкими [2].

І Угода про субсидії, і ТРИМС обмежують інноваційну політику держав шляхом заборони заохочень та обмежень, покликаних підтримувати технологічний прогрес та перехід до виробництва продукції з вищою доданою вартістю. Угода ТРИПС прямо обмежує передачу технологій, забезпечуючи масштабний захист інноваторів. В угоді встановлено мінімальні стандарти, яких мають дотримуватись країни, захищаючи права інтелектуальної власності (ПІВ), у цілій низці сфер, серед яких патенти та, меншою мірою, авторські права відіграють найважливішу роль з огляду на їхній вплив на інноваційну політику. Сторони угоди зобов'язані видавати патенти майже в усіх галузях, забезпечувати захист прав власників на рівні, не нижчому за передбачений угодою, надавати зареєстрованим всередині країни іноземним власникам ПІВ національний режим та запобігати дискримінації іноземних власників ПІВ.

Як і більшість інших угод СОТ, ТРИПС також створює перешкоди країнам, що розвиваються, у досягненні аналогічного рівня технологічного розвитку, шляхом позбавлення їх тих можливостей, якими широко користувались раніше нинішні країни-лідери [3, с. 274]. Насправді в більшості сучасних промислово розвинутих країн патентування було запроваджено лише на завершальному етапі розвитку, а захист прав іноземців був надзвичайно слабким, аби національні суб'єкти могли легко отримати доступ до новітніх технологій. Окреслене дозволяє припустити, що ТРИПС – угода з найменш справедливими умовами в рамках СОТ з огляду на розподіл вигод та втрат між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються, оскільки перші в основному є продуцентами, останні ж – споживачами технологій. Втім, попри це країни, що розвиваються, на Уругвайському раунді дали згоду на впровадження ТРИПС, оскільки очікували, що отримають додаткові можливості доступу на ринки сільськогосподарських продуктів та текстилю у розвинутих країнах.

Оскільки процес індустріалізації постійно ускладнюється, а імітація та адаптація іноземних технологій стають все більш важливими на проміжному етапі розвитку, угода ТРИПС створює більш значні обмеження технічного прогресу в країнах саме з середнім, а не з низьким рівнем доходу. Тим не менше, простір для реалізації стратегій розвитку все ж існує. Деякі види стратегій створення інноваційних потужностей на рівні фірм поки що залишаються поза системою регулювання СОТ. Що є ще важливішим, в даній угоді містяться деякі гнучкі положення, що можуть бути використані країнами,

що розвиваються, під час формування законодавства та практик. Угода передбачає значну свободу дій у визначенні критеріїв придатності до патентування, що дозволяє країнам, що розвиваються, застосовувати вужчі тлумачення поняття винаходу. Також ТРІПС обмежує можливість власників патентів зловживати правами контролю, вимагає полегшення доступу до інновацій та дозволяє уряду видавати примусові ліцензії на патенти, зареєстровані в даній країні, за певних обставин, включаючи надзвичайні ситуації та неконкурентну поведінку патентоотримувача.

Висновок. Проблема накопичення асиметрій міжнародного економічного розвитку актуалізує потребу в реформуванні правил взаємодії, визначених в межах СОТ, з тим, аби наявність більшого простору для маневреності національних політик розвитку досягалась за допомогою більшої гнучкості правил, встановлених на мегарівні міжнародної економічної політики. Існує потреба перегляду підходів до формування політики в багатьох країнах, що розвиваються, залежність яких від зовнішньої фінансової допомоги, ринків позичкового капіталу і технологій не дозволяє їм вдаватись до використання гнучкого інструментарію політик, що сприятимуть їхньому розвитку.

Список використаних джерел

1. Tsigankova T., Solodkovsky G. Modern coalition and WTO group in formation of global trade policy. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*. 2010. №. 1-2. P. 22-40.
2. Yatsenko O. Trade policy as an instrument of economic development. *The international scientific and analytical, reviewed, printing and electronic journal of Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University «Economisti»*. 2017. № 2. P. 55-71.
3. Резнікова Н., Панченко В. Мінні поля міжнародної економічної політики: як країнам не втратити здатність до розвитку. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 674 с.

Балак Ілона

к.е.н., доцент

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Луцьк, Україна

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА РЕГІОНАЛІЗАЦІЯ ЯК СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Сучасний розвиток світової економіки та системи міжнародних відносин супроводжується поєднанням глобалізаційних процесів та регіоналізації суспільства.

Глобалізація змінює сучасний світ у різноманітні підходи, водночас не применшуючи роль держави в сучасних міжнародних відносинах. Так, світове суспільство можна розглядати через призму глобалізації як відокремлення міждержавної сфери від транснаціональної і як міждержавне суспільство.

Водночас поєднання їх під однією «парасолькою» дозволить створити ідеальну модель майбутнього [1].

Часто глобалізацію розглядають як зміну реального світопорядку. Однак це є неправдоподібним сигналом для суспільства. Поєднання соціальних і політичних сил дозволяє досягти вагомих економічних результатів. Відхід від глобалізації аж ніяк не означає знаходження шляхів виходу з кризи. Це можна зробити лише повторно перебудувавши, проаналізувавши існуючу проблему [2]. Процес глобалізації не є перешкодою для виходу з кризи.

Глобалізація виробництва змінює політику прийняття рішень у зовнішній торгівлі. До прихильників теорії вільної торгівлі доєднуються компанії, що потребують залучення нерезидентів для реалізації виробничих процесів. Останні лобіюють торговельну лібералізацію. Оскільки ці компанії акумулюють значне залучення до міжнародної торгівлі та існуючу обмеженість природних ресурсів, вони можуть вдаватися до просування своїх інтересів. Очікуваним є зростання лоббі у галузях, в яких найбільше залучені багатонаціональні корпорації [3]. Це дозволить останнім збільшувати свої доходи.

Світова економіка працює завдяки урядовим важелям, як от підходи у політиці, шаблони, контрольні показники економічного розвитку. Важливим є усвідомлення необхідності ефективного функціонування світової, державної, регіональної економіки. На думку А. Брума та Л. Сібрука, важливим трендом міжнародної політичної економії є «рекурсивне розпізнавання», коли різні типи організацій визнаються законними урядовими інструментами [4]. Наприклад, приватне підприємство бере за основу кращі практики міжнародної співпраці міжурядової організації.

Разом з тим, регіоналізація світової економіки є одним з найбільших досягнень останніх десятиліть. Цей процес можна розглядати як міжрегіональні економічні угоди між двома чи більше регіональними групами. За приклад часто беруть ЄС, демонструючи зростаючу роль регіональних акторів, зважаючи на їх розмір та сукупність держав-учасників даного згуртування. Часто регіональні актори мають соціальне, політичне, історичне підґрунтя для кооперації, як от Азійсько-Тихоокеанський регіон. Так, з 1990-х років Австралія і Нова Зеландія використовують торговельну угоду «Ближчі економічні відносини» для співпраці з Асоціацією держав Південно-Східної Азії [5]. Це підкреслює прагнення керівництва Австралії до посилення її ролі в регіоні.

Представники китайської школи економіки Ж. Ванг і Ж. Сун розглядають постпандемічний розвиток світу через процеси локалізації, а не глобалізації [6]. Пандемія COVID-2019 не зруйнувала глобалізаційні процеси в суспільстві, але значно сповільнила їх розвиток.

Індійські вчені С. Відиа, К. Прабхіш, С. Сірова пропонують виокремити 50 країн, включаючи розвинені та ті, що розвиваються, і згрупувати їх у 9 регіонів у періоди 1990, 1992, 2000, 2010, 2017 років. На їхню думку, це дозволить визначити, що регіональна інтеграція є сильнішою і з роками її роль

посилюється. Торговельна регіоналізація переважає в розвинутих регіонах, торговельна лібералізація зменшує розрив між центром і периферією економіки азійських держав, які є експортними хабами на світовому ринку товарів. Торговельна лібералізація змінює структуру світової торгівлі, вона нівелює проблему відстані та транспортних витрат [7].

Економічна криза, викликана пандемією у 2019 році, спровокувала послаблення позицій ряду країн на геополітичній арені. ЄС та США знаходяться в пошуку нових підходів для свого економічного відновлення [8].

Аналізуючи постковідний світ К. Макнамара і А. Ньюман пропонують розглядати виникнення біполярної системи між США і Китаєм, відштовхуючись від того, що ця система відрізняється від періоду «холодної війни». Глобалізація потребує не гри переможців чи переможених, а знаходження каналів посилення влади чи авторитету [9]. На нашу думку, таке трактування системи міжнародних відносин є неоднозначним, оскільки применшується роль інших суб'єктів, як от ЄС, Україна, РФ. Можна стверджувати про біполярність, враховуючи реалії російсько-української війни, що визначає сучасні міжнародні відносини та кризові явища у світовій економіці.

Повномасштабна війна РФ в Україні лише посилила та загострила актуальність глобалізаційних процесів у світовій економіці та міжнародних відносинах. Країни ЄС, США, ряд інших держав світу об'єдналися у своєму прагненні підтримати Україну. Водночас це виокремило чітку регіоналізацію країн світу на два табори: прихильників України та прихильників РФ.

Російсько-українська війна вивела глобалізацію на новий щабель свого розвитку, коли світова економічна криза, спровокована цією війною, урівноважується прагненням та посиленням світових загалом та європейських, зокрема, регіональних інтеграційних процесів.

Список використаних джерел

1. Babones S., Aberg J. Globalization and the rise of integrated world society: deterritorialization, structural power, and the endogenization of international society. *International Theory*. 2019. Vol. 11. P. 293–317. URL: <https://doi.org/10.1017/S1752971919000125> (date of access: 20.03.2023).
2. Bishop M., Payne A. The Political Economies of Different Globalizations: Theorizing Reglobalization. *Globalizations*. 2021, Vol. 18 (1). P. 1–21. <https://doi.org/10.1080/14747731.2020.1779963> (date of access: 19.03.2023).
3. Anderer C., Dür A., Lechner L. Trade policy in a “GVC World”: Multinational corporations and trade liberalization. *Business and Politics*. 2020. Vol. 22(4). P. 639–666. <https://doi.org/10.1017/bap.2020.4> (date of access: 21.03.2023).
4. Broome A., Seabrooke L. Recursive Recognition in the International Political Economy. *The Warwick Research Archive Portal*. <http://wrap.warwick.ac.uk/141710> (date of access: 20.03.2023).
5. Castle M. Embedding regional actors in social and historical context: Australia-New Zealand integration and Asian-Pacific regionalism. *Review of International Studies*. 2017, 19 July. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0260210517000316>(date of access: 21.03.2023).

6. Wang Z., Sun Z. From Globalization to Regionalization: The United States, China, and the Post-Covid-19 World Economic Order. *Journal of Chinese Political Science*. 2021. Vol. 26. P. 69–87. <https://doi.org/10.1007/s11366-020-09706-3> (date of access: 20.03.2023).

7. Vidya C., Prabheesh K., Sirowa S. Is Trade Integration Leading to Regionalization? Evidence from Cross-Country Network Analysis. *Journal of Economic Integration*. 2020. Vol.35, Is. 1. P. 10-38 <https://doi.org/10.11130/jei.2020.35.1.10> (date of access: 19.03.2023).

8. Czech S. The puzzle of post-pandemic recovery, transatlantic relations and European solidarit. *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*. 2022. Vol. 21(2). P. 317–334. <https://doi.org/10.12775/EiP.2022.017> (date of access: 20.03.2023).

9. McNamara K., Newman A. The Big Reveal: COVID-19 and Globalization’s Great Transformations. *International Organization Supplement*. 2020, December. P. E59–E77. <https://doi.org/10.1017/S0020818320000387> (date of access: 18.03.2023).

Глазова Анна

к.е.н., науковий співробітник

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТРЕНДУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЯК КОНКУРЕНТНОГО ФАКТОРА ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ПОЗИЦІЮВАННЯ КРАЇНИ

Цифровізація є однією з визначальних тенденцій розвитку сучасної людської цивілізації, що формує мобільніше суспільство та кращі механізми управління й контролю. Цифровізація розширює доступ до освіти, охорони здоров’я, підвищуючи їх якість та охоплення. Спочатку пандемія Covid-19, а потім агресивний напад росії на Україну довели важливість та необхідність цифрових технологій у підтримці та розвитку економіки.

Економічним обґрунтуванням цифровізації як частини бізнес-процесів є:

- економічна ефективність, виражена у експонентному зниженні вартості з поєднанням доступних хмарних послуг, що знижує капіталовкладення, необхідні для започаткування бізнесу;

- збільшення продуктивності та ефективності прийняття рішень у зв’язку зі скороченням виробничих ланок (через впровадження цифрових технологій у бізнес-процес);

- здешевлення цифрових технологій та більша їх доступність завдяки безкоштовному контенту та послугам (через низькі граничні витрати): користувачі сплачують лише частину вартості, яка створюється в цифровій економіці;

- використання цифрових технологій для створення унікальних продуктів тощо.

Європейський Союз та інші розвинені країни не тільки декларують підтримку розвитку цифрового простору, але й роблять практичні кроки в цьому напрямі. ЄС спрямовує зусилля на створення до 2025 р. “гігабіт-суспільства” (гігабітний зв’язок для всіх основних соціально-економічних

об'єктів, таких як школи, транспортні вузли, постачальники державних послуг та підприємства, які інтенсивно використовують цифрові технології), розгортання безперебійного 5G покриття для всіх міст та головних наземних транспортних шляхів, розширення можливостей безкоштовного доступу громадян до Wi-Fi, подальший розвиток конкуренції і захист прав суб'єктів цифрового ринку на основі нового Кодексу електронних комунікацій. Велика увага приділяється впровадженню цифрових технологій нового покоління у промисловість, таких як: інтернет речей, хмарні обчислення, великі дані і аналітика даних, робототехніка та 3D друк. Ці технології відкривають нові горизонти для вироблення інноваційних продуктів та послуг.

Результатом стимулювання цифровізації на національному рівні є отримання конкурентних переваг країни у геоелектронічному просторі. Зважаючи на економічну ефективність цифровізації у світі спостерігається позитивна динаміка росту глобальних витрат на ІТ сектор, спрямований на продукування трансформаційних цифрових технологій [1].

Технологічно провайдером цифровізації виступають потужні дата-центри – системи обробки та зберігання даних. Очікується, що в 2022 році витрати на дата-центри становитимуть 212 мільярдів доларів США, що на 11,1% більше, ніж у попередньому році. Загальний ринок ІТ пережив спад у 2020 році через негативний економічний вплив, спричинений пандемією коронавірусу (COVID-19), але майже повернувся до тих самих рівнів, що й у 2019 році. У регіональному вимірі лідером по кількості потужних дата-центрів є США (2701), на другому місці суттєво поступається Німеччина (487), а третє місце у 2022 р. закріпилась за Великобританією (486) [1].

Згідно з даними аналітичного порталу Statista, протягом 2014–2019 рр. обсяг світової електронної роздрібною торгівлі зріс у понад 2,6 рази. Натомість пандемія COVID-19 посилила поступ е-комерції: обмеження роботи офлайн-магазинів збільшило продажі через мережу Інтернет. Так, протягом 2020 р. понад 2 млрд людей придбали товари чи послуги через мережу Інтернет, а продажі електронної роздрібною торгівлі перевищили \$4,2 трлн (зростання порівняно з 2019 р. на 25,7%) [1].

За даними McKinsey виявлено, що цифровізація, автоматизація та технології штучного інтелекту можуть сформувати додаткові \$13 трлн світового ВВП до 2030 р. А найбільші за ринковою вартістю компанії – Apple, Microsoft, Amazon, Alphabet, Facebook – функціонують сьогодні саме на цифрових ринках [2].

Висновок. Таким чином, однією з визначальних тенденцій економічного розвитку є цифровізація господарства, що характеризується експонентним зниженням вартості з поєднанням доступних хмарних послуг. Результатом стимулювання цифровізації на національному рівні є отримання конкурентних переваг країни у геоелектронічному просторі. Зважаючи на економічну ефективність цифровізації у світі спостерігається позитивна динаміка росту глобальних витрат на ІТ сектор, спрямований на продукування трансформаційних цифрових технологій.

Список використаних джерел

1. Статистичний портал Statista. URL; <https://www.statista.com/statistics/870924/worldwide-digital-transformation-market-size/>
2. A KYC–AML utility: Driving scale, efficiency, and effectiveness. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/banking-matters/a-kyc-aml-utility-driving-scale-efficiency-and-effectiveness>

Pakulina Alevtina

PhD in Economics, Associate Professor

Levchenko V.

postgraduate student

Kharkiv National University of Urban Economy

named after O. M. Beketov

Kharkiv, Ukraine

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND THE CIRCULAR ECONOMY: A PATH TO ECONOMIC PROSPERITY

Sustainable development and the circular economy have gained increasing attention in recent years as critical strategies to address the challenges of economic growth, environmental protection, and social well-being. The concept of sustainable development emphasizes the need to balance economic, social, and environmental goals to ensure a prosperous future for both present and future generations. Meanwhile, the circular economy represents a shift from the traditional linear economic model of "take, make, dispose" to a more regenerative and sustainable approach, which emphasizes resource efficiency, waste reduction, and the reuse of materials and products.

The interrelationship between sustainable development and the circular economy is significant, as both concepts aim to support economic prosperity while reducing the negative impacts of economic activities on the environment and society.

The circular economy and sustainable development are interrelated concepts that aim to balance economic growth, environmental protection, and social well-being. Sustainable development aims to ensure that the needs of present and future generations are met, without compromising the ability of future generations to meet their own needs. Meanwhile, the circular economy aims to create an economy that is restorative and regenerative by design, and that keeps products, components, and materials at their highest utility and value at all times [1].

The circular economy contributes to achieving sustainable development goals in several ways. One of the key benefits of the circular economy is that it promotes the conservation and efficient use of natural resources. By reducing waste, recycling materials, and extending the life of products and materials, the circular economy can reduce the extraction of natural resources and the associated environmental impacts.

Another way in which the circular economy contributes to sustainable development is by reducing greenhouse gas emissions. The linear economy is responsible for significant emissions of carbon dioxide and other greenhouse gases, particularly through the production and consumption of goods. By reducing waste, promoting recycling, and adopting renewable energy sources, the circular economy can help to mitigate climate change [2].

The circular economy can also promote social inclusiveness and reduce inequalities. By creating new business models and job opportunities in the circular economy, particularly in the green economy, the circular economy can provide economic benefits and improve social well-being. For example, circular economy practices such as repairing, refurbishing, and recycling can create new jobs and stimulate economic growth, particularly in regions that have experienced economic decline or in marginalized communities.

Circular economy initiatives that contribute to sustainable development include promoting renewable energy, implementing sustainable production and consumption patterns, and creating jobs in the green economy. For example, the European Union's Circular Economy Action Plan sets out a comprehensive strategy to promote the circular economy and achieve sustainable development goals, including reducing greenhouse gas emissions, promoting energy efficiency, and improving resource efficiency.

In addition to contributing to sustainable development goals, the circular economy can also have significant economic benefits. For example, the circular economy can lead to cost savings for businesses and governments, particularly through the reduction of waste and the promotion of resource efficiency. The circular economy can also lead to job creation and economic growth, particularly in the green economy, as new business models and practices are developed.

However, implementing the circular economy can also be challenging, particularly for businesses and policymakers. There may be regulatory barriers, limited consumer demand, and high upfront costs associated with transitioning to a circular economy model. Therefore, strategies and policies are needed to support the transition to a circular economy, such as eco-design, product stewardship, and extended producer responsibility [3].

While the circular economy has the potential to bring significant economic, environmental, and social benefits, implementing circular economy principles can also pose significant challenges for businesses, governments, and consumers.

1. Limited consumer demand

One of the biggest challenges to implementing the circular economy is the limited demand for circular products and services among consumers. Despite the potential benefits of circular products, such as durability, repairability, and recyclability, consumers may not be willing to pay the premium prices that are often associated with these products.

To overcome this challenge, businesses and governments can focus on increasing awareness and education about the benefits of circular products and services, as well as creating incentives for consumers to choose circular options. For

example, businesses can offer discounts or other incentives for consumers who choose to recycle or repair products, while governments can provide tax breaks or other incentives for businesses that adopt circular practices.

2. Limited access to financing

Another challenge to implementing the circular economy is the limited access to financing for circular projects and initiatives. The circular economy often requires significant upfront investments in research and development, infrastructure, and technology, which can be difficult to secure without access to adequate financing.

To address this challenge, governments and financial institutions can provide targeted funding and financing mechanisms for circular projects and initiatives. For example, governments can provide grants, loans, or tax credits for businesses that adopt circular practices or invest in circular technologies, while financial institutions can develop specialized financing products, such as green bonds, that are tailored to the circular economy.

3. Regulatory barriers

Another challenge to implementing the circular economy is the presence of regulatory barriers that can limit the adoption of circular practices. Existing regulations and policies may not be designed to support the circular economy, and may instead favor linear models of production and consumption.

To overcome this challenge, governments can develop policies and regulations that are designed to support the circular economy, such as extended producer responsibility laws, eco-design regulations, and product stewardship programs. These policies can help to create a level playing field for circular businesses and incentivize the adoption of circular practices.

4. Limited collaboration and coordination

Finally, another challenge to implementing the circular economy is the limited collaboration and coordination among stakeholders. The circular economy requires collaboration among businesses, governments, and consumers, as well as coordination across different sectors and industries.

To address this challenge, stakeholders can work together to develop partnerships and collaborations that support the circular economy. For example, businesses can work with other businesses, governments, and civil society organizations to develop circular supply chains and closed-loop systems, while governments can convene stakeholders to develop circular economy strategies and action plans [4].

Conclusion. In conclusion, sustainable development and the circular economy offer a promising path to economic prosperity that can benefit both present and future generations. While there are significant challenges to achieving this vision, such as changing the prevailing mindset of our economic system and addressing institutional and regulatory barriers, the potential benefits are significant in terms of economic, social, and environmental sustainability. By working together, businesses, governments, and civil society can create a more prosperous and sustainable future for all.

References

1. Ellen MacArthur Foundation. (2013). Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition.
2. European Commission. (2015). Closing the Loop - An EU Action Plan for the Circular Economy.
3. Geng, Y., Sarkis, J., & Ulgiati, S. (2019). The Circular Economy: A Review of Definitions, Processes, and Impacts. *Journal of Cleaner Production*, 215, 757–773.
4. Hsu, C.W., & Hung, S.W. (2017). Exploring the Relationship between Corporate Sustainability and Firm Performance in Developed and Developing Countries. *Sustainability*, 9(9), 1595.

Пасенко Владислав

к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

Айдин Новруз огли

Почесний професор ЧДТУ

Директор ТОВ «Novrus-az»

Баку, Азербайджан

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У сучасному світовому господарстві, що зберігає орієнтацію на використання традиційних енергетичних ресурсів, однак виникають нові інструменти вирішення проблем національної та міжнародної енергетичної безпеки. Сучасний етап глобалізації характеризується розвитком нано-індустріальної науково-технічної революції, яка докорінно перетворює технологічні основи виробництва і, насамперед, енергетики, оскільки нанотехнології створюють можливість застосування як енергетичних ресурсів водню та сонячної енергетики. Міжнародна енергетична безпека характеризується розмірами та структурою енергетичних ресурсів у світовій економіці, що гарантують взаємне їх використання на планеті та прогрес у створенні сталої системи міжнародного енергетичного партнерства.

На початку ХХІ ст. загострилися проблеми забезпечення енергетичної безпеки. Це сталося як у зв'язку із зростанням споживання традиційних паливно-енергетичних ресурсів та прогнозами щодо скорочення їх запасів, так і внаслідок підвищення цін на нафту. Проте наприкінці першого десятиліття ХХІ ст. ситуація змінилася, коли відбувся технологічний прорив, який дозволив розпочати великомасштабне освоєння сланцевих зон нафто-газо-накопичення (переважно в Північній Америці).

Нові умови змінили підходи країн до забезпечення енергетичної безпеки та надали безпосередній вплив співвідношення різних засобів усунення загроз у

енергетичній сфері. Однак, фундаментальні засади забезпечення енергетичної безпеки як виробників, так і споживачів енергоресурсів зберігаються, але при цьому адаптуються до ситуації у світовій політиці та економіці.

Слід відзначити, що нестабільність енергетичної безпеки спричиняє негативні наслідки для всієї світової економіки, і звичайно для кожної країни, що виступає або експортером або імпортером енергетичних ресурсів. Найважливіше питання для всього світового суспільства – забезпеченість обмеженими енергетичними ресурсами, такими як природний газ та нафта, що є невідновлюваними джерелами енергії, та в поєднанні з високими показниками викидів вуглекислого газу становлять важливу загрозу енергетичній безпеці. Дане питання є важливим для всіх національних економік, оскільки не всі країни в повній мірі забезпечені енергоресурсами. Також різний і рівень володіння природними ресурсами у кожній з країн, а це, в свою чергу, важливо при оцінці стану та факторів впливу на енергетичну безпеку.

За показниками обсягів запасів природних ресурсів, що становлять основу енергетичного сектору, лідируючі позиції займають природний газ, нафта та вугілля. Серед них слід відзначити більше покладів вугілля ніж інших видів ресурсів. За оцінками фахівців, вугілля, що знаходиться в надрах землі повинно вистачити біль ніж на сто років вперед для забезпечення потреб світового господарства. Разом з тим, природного газу значно менше – на 60 років, нафти – на 54 роки, урану – на 85 років. Слід відзначити, що у 2021 р. світовий видобуток газу виправився від наслідків пандемії COVID-19 і виріс на цілих 4 %. Видобуток газу у світі суттєво збільшився через високий (особливо в Азії) попит. Видобуток газу збільшення у Північній Америці, Азії та Африці (на 2,4 %, на 6,4 % та на 9,8 % відповідно), причому переважно за рахунок США, Китаю, Алжиру та Єгипту (сумарно на 58 млрд кубічних метрів)[1].

Очевидне лідерство у позиціях видобування природного газу належить країнам Північної Америки – більше 25 %, після них – країни СНД (22 %), далі – країни Близького Сходу (17 %), країни Азії та Тихоокеанського регіону (16 %), країни Європи (6 %), країни Африки – майже 6 % та країни Центральної Америки (з показниками 4,5 %)[2].

За показниками зростання видобутку нафти, лідируючі позиції належать країнам Північної Америки, зростання відбулось на 17 %, або ж на 132,9 млн т; також зростання видобутку нафти відбулось і у країнах Близького Сходу – на 12 % та 155,1 млн т відповідно. В той же час, у окремих країнах та регіонах відбулось зменшення обсягів видобутку нафти, зокрема в таких регіонах, як країни Центральної Америки – на 3% та 10,9 млн т, у країнах Африки – на 6,5 % та 25 млн т відповідно, та у країнах Азії та країнах Тихоокеанського басейну – на 4,6 % та 18,5 млн т відповідно [2].

Варто відзначити, що бурхливе зростання видобутку нафти в сланцевих зонах нафтогазонакопичення США сприяло тому, що країна до 2015 р. увійшла до трійки провідних виробників нафти поряд із росією та Саудівською Аравією. Хоча у США видобуток нафти здійснюють приватні компанії, держава може впливати на цю сферу шляхом регулювання експорту. З 1975 р. запроваджено

фактичну заборону експорт сирової нафти з метою збереження власних запасів. Однак, американська нафтопереробна промисловість вже не справляється зі зростаючими обсягами видобутку, у зв'язку з чим підвищується привабливість продажу нафти на зовнішніх ринках [3].

Варто також відмітити, що Китай є другим після США найбільшим споживачем нафти та світовим лідером за обсягами її чистого імпорту (при цьому Китай є найбільшим світовим виробником та споживачем вугілля, на який припадає 77 % вироблення електроенергії в країні. Разом з тим, однією з загроз енергетичній безпеці представлений дефіцит власних паливно-енергетичних ресурсів, що обумовлює необхідність не тільки нарощування імпорту нафти та природного газу, а й паралельного розвитку відновлюваної та атомної енергетики.

На сьогодні світове господарство переживає першу по-справжньому глобальну енергетичну кризу, оскільки проблеми на ринках природного газу у всьому світі, скорочення поставок великими виробниками нафти, війна в Україні, санкції проти росії та значні переформатування у геополітиці неминуче відобразяться на енергетичному секторі. Безперечно, війна росії проти України позначилася на балансі світового енергетичного ринку, оскільки росія є вагомим гравцем на енергетичній арені. Фахівці енергетичного сектору зазначають, що сучасна енергетична криза викликає безпрецедентний за масштабами та складністю шок для світової економіки. Найбільші потрясіння відчуваються на ринках природного газу, вугілля та електроенергії – із значними потрясіннями на ринках нафти, що призвело до необхідності двох безпрецедентних за масштабами випусків нафти країнами-членами Міжнародного енергетичного агентства, щоб уникнути ще більш серйозних перебоїв у постачанні.

Передбачити вплив санкцій на видобуток та експорт російської нафти та нафтопродуктів і, зрештою, на нафтову ціну на сьогодні доволі складно. Оскільки глобальний доступний додатковий видобуток зможе подолати розрив, залишений підсанкційними російськими барелями, іншим чинником є складність оцінки руйнації попиту, який буде необхідний приведення глобального енергетичного балансу в рівновагу.

Висновок. Отже, ризики для глобальної економічної стабільності та безпеки, пов'язані з конфліктом війною в Україні та подальшими санкціями Заходу щодо росії, є надзвичайно гострими на сьогодні, тому існує великий ризик нової глобальної рецесії, уникнути якої можна лише припинивши війну росії проти України, а вже потім шляхом пошуку консенсусу на рівні міжнародного співробітництва.

Список використаних джерел

1. IRENA Global Energy Transformation Forecast (2021): Strategy to Limit Global Warming to 1.5°C URL:<https://www.irena.org/publications/2021/Jun/World-Energy-Transitions-Outlook>

2. World Energy & Climate Statistics – Yearbook 2022 URL: <https://energystats.enerdata.net/crude-oil/crude-oil-balance-trade-data.html>

3. World Energy Council. URL: <http://www.worldenergy.org>

Фролова Наталія

к.е.н., старший науковий співробітник

ДУ «Інститут економіки та

прогнозування НАН України»

Київ, Україна

ЗАХОДИ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН-ЧЛЕНІВ ОЕСР В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ: ВИСНОВКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

За більшістю прогнозів, 2023 рік для України має бути економічно кращим, ніж минулий, адже економіка вже частково адаптувалася до надзвичайних умов [1]. Ідучи на поступки бізнесу, держава суттєво зменшила надходження до бюджету. З 1 липня 2023 р. планується згортання податкових преференцій, на якому наголошує МВФ. Втім бізнес розраховує на продовження використання владою різних інструментів підтримки його адаптації до роботи в умовах воєнної економіки. Особливо актуальним це питання є в сфері паливно-енергетичних ресурсів, враховуючи непросту ситуацію з порушенням електропостачання внаслідок руйнівних атак з боку Росії.

Варто зазначити, що багато країн Європи та світу зреагували на поточну енергетичну кризу, впровадивши значні податкові послаблення у паливно-енергетичній сфері. Найбільш поширеними податковими заходами пом'якшення наслідків енергетичної кризи в країнах-членах ОЕСР стало тимчасове зниження непрямих податків на паливно-енергетичні ресурси. У відповідь на підвищення цін на енергоносії уряди країн Європи зменшили ставки ПДВ на споживання паливно-енергетичних ресурсів. Так, у червні 2021 р. Іспанія знизилу ставку ПДВ на споживання електроенергії з 21% до 10%. У жовтні 2021 р. Італія знизилу ставку ПДВ на споживання природного газу для населення і підприємств до 5%. Чехія (у листопаді 2021 р.), а пізніше Бельгія, Естонія, Литва, Північна Македонія та Польща взагалі оголосили про звільнення споживання природного газу від ПДВ. З березня 2022 р. Туреччина також знизилу ставку ПДВ з 18% до 8% на електроенергію, яка використовується в житлових будинках і для сільського господарства. Уряди деяких країн, як-от Бельгія, Люксембург, Нідерланди, Португалія та Великобританія, запровадили пільгові ставки з ПДВ або навіть взагалі звільнили від сплати ПДВ операції з купівлі енергозберігаючого обладнання та відновлюваних джерел енергії (сонячних батарей, теплових насосів, обігрівачів тощо) [2, с. 14-15].

Подібні зміни спостерігались і за межами Європи, наприклад у Бразилії, уряд якої зменшив ставки непрямих податків, якими оподатковуються паливо, природний газ, електроенергія, громадський транспорт та послуг зв'язку, в результаті чого у країні спостерігалась тримісячна дефляція. У березні 2022 р. уряд Коста-Ріки звільнив від ПДВ операції з купівлі-продажу електроенергії з метою її подальшого розподілу. З квітня 2022 р. Кенія вдвічі знизила ставку ПДВ на паливо для автомобільного транспорту до рівня 8%. Також в Канаді були запроваджені тимчасові канікули з ПДВ на купівлю електричних велосипедів і автомобілів.

Той факт, що в умовах енергетичної кризи уряди країн вдаються переважно до скорочення ПДВ, а не, скажімо, акцизного збору, обумовлено тим, що база у цих податків є різною. Так, рівень бюджетних доходів від ПДВ залежить безпосередньо від обсягу придбаних товарів та послуг, в той час як акцизний збір залежить від рівня цін на товари та послуги. В результаті інфляції ціни на енергоносії (які є товарами першої необхідності) зростають, що призводить до збільшення бюджетних доходів від ПДВ, в той час як купівельна спроможність споживачів навпаки зменшується. В таких умовах зниження ПДВ дозволяє зменшити податковий тиск на витрати населення та сприяє мінімізації інфляційного (дестабілізуючого) впливу на бюджетні надходження.

Водночас багато експертів негативно ставляться до зменшення оподаткування енергетичних ресурсів з метою підтримки попиту на них. В першу чергу, подібний нецільовий заходом споживчої підтримки, впливає на скорочення цін на енергоносії для всіх груп споживачів, навіть домогосподарств з високим рівнем доходів, що, певною мірою, порушує принцип податкової справедливості. По-друге, під дію податкових пільг підпадає споживання всіх енергоносіїв, навіть забруднюючих. Відтак поза увагою залишаються проблеми навколишнього природного середовища. Натомість, на думку експертів ОЕСР, більш ефективною є цільова підтримка домогосподарств, спрямована на підвищення рівня їх доходу, оскільки вона не стимулює попит на забруднюючі енергоносії, а також є менш дорогою, оскільки заможні верстви населення її не отримують.

Висновок. В умовах війни посилились проблеми в паливно-енергетичному секторі, який ще не встиг відновитись від проблем, спричинених впливом пандемії. Як показує досвід протидії багатьох країн енергетичній кризі вагому роль у цьому відіграє зниження непрямих податків на паливно-енергетичні ресурси, що також є дуже актуальним в Україні. Надання податкових пільг підприємствам та споживачам під час воєнного стану обумовлено необхідністю мінімізувати збої поставок паливно-енергетичних ресурсів та забезпечити економічну діяльність відчинених підприємств, що свою чергу дозволяє, принаймні частково, захистити податкову базу України. супроводжуватись стимулюванням бізнесу через формування додаткових Відтак у разі скасування таких пільг держава має одночасно продумати додаткові заходи підтримки бізнесу з метою активізації економічної діяльності та захисту населення.

Список використаних джерел

1. Скасування податкових пільг в умовах війни: як пом'якшити удар для бізнесу, Укрінформ, 27 січня 2023 р., <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3660378-skasuvanna-podatkovih-pilg-v-umovah-vijni-ak-pomaksiti-udar-dla-biznesu.html>
2. The intergovernmental fiscal outlook and the implications of Russia's war against Ukraine, high energy prices and inflation", *OECD Working Papers on Fiscal Federalism*, 2023, No. 42, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/3623ab61-en>.

Чалюк Юлія

к.е.н., доцент

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Київ, Україна

СУСПІЛЬСТВО 5.0 – НОВИЙ ЕТАП ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Протягом останнього десятиліття різні країни розробляють національні стратегії інноваційного розвитку, орієнтуючись на впровадження новітніх цифрових технологій. У Німеччині функціонує стратегія “*Індустрія 4.0*” (Industry 4.0), США – “*Промисловий Інтернет Речей*” (Industrial IoT, IIoT), у Сінгапурі – “*Розумна нація*” (Smart Nation), у Китаї – “*Зроблено в Китаї 2025*” (Made in China 2025). Японська ініціатива цифрової трансформації економіки та суспільства має назву “*Суспільство 5.0*” (Super Smart Society, Society 5.0 або A People-centric Super-smart Society) [1].

Для подолання соціальних, економічних та екологічних проблем у 2015 році японською федерацією бізнесу “Кейданрен” (Keidanren) у П'ятому базовому плані науково-технологічного розвитку Японії було розроблено концепцію створення суперінтелектуального “Суспільства 5.0”, яке повинно замінити існуюче “Суспільство 4.0”. Стратегія передбачає активне використання передових технічних і наукових досягнень, в тому числі Інтернету речей (Internet of Things, IoT), бази даних Big Data, робототехніки (Robotertechnik), штучного інтелекту (Artificial intelligence, AI), доповненої реальності (Augmented reality, AR) у повсякденному житті людини, виробництві, охороні здоров'я та інших областях [2, 3].

У доповіді Society 5.0. Co-creating the future, Суспільство 5.0 є необхідною, але недостатньою умовою для досягнення багатьох Цілей сталого розвитку ООН. Деяких цілей можна домогтися безпосередньо в процесі розвитку Суспільства 5.0. У п'ятому розділі доповіді (Blueprint of Society 5.0 for SDGs) представлено план розвитку Суспільства 5.0 для досягнення ЦСР, що містить 10 пунктів, які відображають основні напрями роботи та їхній взаємозв'язок із досягненням ЦСР[4].

1. *Міста та регіони.* Для сприяння різноманітності способу життя і успіху в бізнесі форми міського і провінційного життя (з високою і низькою щільністю населення) будуть диверсифіковані, а привабливість і якість життя,

запропоновані цими варіантами, будуть підвищені. У міських районах буде відбуватися обмін даними про енергетику, транспорт, логістику для прийняття більш розумних рішень (Ціль 3: Міцне здоров'я та благополуччя; Ціль 4: Якісна освіта; Ціль 5: Гендерна рівність; Ціль 6: Чиста вода та санітарія).

2. *Енергія.* Цифровізація буде використовуватися для створення ефективних енергетичних мереж. Енергетичний баланс зміниться. Одним з варіантів стійкого енергопостачання стануть автономні системи, що не залежать від традиційних енергетичних мереж. Децентралізовані енергетичні мікросистеми будуть розроблені з урахуванням відновлюваних джерел енергії, систем зберігання енергії та контролю попиту (Ціль 7: Доступна та чиста енергія; Ціль 9: Промисловість, інновації та інфраструктура; Ціль 13: Пом'якшення наслідків зміни клімату).

3. *Запобігання стихійним лихам і пом'якшення їх наслідків.* Цифрові технології будуть використовуватися для пом'якшення наслідків стихійних лих за допомогою щоденного технічного обслуговування та ефективних заходів щодо запобігання старінню інфраструктури (Ціль 3: Міцне здоров'я та благополуччя; Ціль 6: Чиста вода та санітарія; Ціль 11: Сталі міста та населені пункти).

4. *Охорона здоров'я.* Нові підходи до охорони здоров'я забезпечать громадянам на профілактичному етапі догляд, адаптований до індивідуального здоров'я, щоб запобігти загостренню хвороби, тим самим продовжуючи тривалість здорового життя. Доступ до високоякісних медичних послуг буде гарантований у будь-якій точці світу (Ціль 3: Міцне здоров'я та благополуччя).

5. *Сільське господарство та продовольство.* Сільське господарство і харчова промисловість будуть перетворені на привабливі, незалежні галузі, у яких кожен може застосувати творчий підхід. Повною мірою будуть використовуватися передові технології, такі як дистанційний моніторинг управління за допомогою штучного інтелекту, сільськогосподарські роботи і автономні безпілотні літальні апарати для сільськогосподарських робіт. Заохочуватиметься мінімізація впливу на навколишнє середовище для збереження багатого біорізноманіття на суші і у воді. Споживачам будуть надані інтерактивні засоби комунікації та вільний доступ до історії виробництва та інформації про продукцію (Ціль 15: Захист та відновлення екосистем суші).

6. *Логістика.* Стрімке зростання електронної комерції та глобалізація ланцюжків поставок потребують ще більш різноманітної та складної логістики, а впровадження передових технологій трансформує логістику. Будуть створені платформи для логістичного відстеження в режимі реального часу, оптимізації ланцюжків поставок, міжгалузевої координації (Ціль 9: Промисловість, інновації та інфраструктура).

7. *Виробництво та послуги.* Дедалі більше людей зможуть брати участь у виробництві та наданні послуг у рамках цифрової трансформації, що створює різноманітні форми цінності (Ціль 5: Гендерна рівність; Ціль 8: Гідна праця та економічне зростання; Ціль 9: Промисловість, інновації та інфраструктура).

8. *Фінанси.* Цифрова трансформація зробить доступними (недорогими, зручними, швидкими, безпечними) різноманітні індивідуальні фінансові послуги, включно з розрахунками, фінансуванням, страхуванням і формуванням активів. Необхідні кошти будуть доступні новим зростаючим галузям і компаніям, а фінансові системи стануть більш стабільними. Поліпшення доступу до фінансових послуг сприятиме стабільності, економічній незалежності, підвищенню рівня життя і більшій рівності доходів (Ціль 1: Подолання бідності; Ціль 5: Гендерна рівність; Ціль 8: Гідна праця та економічне зростання; Ціль 9: Промисловість, інновації та інфраструктура).

9. *Державні служби.* Державні служби та системи будуть перетворені на основі цифровізації для прискорення процесу надання суспільних послуг, ефективнішого соціального захисту та гарантування безпеки (Ціль 1: Подолання бідності; Ціль 3: Міцне здоров'я та благополуччя; Ціль 4: Якісна освіта; Ціль 10: Скорочення нерівності; Ціль 16: Мир, справедливість та сильні інститути).

10. *Партнерство.* Суспільство 5.0 буде суспільством, де кожен зможе продемонструвати творчість для досягнення різноманітних цінностей, вільних від існуючих рамок та обмежень. Це не може бути досягнуто однією компанією чи однією країною. Японія, як автор ідеї “Суспільство 5.0”, прагне втілити цю концепцію в життя у партнерстві з іншими країнами та зробити внесок у сталий глобальний розвиток (Ціль 17: Партнерство заради сталого розвитку).

Висновок. Суспільство 5.0 – це перспективна концепція розвитку світу, яка дасть відповідь на найактуальніші гуманітарні, техногенні виклики сьогодення, забезпечить подальший розвиток науки і техніки у гармонії з інтересами кожного члена соціуму. Японія бере на себе ініціативу, щоб спрямувати глобальний розвиток світу до кращого майбутнього, продемонструвавши ідеальну людиноцентричну концепцію суспільства, де фізичний та кіберпростір стають одним цілим задля вирішення соціальних проблем, створення умов для стійкого економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Fukuyama M. Society 5.0: Aiming for a New Human-centered Society. URL: https://www.hitachi.com/rev/archive/2017/r2017_06/trends/index.html
2. *Keidanren SDGs.* Society 5.0. URL: <https://www.keidanrensdgs.com/>
3. Чалюк Ю.О. Суспільство 5.0 у японській концепції Кейданрен. *Механізм регулювання економіки.* 2023. Вип. 1 (99).
4. Society5.0 Co-creating the future. URL: https://www.keidanren.or.jp/en/policy/2018/095_booklet.pdf

Гамов Михайло
здобувач магістерського рівня вищої освіти
Наук. кер. **Резнікова Наталія**
д.е.н., професор
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна

ТАКСОНОМІЯ ДЕРЖАВНИХ МАСШТАБНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Державні масштабні суб'єкти (*SSEs, State-Scale Entities*) знаходяться в центрі геоекономічних дискусій, являючи собою організації, орієнтовані на прибуток з можливістю виконання повного циклу геоекономічних операцій з планування, підготовки та виконання (ППВ) покладених на них завдань. Їхні структури є порівнянними з державами, з точки зору структурної складності, але, на відміну від держав, вони не мають необхідності контролювати території, при цьому *SSEs* перетинають національні кордони. Геоекономічні операції, які вони проводять, призводять до значного економічного та фінансового прямого чи непрямого впливу на макроекономічні процеси. Для завершення циклу ППВ *SSEs* повинні відповідати певним характеристикам. Людські ресурси включають в себе обов'язково висококваліфікований, освічений персонал, який відповідає вимогам для виконання складних фінансових операцій, надання виробничого, юридичного та матеріально-технічного супроводу діяльності. Розвиток організаційної культури є обов'язковим, адже організація є строго ієрархічною з централізованим органом, що забезпечує централізоване планування та прийняття рішень. Для того, щоб мати гнучкість і оперативність у проведенні незалежних геоекономічних операцій, організація повинна бути структурована навколо семи основних функцій: адміністрування, виробництво, розподіл, фінанси, юридична розвідка, економічна розвідка, матеріально-технічне забезпечення. Проникнення *SSEs* на ринок може бути орієнтованим на базове виробництво (багатонаціональних підприємств), яке здатне адаптуватися до змін в нормативній базі, а не до силових систем, де державні масштабні суб'єкти не можуть бути змушені вести переговори, якщо вони не будуть придушені або їх ресурси не стануть вичерпаними. Їх дії впливають на довгострокову або короткострокову динаміку макроекономічного і мікроекономічного середовища інших *SSEs* або, принаймні, чинять на них значний вплив.

Таксономія державних масштабних суб'єктів дозволяє класифікувати їх на держави та економічні суб'єкти, окрім держав (*EEotS, Economic Entities other than States*), як це зображено на рис. 1. До першої категорії відносяться «основні держави» (*Core States, C-держави*) та решта держав, для яких відсутній більш відповідний термін, тому їх називають «глобалізованими державами» (*Globalized States*). *C-держави* включають держави, де уряд здійснює практично необмежений і безперечний вплив, наприклад, Північна Корея, Куба. Категорія

«Глобалізованих держав» включає переважну більшість держав, які в різній мірі охоплені глобалізацією, і, таким чином, їх уряд здійснює помірний вплив на інші країни, виходячи зі ступеня відкритості і розміру їхніх економік. Під категорію «Економічні суб'єкти, окрім держав» (*EEoS, Economic Entities other than States*) підпадають багатонаціональні підприємства (*MNCs, Multinational Corporations*), державні підприємства (*SOEs, State Owned Enterprises*) та суб'єкти, що імітують державну діяльність (*SMEs, State-mimicking Entities*). До категорії *SMEs* належать ряд неурядових організацій, організацій з організованої злочинності, агенцій, що складаються з етичних груп, наприклад, Армія визволення Косова (УЇК / KLA), Організація звільнення Палестини (PLO), Революційні збройні сили Колумбії (FARC).

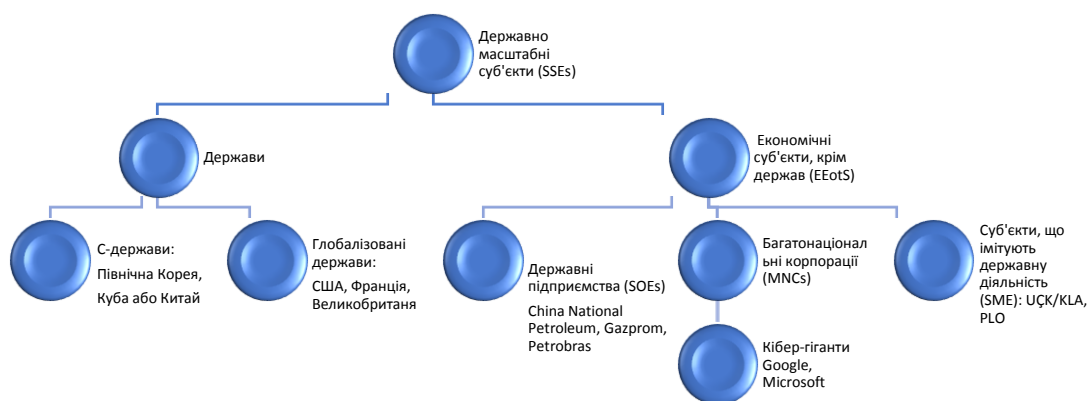


Рис. 1. Структура державно масштабних суб'єктів

Джерело: укладено автором

Найвизначнішою категорією *EEoS* є багатонаціональні корпорації та державні підприємства, які впливають на процеси глобалізації. Термін «транснаціональна комерційна організація» (*TCO, Transnational Commercial Organizations*) використовується для опису корпорацій та бізнес-груп, чії операції, персонал та інфраструктура знаходяться в різних державах. Кібер-гіганти, такі як Google, Facebook або Alibaba, хоча і виступають багатонаціональними компаніями за своєю природою, але створювана ними екосистема робить їх подібними до державно-масштабних суб'єктів, адже вони формують феномен *діджиталгеоекономіку* (*digital geoeconomics*). Діджитал-геоекономічні операції відбуваються майже виключно в сфері віртуального світу та отримують в цьому відношенні ряд унікальних характеристик. По-перше, експлуатуючи «мережевий ефект», вони ростуть і розширюються з тією швидкістю, яка є недоступною для традиційних компаній, що обслуговує своїх клієнтів в прив'язці до фізичних офісів. Тим самим пришвидшується цикл позитивного зворотного зв'язку, швидко перетинаючи порогові значення, властиві для матеріального світу. По-друге, Інтернет дозволяє їм обходити традиційні регулюючі / тарифні бар'єри набагато швидше. Нарешті, вони кидають виклик деяким усталеним ринковим переконанням про «вади монополії».

Як показано на рис. 2, на базовому рівні міститься невелика кількість суб'єктів малого та середнього розміру, таких як невеликі приватні фірми, незалежні підприємці та фахівці з розміром (економічним впливом та вагою) нижче критичної гео економічної маси (S^*), що підпадають під назву «Актори – субдержави» (SSAs, *Sub State Actors*). Якщо розмір перевищує гео економічний поріг (m^*), то SSA перетворюється на SSE.

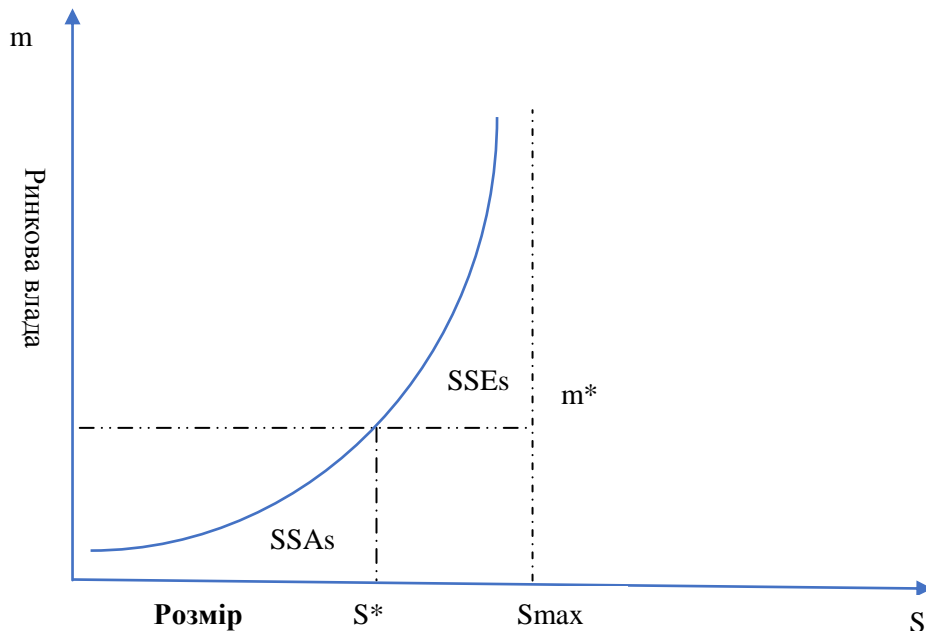


Рис. 2. Ринкова влада як чинник гео економічної позиції

Джерело: розроблено автором

Ще однією категорією акторів, що здійснюють масштабний геополітичний вплив, виступають компанії гіпердержав (*HSE, Hyper State Entities*), які здебільшого складаються з групи потужних держав, міжнародних або регіональних організацій, включаючи організації Бреттон-Вудської системи (СОТ, МВФ, Світовий банк) та групування держав та альянсів (наприклад, ООН, ОБСЄ, НАТО) [1, с. 171]. І хоча за своїм характером вони не є орієнтованими на отримання прибутку, економічний вплив, який вони здійснюють прямо чи опосередковано, формує глобальну політичну та економічну кон'юнктуру.

Висновок. Гео економіка, яка базується на геополітичній риториці, зміщує акцент із властивого в економічній методології підходу до перерозподілу обмежених ресурсів, до питання про боротьбу і суперництво за ресурси. Відтак мова йде не про раціональний розподіл ресурсів під впливом ринкових механізмів чи опосередковано через загально визнану систему управління, а про здатність суб'єктів SSEs до здійснення повного циклу гео економічних процесів. Розглянута таксономія (держави, С-держави, глобалізовані держави та EEotS) охоплює весь спектр глобальної економічної діяльності, методологічно доводячи, що досягнення ефекту масштабу є ключовою метою економічної діяльності та фундаментальним принципом гео економіки. З тим, аби SSA могли

претендувати на набуття статусу SSE, вони мають досягнути відповідних масштабів діяльності та капіталізації, чому сприятимуть процеси розширення бізнес-діяльності, конгломерації чи злиття та поглинання на корпоративному рівні.

Список використаних джерел

1. Резнікова Н., Панченко В. Мінні поля міжнародної економічної політики: як країнам не втратити здатність до розвитку. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 674 с.

Грод Михайло

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Навчально-науковий Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна

РОЛЬ ЗЕЛеної ЕКОНОМІКИ У ЗДІЙСНЕННІ СОЦІОТЕХНІЧНИХ ПЕРЕХОДІВ: ВИСНОВКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНИХ ПРОЦЕСІВ

Існує широкий спектр теоретичних підходів, які використовуються для вивчення та пояснення особливостей переходів, в тому числі, до *циркулярної економіки*. Феномен «зеленої економіки» знаходиться в центрі нового методологічного підходу, який уможлиблює аналіз на макрорівні нових «зелених» способів та географії виробництва та споживання, які лежать в основі циркулярних бізнес-моделей. У той час як «зелена» економіка вперше виникла як концепція у 1980-1990-х роках, що зосереджувала увагу на використанні цінових механізмів для поліпшення екологічних ефектів виробничої діяльності, її останні змістовні варіації прагнуть створити абсолютно нові орієнтири для капіталізму. Ця «нова» «зелена» економіка, яка тепер охоплює міжнародний рівень політекономії, передбачає покарання у вигляді податків за здійснювані викиди вуглецю та квоти на викиди, розвиток відновлюваних джерел енергії, що дозволяє її інтерпретувати як самостійну функціональну область, що охоплює безліч практик виробництва та споживання, закладених у системі реформованого капіталізму. Зокрема, мова йде про: споживання загалом аналогічних продуктів, але з меншим шкідливим соціально-екологічним впливом за допомогою застосування ресурсозберігаючих виробничих процесів; більш глибокі зміни в типах продукції, що продається, і більший акцент на брендингу «зеленої» економіки (наприклад, справедливої торгівлі або органічної продукції), але без обмеження обсягів споживання; радикальний підхід із кількісного скорочення попиту, який складно кореспондується із апелюванням до цілей економічного зростання та розвитку, підкреслених у багатьох позиційних документах із розвитку зеленої економіки. При цьому зелена економіка охоплює не лише продукти, послуги, поведінкові реакції (відповідальний конс'юмеризм) [1, с. 22] та економічні

чинники, а й опозиційні та радикальні рухи, які, реагуючи на зелену економіку, роблять свій внесок у визначення її значення та практики. Різноманітність та вірусний характер таких соціальних рухів ілюструє ініціатива Transition Network, яку просуває Велика Британія, насаджуючи ідею економічної передислокації виробництва у відповідь на побоювання щодо зміни клімату, піку видобутку нафти та підриву стійкості суспільства внаслідок провалів глобалізації та серії фінансових криз кінця XX – початку XXI століття. З 2007 року цей рух виріс з ініціативи одного міста у Тотнесі у Великій Британії до міжнародної мережі з більш ніж 1000 ініціатив, кожна з яких значною мірою самостійно визначає свої цілі та завдання. Спочатку більшість з них були зосереджені на таких сферах, як локальне виробництво продуктів харчування, стійке будівництво, але пізніше розширилися до рівня просування ідеї корпоративної соціальної відповідальності (що передбачає розбудову мережі соціально-орієнтованих підприємств) та створення «паралельної громадської інфраструктури», яка б доповнила, за задумом її архітекторів, існуючі соціально-економічні інститути.

Прикметно, що при категоризації зеленої економіки за функціональними сферами призначення, ми маємо уникати маніпулятивного проведення між ними штучних демаркаційних ліній [2]. Наприклад, соціальні мережі, залучені у фінансову зелену економіку та її взаємодію з інститутами управління, включають не тільки регулятивні та інституційні взаємодії, а й відповідну економічну географію із властивими їй соціокультурними компонентами.

В основі концепції зеленої економіки лежить ідея широкомасштабного переходу до стійкішої, більш справедливої та сталої економіки. Література з соціотехнічних переходів забезпечує очевидну відправну точку для вивчення перехідних процесів, що формують зелену економіку. Спираючись на цей підхід, зелену економіку можна інтерпретувати як відповідь на низку системо-формуючих факторів (стимулів і протидій), що впливають на існуючі політичний, економічний та інституційний контексти, в яких функціонують та розвиваються соціально-технічні режими. Зелена економіка тут постає як результат реакції усталеної системи відносин на сукупність зазначених факторів впливу, яка спрямована на синхронізацію зростання, раціонального використання довкілля на засадах сталості і справедливості за допомогою інновацій, поширення технологій та реформування торговельно-економічних відносин. Соціально-технічні режими також означають мейнстрімні практики, правила та технології, які забезпечують стабільність та зміцнюють панівні соціотехнічні системи в їхньому взаємозв'язку із регулюванням, фінансуванням та поведінковою економікою, у той час як різні галузі та середовище реалізації зелених і циркулярних практик можна уподібнити до соціотехнічних ніш, які здійснюють тиск на діючі режими в спробі замінити їх на альтернативні, що діятимуть на принципах сталості, стійкості та справедливості. Наприклад, інвестиції у чисті технології становлять частину фінансової сфери зеленої економіки, яка, у свою чергу, виступає лише одним із елементів функціонування фінансового сектора [3]. Щодо правил СОТ, які стосуються заходів щодо заохочення розвитку секторів зеленої економіки, то вони

складають лише один із багатьох компонентів ширшого інституційного та регулятивного режиму міжнародної торгівлі. Інституціоналізація справедливої торгівлі [1, с. 23-24] посідає окрему нішу у рамках загальних режимів споживання. Використання аналітичних прийомів перехідних ландшафтів, режимів та ніш забезпечує корисний інструментарій для виокремлення агентів змін на шляху від фінансової глобалізації до зеленої глобалізації, і, відповідно, до механізмів, за допомогою яких окремі сектори, сфери зеленої економіки прагнуть вплинути на існуючі режими міжнародного виробництва і міжнародної торгівлі або замінити їх [4, с. 27]. Наголосимо, що «ландшафт» тут інтерпретується не як природний феномен з позицій географічного підходу, а як результат трансформаційних процесів на шляху до розбудови зеленої та циркулярної економіки із використанням специфіки вихідних природних передумов його становлення.

Виявлення особливостей здійснення соціотехнічних переходів є перспективним для дослідження політекономії метарівня, що форматує зелену і цифрову економіку й абсолютизує необхідність адаптації циркулярних бізнес-моделей в умовах змін клімату за кількома сценаріями: (1) неоліберальної утопії, в межах якої моделюється ситуація, за якою ринки та інституційні інвестори сприяють послідовному відокремленню зростання від впливу на навколишнє середовище за допомогою здійснення широкомасштабних інвестиційних стратегій у галузі відновлюваних джерел енергії та заходів щодо підвищення екологічної ефективності; (2) песимістичного прогнозу, коли невдалі спроби міжнародного співробітництва та нефункціонуючі екологічні ринки призводять до ситуації, коли розвинені країни і країни, що розвиваються здійснюють асиметричні внески в сприяння сталому розвитку; (3) безвуглецевої антиутопії, що передбачає масове впровадження геоінженерії, біопалива, ядерної енергетики та інших інструментів управління довкіллям для забезпечення технологічних рішень, але з високими ризиками для сфери охорони здоров'я, продовольчої безпеки та непрогнозованими побічними ефектами; (4) екологічного кейнсіанства, для якого характерним є посилення державного нагляду за ринками та здійснення масштабних капітальних інвестицій у транспортну та енергетичну інфраструктуру.

Висновок. Для циркулярної економіки, якій властиве відокремлення економічного зростання від обмежених ресурсів, надаючи можливості для бізнесу щодо нових способів створення вартості, отримання доходів, зниження витрат, забезпечення стійкості, питання управління перехідними процесами набуває особливої актуальності. Перспективи розвитку зеленої економіки залежать від ступеня передбачливості, координації чи напрямів ініціатив, що уможливають її реалізацію. Ітеративне (послідовної апроксимації), але цілеспрямоване управління технологічними та управлінськими інноваціями сприятиме багатомірному розвитку зеленої і циркулярної економік, втім перехідні процеси, пов'язані із втіленням нових способів виробництва і споживання, фінансування і торгівлі, передбачають суперництво між альтернативними економічними підходами, адепти і опоненти яких мають солідаризувати свої позиції на засадах сталості і стійкості.

Список використаних джерел

1. Резнікова Н., Панченко В. Мінні поля міжнародної економічної політики: як країнам не втратити здатність до розвитку. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 674 с.
2. Іващенко О.А. До питання про співвідношення понять "зелене зростання", "сталий розвиток", і "зелена економіка": від колізії до консенсусу. Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 17 берез. 2021 р. / Упоряд. О.А. Іващенко. Київ: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2021. С. 132–136.
3. OECD. Towards Green Growth: Monitoring Progress. OECD Indicators. URL: <https://www.oecd.org/greengrowth/48224574.pdf>
4. Reznikova N., Ivashchenko O., Rubtsova M. Global problems as a subject of interdisciplinary studies in the focus of international economic security and sustainable development. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 24–31.

Гусарова Катерина

здобувачка освітньо-наукового рівня вищої освіти
Навчально-науковий Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Київ, Україна

ПОЛІТЕКОНОМІЯ ЗЕЛЕНОГО ПЕРЕХОДУ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ І АМЕРИКАНСЬКОМУ ДИСКУРСІ

Підхід зеленої економіки має велике значення для поточних дебатів про типи економічної та соціальної реорганізації, необхідні для досягнення екологічної стійкості, скорочення викидів, соціальної справедливості та стабільної економіки. Це спричиняє фундаментальне зрушення у використанні ресурсів та переосмисленні факторів виробництва як таких. Вимірювання прогресу у досягненні зеленого переходу на національному, регіональному та міжнародному рівнях опосередковано відбувається за допомогою аналізу ступеня реалізації Цілей сталого розвитку (ЦУР), які були офіційно оголошені у вересні 2015 року, в тому числі, для створення нового імперативу для розвитку і економічного зокрема.

Висновки досліджень, присвячених проблематиці зеленого переходу на принципах сталості, солідаризуються в частині практичних рекомендацій щодо змісту політики декарбонізації з тим, аби вона виявилась успішною. Така політика має відповідати наступним критеріям: (1) орієнтуватися на системні перетворення та радикальні інновації, а не на поступові зміни; (2) надавати пріоритет ефективності, тобто насамперед вирішувати проблеми скорочення діяльності найбільших забрудників довкілля; (3) носити комбінаторний характер, враховуючи специфіку конкретних секторів та сфер її застосування; (4) бути адаптивною до різних фаз переходу; (5) реагувати на непередбачені події і діяти превентивно; (6) вчасно нівелювати фактори протидії та

нейтралізувати руйнівні ефекти для різних індустрій. Й. Келер, Ф. В. Геелс, Ф. Керн, Дж. Маркард, А. Вічорек, Ф. Алкемаде та П. Уеллс [1] критично оцінюють дієвість економічної політики, орієнтованої на вирішення довгострокових проблем, таких як зміна клімату або зменшення соціальної нерівності, без виникнення дистрибутивного конфлікту (до прикладу, між країнами центру і периферії ЄС або між депресивними та процвітаючими регіонами).

Система переконань щодо дієвості технологічних інновацій виступає відправним пунктом аргументів на користь «зеленого зростання». За рахунок інновацій певні вичерпні ресурси (фосфор, рідкісноземельні елементи та ін.), на думку адептів даної точки зору, не становлять проблеми для економіки, щойно з'являються інноваційні рішення, які зменшують необхідність використання природних ресурсів, а відтак – факторів виробництва. Відповідно, забруднення та викиди CO₂ продовжуватимуть знижуватися по мірі досягнення технологічного прогресу і продукування шумпетеріанських творчих деструкцій. Натомість економісти-екологи стверджують, що цей технологічний прогрес має межі. По-перше, роботизовані процеси виробництва завжди вимагатимуть ресурсів та енергії для забезпечення їхньої діяльності, незважаючи на рівень інноваційного розвитку. Як наслідок, рівень виробництва (світовий ВВП) обмежений необхідними ресурсами, землею та енергією. Оскільки останні обмежені, відтак і темпи росту ВВП обмежені. По-друге, і це вагомий аргумент, технічний прогрес не в змозі достатньою мірою пом'якшити вплив економічного виробництва на найважливіші екосистеми Землі, які регулюють наш клімат. Відтак питання полягає не просто в тому, чи можна досягти зростання ВВП з більшою «екологічною ефективністю», використовуючи дедалі менше ресурсів на одиницю продукції, але чи можна мінімізувати у такий спосіб вплив на довкілля. Це також стосується досягнення точки рівноваги, в якій абсолютний рівень використання ресурсів, відходів та забруднення перетинає екологічні точки неповернення, внаслідок чого зміна клімату, втрата біорізноманіття та шкода іншим функціям життєзабезпечення в планетарних масштабах стають незворотними. Подібне теоретизування має практичне значення для формування відповідних політик, що супроводжують і уможливають зелений перехід. Для прихильників зеленого зростання, таких як Р. Хабек [2], інвестиції, подібні до тих, які були запропоновані Німеччиною, а також ЄС та США, можуть прискорити використання зелених технологій, тим самим вирішуючи екологічні проблеми та збільшуючи добробут. Проти цього прихильники уповільнення зростання стверджують, що збільшення інвестицій обов'язково призведе до збільшення споживання енергії та ресурсів. Якщо інвестиції збільшують економічне виробництво, це компенсує відносне зниження екологічної ефективності на одиницю продукції і, таким чином, загрожує зеленому переходу. При цьому програми покращення стану довкілля, засновані на зростанні ВВП, просто приречені на провал.

В політекономії зростання Німеччини процвітання не обмежується зростанням відповідних макроекономічних індикаторів, що відповідають концепції ВВП в рамках ринкової економіки. Р. Хабек наголошує на необхідності впровадження нових індикаторів зростання для демонстрації динамічних змін в системі, яку він називає «соціально-екологічною ринковою економікою» (СЕРЕ), при цьому не пропагуючи фундаментального відходу від економічного зростання. Регулювання та втручання з боку уряду в парадигмі СЕРЕ – дієвий механізм досягнення процвітання та сталого економічного зростання за рахунок реалізації соціально та екологічно відповідальної політики [3]. Додатково атрибути «соціальний» і «екологічний» визначають загальне розуміння подальших цілей крім економічного процвітання, забезпечення соціальної інтеграції та екологічної стійкості. Як соціальна інтеграція, так і екологічна стійкість загалом позитивно впливають на продуктивність і є самодостатніми цілями, цінність яких залежить від безпосередніх виробничих можливостей всіх акторів на стороні попиту і пропозиції, а також із врахуванням наявних природних ресурсів. Соціальний характер економічної системи виявляється у загальному соціальному забезпеченні держави та перерозподілі доходів через прогресивну податкову систему. Система забезпечує соціальну участь для всіх членів суспільства, задовольняючи їхні основні потреби та запобігаючи бідності. Ядро німецької держави загального добробуту вимагає, щоб усі члени суспільства вносили солідарний внесок відповідно до своїх індивідуальних здібностей і несли спільну відповідальність за тих, хто – тимчасово чи постійно – не в змозі утримувати себе (принцип платоспроможності, «Leistungsfähigkeitsprinzip»). Прагнення до соціальної рівноваги включає рівність можливостей незалежно від особистого добробуту, статі, етнічної приналежності, релігії або будь-яких інших індивідуальних обставин. Якісна та безкоштовна освіта, розвинена система професійного навчання, подолання професійних та соціальних бар'єрів – запорука рівних можливостей, винагороди за заслуги та, як наслідок, соціальної згуртованості. У той час як питання соціальної справедливості історично були в центрі політики, екологічні проблеми проявились порівняно недавно, коли все більш помітною стає обмеженість ресурсів, зміна клімату, незворотне руйнування природного довкілля, погіршення стану навколишнього середовища. Отже, економічне зростання терміново потребує відокремлення від використання природних ресурсів (включаючи землю). Однак ринкові сили за своєю природою зазвичай не враховують загальні активи (або «суспільні блага»), такі як здорове та різноманітне навколишнє середовище. Ринкові ціни не відображають екологічної шкоди, оскільки остання є зовнішнім ефектом (екстерналією). Тому суспільству необхідно активно вживати заходів щодо захисту та збереження навколишнього середовища. Зокрема, екологічний характер німецької ринкової економіки знаходить своє відображення в: інтерналізації зовнішнього впливу на довкілля, наприклад, шляхом ціноутворення на викиди парникових газів та зобов'язання виробників

знижувати забруднення навколишнього середовища; активному розвитку технологій з декарбонізації; переході до економіки замкнутого циклу, що підтримується за рахунок повторного використання ресурсів та підвищення ефективності використання матеріалів та енергії.

Подібний підхід відображено також в Європейському зеленому курсі Урсули фон дер Ляйєн або інфраструктурному пакеті Джозефа Байдена [4]. Для них ідея зростання синонімічна із ідеєю прогресу. Одна із причин нерішучості вийти за рамки ідеї зеленого зростання може полягати в тому, що продуктивний синтез двох полюсів проєкологічних наративів ще не розроблений, незважаючи на зусилля таких інституційних акторів, як ОЕСР, Європейське агентство з навколишнього середовища або Німецьке агентство з навколишнього середовища, хоча вони й просуваються у цьому напрямку.

Висновки економістів, політиків і стейкхолдерів, які опікуються питаннями співвідношення економічного росту, боротьби зі змінами клімату, добробуту та подолання нерівності, можна вкрай апроксиматично розділити на два протилежні полюси: тоді як перші займають більш радикальну та категоричну позицію уповільнення зростання (підтримка зростання ВВП при зниженні енерго- та матеріаломісткості до екологічно та соціально прийняттого рівня неможлива, вкорінені механізми накопичення капіталу породжуватимуть нерівність, відтак ВВП у розвинених країнах має знижуватися), інші відстоюють більш збалансований помірний підхід (ідея зростання ВВП глибоко вкорінена у суспільну думку, будучи тісно пов'язаною зі зростанням доходів домогосподарств, рівня зайнятості, державних податкових надходжень, підтримки пенсійних систем та реалізації інтересів підприємців і промисловців, відтак заперечення економічного зростання призводитиме до політичного самогубства). Окреслене формує запит на формування нової економічної політики, яка б забезпечувала «зелений» перехід і була б спрямована на те, щоб зробити зростання більш інклюзивним (егалітарним) та «зеленим».

Список використаних джерел

1. An Agenda for Sustainability Transitions Research: State of the Art and Future Directions / J. Köhler, F. W. Geels, F. Kern, J. Markard, A. Wieczorek, F. Alkemade et al. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. 2019. Vol. 31. P. 1–32. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2210422418303332>
2. ZEW. The Struggle to Create a Socio-Ecological Market Economy. 2022. URL: <https://www.zew.de/en/zew/news/the-struggle-to-create-a-socio-ecological-market-economy>
3. GIZ. HE SOCIAL-ECOLOGICAL MARKET ECONOMY IN GERMANY. General characteristics, main features and current challenges of a unique and successful economic system. 2018. URL: https://www.reformgestaltung.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/GIZ_Standard_A4_hoch_en_DIW_web.pdf
4. Резнікова Н., Панченко В. Мінні поля міжнародної економічної політики: як країнам не втратити здатність до розвитку. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 674 с.

Novytska Maryna

PhD candidate

The Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy

Cherkasy, Ukraine

PREREQUISITES FOR THE DIGITAL DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

The development of the national economy is a complex process and should be considered using a multidimensional approach. When analyzing the factors that determine the course of this process, it should be taken into account that some factors have a direct effect, while others have an indirect effect. Development factors that are well consistent with classical models of economic development include the following:

- strategic location is of great importance and can provide an advantage in terms of the availability and quality of the main natural factors - land, air and water;
- politics at the local, regional and national levels can play an important role in decision-making related to regional development;
- the availability of natural resources can be a decisive factor in terms of economic productivity and sustainability;
- the availability of human resources, depending on the level of qualification, can significantly affect economic development.

In the studies of recent decades, the presence of so-called industrial clusters, that is, the territorial concentration of companies of one or more related industries, including companies included in the supply chain, is often considered as factors of regional development. All of the above confirms the relevance of the topic of the dissertation research and defines its goal, to achieve which a number of tasks are set and solved within the framework of the research.

Table 1 highlights the main tasks related to the development of the digital economy, which must be solved by the state. All these tasks affect the interests of the regions of the country and cannot be solved without their participation [3].

Within the framework of the global digital space, regions can act as independent subjects of global processes, and the socio-economic structure of the region in the conditions of the digital economy becomes not only a condition of self-identification, but also a system property. In the conditions of the digital economy, information becomes a new economic resource in the regional socio-economic system, which complements the "classical" triad of "land, labor, capital" in economic models on the scale of the socio-economic system of the region [5].

The priority directions of the development of the digital economy both from the point of view of the tasks to be solved and from the point of view of the use of digital tools should be determined by the regions independently, based on its specificity as a territorial socio-economic unit that seeks to preserve its own identity both in the global space and in the current situation. For example, in agrarian regions, the priority of digitalization can be agriculture, and in industrial regions, the main effect

can be achieved from the digitalization of industrial production. The choice of priority directions for the development of the digital economy should also take into account the need to create a balanced structure of the regional economy and maintain a basic level of self-sufficiency to meet the basic needs of the population [4].

Table 1

Tasks of the digital economy in relation to the development of the national economic system

Task of the state	The role of regions
Guarantee the stability and security of the infrastructure	In the regions, a reasonable basic level of infrastructure provision should be provided and mechanisms for its support should be formed
Ensure the proper level of population education, including digital literacy	Linking the need for education, including digital literacy, with the initial level and capabilities of the regional education system and its personnel support
Create "rules of the game" that attract intellectual resources, rather than scare them away	At the regional level, a single regulatory framework should be created that prevents unfair competition and discrimination in all forms, based on which each region establishes the "rules of the game" based on a specific situation
Connect the digital economy with the banking, postal, media, and industrial spheres. Connect the national infrastructure with the international digital industry.	Regions should plan changes, based on the presence on their territory of objects of the listed spheres and established connections with similar objects in other regions
Give the industry the necessary benchmarks through forward-looking forecasting	Taking into account the original heterogeneity of the regions, guidelines should be formed for the regional level in order to prevent negative social changes

In our opinion, for a more accurate account of the contribution of the digital economy, the information and communication technology sector should be singled out in statistical accounting as an independent one, which will allow tracking the direct contribution of digitization to the economy and evaluating indirect and induced contributions by identifying dependencies based on statistical data.

References

1. Yakushev O., Zakharova O., Podluzhna N., Yakusheva O. Regional policy of advanced ICT in the minds of forming economy knowledge *16th International Conference on ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer*. Volume I: Main Conference, ICTERI 2020; Kharkiv; Ukraine. Vol. 2740, 2020, P. 386-391 [in English]

2. Kirilyuk E.M. Osoblyvosti cinoutvorennja na rynkah informatsionnyh produktiv i poslug. [Peculiarities of pricing in the markets of information products and services] *Innovative economics*. 2015. No. 3(58). P. 248–251 [in Ukrainian]

3. Pyshchulina O. Cyfrova ekonomika: trendy, ryzyky ta social'ni determinanty [Digital economy: trends, risks and social determinants] Kyiv. " Zapovit " Publishing House, 2020. 274 p. [in Ukrainian]

4. Rud Yu.L. Vseosjzhnyj rozvytok jak nova model' economic rozvytku nacional'noi ekonomiky [Comprehensive development as a new model of economic development of the national economy] *Black Sea Economic Studies*. 2017. Issue 13-1. P. 237–244. [in Ukrainian]

5. Tulchynska S.O., Korzun L.S. Cyfrovizacija jak zasib transformasii' ekonomiky Ukrai'ny [Digitization as a means of transforming the economy of Ukraine] *Collection of scientific works "Actual problems of public administration"*. Vol. 2. No. 83. 2021. P.53 [in Ukrainian]

Філюк Микола

здобувач бакалаврського рівня вищої освіти

Іщук Леся

к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Луцьк, Україна

ПРИЧИНИ СВІТОВОЇ ІНФЛЯЦІЇ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ

Інфляція – це тривале зростання загального рівня цін, що відображує зниження купівельної спроможності грошової одиниці. Глобальна інфляція, за оцінками МВФ, з 4,7% у 2021 році прискориться до 8,8% у 2022 році, а після цього почне поступово сповільнюватись. 2023 року інфляція становитиме 6,5%, а 2024 року – 4,1% [1]. Внаслідок таких високих показників ціни на споживчі товари в більшості країн збільшуються декілька разів на місяць. Головними причинами високої інфляції є наслідки «коронакризи» та повномасштабна війна Росії проти України.

На початку 2020 року через коронавірусну інфекцію, щоб боротися з її поширенням, більшість країн світу змушенні були застосувати карантинні заходи, що дуже сильно вдарило по економіці.

У зв'язку з глобальною пандемією COVID-19, у багатьох країнах збільшилися обсяги викидів грошей для підтримки економіки та запобігання її краху.

Наприклад, США здійснили велику емісію грошей, випустивши два пакети стимулюючих заходів на суму \$2,2 трильйона та \$900 мільярдів у 2020 році. Європейський союз також запровадив стимулюючу програму на суму €750 мільярдів, яка забезпечує емісію єврооблігацій. У багатьох інших країнах світу також були здійснені емісії грошей для підтримки економіки та зменшення впливу пандемії на громадський сектор.

Не менш важливою причиною високої інфляції є війна Росії проти України, насамперед через нею енергетичну кризу. На початку війни частка

російського газу становила 40% від усього імпортованого газу в ЄС. Сьогодні вона знизилася до 9% від газового імпорту.

В серпні 2022 року ціна газу в ЄС підскочила до історичного максимуму в 350 євро за мегават-годину через значний дефіцит, спричинений скороченням обсягів газопостачання Росією. Також, щоб зменшити доходи Російської Федерації, країнами G7, ЄС та Австралії було введено обмеження на купівлю та ціну російських енергоресурсів.

Більшість країн світу стикнулися з рекордною інфляцією за кілька десятиліть, за підсумками 2022 року на ринку акцій ціна зросла тільки у компаній, пов'язаних з енергетичним сектором, в той час коли індекс Nasdaq Composite, наповнений «хайповими» технологічними компаніями, втратив третину вартості, а ключові його компоненти знизилися набагато сильніше:

- Tesla: - 66%;
- Facebook (Meta Platforms): - 65%;
- Amazon: - 50%;
- Nvidia: - 50%;
- Google (Alphabet): - 39% [2].

Ймовірним рішенням проблеми стане поступове зменшення ключової ставки центральними банками країн, що допоможе поживити світову економіку, але такі рішення відбудуться тільки після того, як вони приборкають високу інфляцію. Проблему високих цін на енергоресурси вдалося приборкати через диверсифікацію поставок та зменшення попиту через «теплу зиму». Війна може бути закінчена тільки перемогою України, для досягнення чого вона потребує фінансової допомоги та постачання зброї, що матиме довгострокову перспективу в забезпеченні безпеки у Європі.

Список використаних джерел

1. Світова інфляція: де вона буде найвищою - експерти <https://zib.com.ua/ua/153402.html> (дата звернення 20.02.2023)
2. Підсумки 2022 року: як змінилася ІТ-індустрія з початком війни? <https://speka.media/pidsumki-2022-roku-yak-zminilasya-it-industriya-z-pocatkom-viini-9wgg0p> (дата звернення 20.02.2023)

Шепель Олександра

здобувачка освітньо-наукового рівня вищої освіти
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Київ, Україна

ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

Базова модель міжнародної трудової міграції передбачає, що населення переважно мігрує з економічних причин – за умови, що очікуваний дохід у країні міграції перевищує очікуваний дохід у країні походження за

вирахуванням витрат на переїзд і пошук роботи в країні цільового призначення. Однак, за ситуації коли домогосподарство не може отримати доступ до адекватного обсягу ресурсів, що необхідні для переїзду до країни цільового призначення, оцінювана різниця в рівні доходів у країні-реципієнті та країні-донорі робочої сили втрачає економічний зміст.

За адекватної підтримки відповідної політики міжнародна міграція може сприяти інклюзивному та сталому економічному розвитку. Зокрема, цей взаємозв'язок відображено у ЦСР №10.7.2 [1]. Зауважимо, що дана ціль сталого розвитку дає підґрунтя для закликів до національних урядів сприяти впорядкованій, безпечній і відповідальній міграції та мобільності населення, у т.ч. шляхом імплементації спланованої та керованої міграційної політики. Базові міжнародні документи в даній царині [2] також чітко вказують важливість ефективної та обґрунтованої міграційної політики, що має за мету досягнення довготривалих результатів в практичній площині – зокрема, стимулювання соціально-економічного розвитку на мікро- та макро-рівнях як в країні-реципієнті, так і країні-донорі робочої сили.

Зауважимо, що політика сприяння впорядкованій, безпечній і відповідальній міграції широко поширена по світу – зокрема, відповідно до даних ООН більше половини досліджених урядів за регіонами світу дотримуються такої моделі. Наприклад, у країнах Центральної та Південної Азії, а також Південної Америки найвища частка урядів, які частково або повністю дотримувалися вищезазначеного підходу до державної політики в даній царині – за даними регіонами вага таких урядів складає 80% і 79% відповідно [3]. Наголосимо, що на 3-й позиції з помітно нижчим показником (61% дослідженої вибірки) перебувають уряди найбільш економічно розвинених країн (регіони Європи та Північної Америки) [3].

Відповідно до ЦСР №10.7.2 більше половини аналізованих урядів (54% дослідженої вибірки) мають широкий спектр державних політик для сприяння міграції та мобільності населення, що здійснюється в упорядкований, безпечний і відповідальний спосіб. Крім того, з точки зору аналізу конкретних заходів державної політики для сприяння співпраці між країнами та ключовими стейкхолдерами в площині міжнародної трудової міграції 91% досліджених урядів вказують, що вони мають міжвідомчий механізм координації міжнародної трудової міграції [4]. Додатково вказується, що 90% досліджених урядів уклали двосторонні угоди щодо міграції з іншими країнами, що свідчить про високий рівень якості управління міграційною політикою [4].

Аналіз [4] також вказує, що уряди часто застосовують комплексні підходи до управління міжнародною трудовою міграцією, більшість з яких зосереджені на проблематиці управління вхідними та вихідними потоками міграції. Однак, також привертається увага до того, що міграційна політика часто не повністю узгоджена з іншими ключовими державними політиками в інших царинах, а саме в площинах сталого розвитку, боротьби зі стихійними лихами та наслідками зміни клімату. Зважаючи на це, додатково в рамках аналізу даної проблематики важливо висвітлювати загальні цілі сталого розвитку [13].

Перелік релевантних для досліджуваної проблематики цілей сталого розвитку подано на рис. 1.



Рис. 1. Перелік релевантних цілей сталого розвитку в контексті міграційної політики

Джерело: складено автором на основі даних [6]

Дотримання вищезазначених цілей є ключовим в досягненні довготривалих і стабільних результатів в рамках планування та імплементації державної політики в сфері міжнародної трудової міграції. Зауважимо, що за умови врахування даних цілей ефект прямо або опосередковано виявляється в розрізі широких груп стейкхолдерів як на мікро-, так і макро-рівні та сприяє соціально-економічному зростанню як на коротко-, так і довгостроковому часовому горизонті.

Висновок. Міжнародна трудова міграція впливає на внутрішню політику країни-реципієнта робочої сили в аспектах безпеки, освіти, соціального забезпечення, державних послуг, іншого. При цьому чиниться вплив соціально-політичного характеру і на країну-донора робочої сили – в першу чергу, в частині державної політики щодо діаспори, а також проблематики підтримання соціально-економічного та демографічного балансу на рівні країни, регіону, окремої території [7, с. 2]. Відповідно перед країнами-донорами часто постає складна задача, що полягає в необхідності з одного боку балансування підтримки адекватного рівня доходів домогосподарств і забезпечення стабільного притоку валюти до країни – та з іншого боку забезпечення захисту прав громадян, які зайняті закордоном. В цьому контексті уряд країни-донора робочої сили усвідомлює, що не може ігнорувати масові порушення базових прав людини, яких зазнають громадяни за кордоном – при цьому надмірно зосереджуючись суто на потребах економічного зростання та підтримання макроекономічної стабільності на короткостроковому горизонті часу [8].

Список використаних джерел

1. Матеріали SDG Indicator 10.7.2 on Migration Policies. *UN*. 2022. URL: <https://www.un.org/development/desa/pd/data/sdg-indicator-1072-migration-policies> (Дата доступу: 01.12.2022).
2. Матеріали Global Compact for Safe, Orderly and Regular Migration. *IOM*. 2022. URL: <https://www.iom.int/global-compact-migration> (Дата доступу: 01.12.2022).
3. Матеріали International Migration 2020 Highlights №ST/ESA/SER.A/452. *UN Department of Economic and Social Affairs, Population Division*. 2021. URL: <https://www.un.org/en/desa/international-migration-2020-highlights> (Дата доступу: 01.12.2022).
4. International Migration 2019 Report. UN Department of Economic and Social Affairs. 2020. URL: https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/InternationalMigration2019_Report.pdf (Дата звернення: 01.12.2022).
5. Матеріали 2030 Agenda for Sustainable Development. *UN*. 2022. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda> (Дата доступу: 01.12.2022).
6. Brown-Gort A. Los efectos políticos de la migración. *Foreign Affairs Latinoamérica*. 2016. №16(4). С. 1–3.
7. Wickramasekara P. Rights of Migrant Workers in Asia: any light in the end of the tunnel? ILO International Migration Papers. №75. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---migrant/documents/publication/wcms_201441.pdf (Дата доступу: 01.12.2022).
8. Beine M. Comparing Immigration Policies: An Overview from the IMPALA Database. *International Migration Review*. 2015. №4. С. 827–863.

СТРАТЕГІЇ ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ РЕГІОНІВ

Кощій Оксана

д.е.н., професор

Кльок Євгеній

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти

Луцький національний технічний університет

Луцьк, Україна

ВІДНОВЛЕННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Розвиток світового господарства нині ґрунтується на міжнародному і транснаціональному поділі праці, інтернаціоналізації виробництва та глобалізації. Тенденція до глобалізації міжнародного економічного простору провокує загострення суперечок між країнами та конкуренцію між ними. Все це актуалізує питання підвищення глобальної конкурентоспроможності країн, пошуку шляхів здобуття ними конкурентних переваг та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі [1].

Проблемі забезпечення конкурентоспроможності країн на світовому ринку присвятили праці Боровик Т.М., Гусенко О.С., Дернова І.А., Іванов С.В., Кравченко Л.В., Сілічева Н.Є., Сторонянська І. З. та ін.

Передумовою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності країни є її оцінювання. Лише володіючи інформацією про рівень конкурентоспроможності країни, можна реально оцінити стан справ та прийняти обґрунтовані рішення щодо її підвищення.

Згідно з результатами дослідження IMD у 2021 р., лідируючі позиції за рівнем конкурентоспроможності займали Швейцарія (перше місце), Швеція (друге місце) та Данія (третє місце) (табл. 1).

Україна у даному рейтингу у 2021 р. посідала 54 місце серед 64 країн. При цьому позиція України у 2021 р. була на один пункт вищою порівняно з рівнем 2020 р. Це свідчило про наявність проблем у сфері забезпечення конкурентоспроможності національної економіки у 2021 р. Однак у 2022 р. ситуація суттєво змінилась. Війна в Україні вкрай негативно вплинула на стан національної економіки та спричинила значні виклики та загрози для розвитку України, в т.ч. і у сфері її конкурентоспроможності на світовому ринку. Починаючи від початку війни Україна зазнала впливу наступних деструктивних чинників [3]: значні втрати людського потенціалу; закриття підприємств у зоні бойових дій, руйнування критичної інфраструктури і житла; скорочення експорту, що спровокувало зупинку низки стратегічних для вітчизняного експорту підприємств, скорочення обсягів виробництва, порушення логістики, передусім морської; загрози продовольчій і енергетичній безпеці країни;

виникнення дефіциту бюджету тощо. Все це становить суттєву загрозу для розвитку національної економіки у майбутньому та забезпечення її конкурентоспроможності на світовому ринку. Виникає потреба у пошуці шляхів відновлення національної економіки у повоєнний період та підтримання рівня її конкурентоспроможності.

Таблиця 1

Рейтинг конкурентоспроможності країн світу

Країни	Місце у рейтингу		Зміна рейтингу 2021/2020, +/-
	2021 р.	2020 р.	
Швейцарія	1	3	+2
Швеція	2	6	+4
Данія	3	2	-1
Нідерланди	4	4	-
Сінгапур	5	1	-4
США	10	10	-
Німеччина	15	17	+2
Великобританія	18	19	+1
Франція	29	32	+3
Португалія	36	37	+1
Польща	47	39	-8
Туреччина	51	46	-5
Болгарія	53	48	-5
Україна	54	55	+1
Мексика	55	53	-2
Бразилія	57	56	-1
Аргентина	63	62	-1
Венесуела	64	63	-1

Примітка. Сформовано на основі даних джерела [2]

Відновлення національної економіки у повоєнний період та забезпечення її належного рівня конкурентоспроможності неможливе без чіткої державної стратегії. У ситуації руйнування економіки, браку фінансових ресурсів успіх вирішальним чином залежить від злагодженості і системності державної економічної політики та її націленості на конкретні показники якісних змін. І саме вірно розроблена стратегія та обрані стратегічні орієнтири розвитку можуть відігравати вирішальну роль у відновлення економіки країни.

Можна виділити наступні стратегічні напрямки відновлення економіки України у повоєнний період та забезпечення її конкурентоспроможності на світовому ринку [4]: зміна системи управління; посилення військового силового блоку та виробничо-промислового комплексу; відновлення критичної інфраструктури; забезпечення продовольчої і паливної безпеки; відновлення і будівництво житла, промислових об'єктів; стимулювання і підтримка експорту.

Реалізація стратегії повоєнного відновлення економіки України має розпочатися відразу після завершення бойових дій і формування міжнародних

гарантій безпеки. Можна виділити наступні етапи відбудови національної економіки [5]:

- реанімація, яка передбачає стабілізацію безпекової і гуманітарної ситуації, відбудову критичної інфраструктури;
- відновлення, яке передбачає створення умов для повернення громадян до місць постійного проживання та відбудову основних економічних об'єктів і створення можливостей для зайнятості;
- модернізація, яка передбачає реалізацію інвестиційних проєктів зі створення системи сучасних виробничих і інфраструктурних об'єктів, формування секторів – «локомотивів» довгострокового розвитку країни та підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Висновок. Для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності України у довгостроковій перспективі слід у повоєнний період приділити увагу відновленню її економіки. При цьому слід зосередити увагу на наступних пріоритетних напрямках: зміна системи управління; посилення військового силового блоку та виробничо-промислового комплексу; відновлення критичної інфраструктури; забезпечення продовольчої і паливної безпеки; відновлення і будівництво житла, промислових об'єктів; стимулювання і підтримка експорту.

Список використаних джерел

1. Дернова І.А., Боровик Т.М., Кравченко Л.В. Глобальний вимір конкурентоспроможності України. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 29–34.
2. Рейтинг конкурентоспособности стран 2021 – IMD. URL: <http://surl.li/fyenp>
3. 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. Долишнього НАН України». 2022. 70 с.
4. Опанасюк В. Українське повоєнне диво: від плану до втілення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 3. С. 218–226.
5. Концепція стратегії повоєнного відновлення та розвитку України. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-05/stratvidnovlennya-koncept-v2.pdf>

Пирог Ольга

д.е.н., професор

Національний університет «Львівська політехніка»

Львів, Україна

ТОВАРНА ІМПОРТОЗАЛЕЖНІСТЬ УКРАЇНИ ВІД РОСІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДОЛАННЯ

Україна як суверенна державна стійко відстоює свою незалежність від протиправних дій країни-агресора – росії протягом 9 років (з 2014 р.). Незважаючи на те, що загарбницькі дії проти України тривають вже майже 10 років, залишається невирішеною проблема щодо товарної імпортозалежності України від росії у певних видах економічної діяльності. Слід зазначити, що зовнішньоекономічні зв'язки з росією були надтісними з моменту набуття

незалежності України, оскільки протягом довгих років зберігались господарські, виробничі та логістичні ланцюги суб'єктів господарювання, які були сформовані ще за часів Радянського Союзу.

Аналізування динаміки та структури імпортування товарів в Україну за період 1996–2021 рр. свідчить, що росія займала лідируючі позиції торговельного партнера країни до 2018 р.:

1) щодо географічної динаміки: у період 1996–2004 рр. питома вага імпортованих товарів з росії була найбільшою серед країн-торгівельних партнерів та зменшувалась з 49,9% до 41,8%; у період 2005-2013 рр. питома вага росії в імпортуванні товарів також залишалась найбільшою, але з динамікою до зменшення (з 35,5% у 2005 р. до 30,5% у 2013 р.). З початком загарбницьких дій росії у 2014 р., її питома вага в імпортування товарів почала суттєво щороку зменшуватись: з 23,3% у 2014 р. до 8,36% у 2021 р. Слід зазначити, що лише з 2019 р. питома вага росії в імпортування товарів стала менше 10%. Отже, питома вага росії в імпортуванні товарів за цей період скоротилась у 6 разів (з 49,92% у 1996 р. до 8,36% у 2021 р.);

2) щодо географічної структури: протягом 1996-2019 рр. росія зберігала лідерські позиції серед країн-імпортерів товарів до України при тенденції до зниження питомої ваги у 3,5 рази: з 49,9% у 1996 р. до 14,15% у 2018 р. З 2019 р. лідерські позиції серед країн-імпортерів займає та щороку посилює Китай (15,14% у 2019 р.);

3) щодо динаміки за областями України: протягом 1996–2014 рр. всі області України активно імпортували товари з росії. Однак, після 2014 р. області України поступово змінювали вектори торговельних відносин з імпортування товарів з росії до країн ЄС та Китаю: області Західного, Північного та Центральних регіонів України активно налагоджували імпортування товарів з країн ЄС, області Південного та Східних регіонів України – поступово налагоджували імпортування товарів з Китаю та країн ЄС;

4) щодо товарної структури за підходом «країна – товар»: протягом 1996 – 2020 рр. структура імпортованих товарів з росії в Україну залишалась постійною. Найбільшу питому вагу займали такі групи товарів, однак й цим товарним групах характерні спадаючі тенденції: паливо, нафта і продукти її перегонки (з 68,09% у 1996 р. до 56,82 % у 2020 р.), машини та електротехнічне обладнання (з 10,47% у 1996 р. до 9,12% у 2020 р.), транспорт (з 2,89% у 1996 р. до 2,0% у 2020 р.) та мінеральні продукти (з 2,16% у 1996 р. до 1,17% у 2020 р.). Товарні групи, які характеризувались тенденціями зростання питомої ваги, імпортувались з росії: недорогоцінні метали (з 4,23% у 1996 р. до 9,42% у 2020 р.), полімерні матеріали та пластмаса (з 4,51% у 1996 р. до 6,83% у 2020 р.), продукція хімічної промисловості (з 2,57% у 1996 р. до 6,16% у 2020 р.), деревина (з 2,41% у 1996 р. до 3,71% у 2020 р.) та вироби з каменю та скла (з 0,58% у 1996 р. до 2,22% у 2020 р.). Також, імпортувались такі товарні групи з постійною, незначною питомою вагою: текстильні матеріали та текстильні вироби (з 1,0% у 1996 р. до 0,82% у 2020 р.), готові харчові продукти (з 0,11% у 1996 р. до 0,51% у 2020 р.), овочі (з 0,14% у 1996 р. до 0,47% у 2020 р.) та різні товари (з 0,44% у 1996 р. до 0,7% у 2020 р.);

5) щодо товарної структури за підходом «товар – країна»: протягом 1996–2004 рр. більшість імпортованих товарних груп ввозилась переважно з росії. За цей період за такими товарними групами, як паливо, нафта і продукти її перегонки (з 71,17% у 1996 р. до 74,95 % у 2004 р.) та недорогоцінні метали (з 46,96% у 1996 р. до 48,25% у 2004 р.) було нарощено обсяги імпортування. За іншими товарними групами, що імпортувались з росії, обсяги мали тенденцію до зменшення: полімерні матеріали та пластмаса (з 51,62% у 1996 р. до 22,63% у 2004 р.), мінеральні продукти (з 50,66% у 1996 р. до 28,69% у 2004 р.), транспорт (з 44,58% у 1996 р. до 27,05% у 2004 р.), деревина (з 41,39% у 1996 р. до 26,39% у 2004 р.), машини та електротехнічне обладнання (з 38,21% у 1996 р. до 22,26% у 2004 р.), вироби з каменю та скла (з 31,83% у 1996 р. до 25,96% у 2004 р.) та продукція хімічної промисловості (з 22,0% у 1996 р. до 18,29% у 2004 р.). Протягом 2005–2016 рр. відбулась поступова зміна торговельних партнерів з імпортування таких груп товарів, як машини та електротехнічне обладнання – з 2005 р. імпортується з Німеччини та Китаю; транспорт – з 2008 р. з Японії та Німеччини; мінеральні продукти – з 2008 р. з Гани, Австралії та Південної Африки; вироби з каменю та скла – з 2008 р. з Швейцарії, Польщі та Китаю. Лише такі групи товарів, як паливо, нафта і продукти її перегонки; продукція хімічної промисловості; недорогоцінні метали; полімерні матеріали та пластмаса – традиційно імпортувались із росії до 2018 р. З 2018 р. за всіма групами імпортованих товарів Україна знайшла торговельних партнерів (Китай, Німеччина, Польща та інші країни), за виключенням такої групи, як паливо, нафта і продукти її перегонки (34,85% у 2020 р.).

б) щодо технологічної інтенсивності товарів, що імпортувались: за результатами розрахунків за методичними засадами [1] було встановлено, що протягом 1996–2019 рр. з росії імпортувались, переважно, товари середньонизько- (паливо, нафта і продукти її перегонки; мінеральні продукти; недорогоцінні метали; полімерні матеріали та пластмаса;) та середньовисокотехнологічні (машини та електротехнічне обладнання; транспорт; продукція хімічної промисловості) товари, які використовувались у переробній промисловості України.

У ході дослідження було розраховано рівень імпортозалежності національної економіки України за методичними засадами [2, с. 63; 3, с. 124], використовуючи матриці «витрати-випуск» [4]. За результатами розрахунків можна стверджувати, що протягом 2012-2020 рр. високий рівень товарної імпортозалежності (понад 75%) відстежується у таких видах економічної діяльності, як текстильне виробництво, виробництво одягу (95% у 2012 р. – 73% у 2020 р.), виробництво продуктів нафтоперероблення (75% у 2013 р. – 76% у 2020 р.), виробництво хімічних речовин і хімічної продукції (69% у 2012 р. – 76% у 2020 р.), виробництво фармацевтичних продуктів (76% у 2012 р. – 64% у 2020 р.), виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції (100% у 2012 р. – 96% у 2020 р.), виробництво електричного устаткування (60% у 2012 р. – 83% у 2020 р.), виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань (83% у 2012 р. – 87% у 2020 р.) та виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів (67% у 2012 р. – 88% у

2020 р.). Така ситуація свідчить про товарну імпортозалежність України переважно у видах машинобудівної діяльності, хімічної промисловості та текстильної промисловості, що негативно впливає на національну безпеку України. Для забезпечення виробництва в цих видах економічної діяльності імпортувались товари (сировина, напівфабрикати, тощо) з росії.

Зміні спрямованості зовнішній торгівлі України сприяли зовнішні чинники – як політичні, військові та суспільні, так й економічні:

- військовий конфлікт на Сході України, анексія Криму (з 2014 р.) та військова агресія росії проти України (з лютого 2022 р.);

- повстання громадянського суспільства під час Помаранчевої революції, зіткнення влади і української нації під час Революції гідності;

- підписання та ратифікація Угоди про асоціацію з ЄС (2014 р.) та створення з нею зони вільної торгівлі Україна-ЄС, що лібералізувало взаємний доступ до ринків товарів та послуг.

Висновок. Вважаємо, що для подолання товарної імпортозалежності України від росії доцільно (1) впроваджувати державну стратегію щодо імпортозаміщення у переробній промисловості України з метою підвищення конкурентоспроможності та забезпечення національної безпеки країни; (2) розвиток торговельних відносин із новими центрами стратегічного партнерства, тобто з країнами-партнерами, які на технологічному та якісному рівні мають можливості замінити товари, що ввозились з росії; (3) вирішення проблеми енергозалежності України від росії.

Список використаних джерел

1. Пирог О.В., 2013. *Економічний розвиток національного господарства України: особливості та моделі в умовах постіндустріального суспільства*. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка». 336 с.

2. Мельник Т.М., Пугачевська К.С., 2013. Оцінювання впливу імпорту на проміжне і кінцеве споживання в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. №11. С. 62–70.

3. Созанський Л., 2018. Оцінка залежності економіки України від імпорту промислової продукції. *Соціально-економічні проблеми і держава*. Вип. 2 (19). С. 123–131.

4. Державна служба статистики України. Таблиця «витрати – випуск». Режим доступу: <https://ukrstat.gov.ua/>

Yahelska Kateryna

Doctor of Economic Sciences, professor
State University of Trade and Economics, Ukraine

TRENDS OF UKRAINIAN MARKETING IN WAR CONDITIONS: A STRATEGIC VIEW

In today's conditions of global competition, all business entities make a lot of effort to create a certain competitive advantage and ensure their competitiveness at least for a while, but these races seem endless, so both large and small businesses require strategic thinking.

The current war events that have engulfed Ukraine have radically changed the external environment of Ukrainian business, many of whose representatives have relocated or are planning to relocate. In just half a year of the war, 11% of Ukrainian businesses completely relocated their facilities abroad. 62% of businesses relocated abroad moved to EU countries. 15% moved to other European countries, 15% - to Asian countries, 8% - to North American countries, and 8% - to CIS countries. Those who move to the EU mainly choose Poland (63%) and Germany (25%), as well as Belgium, Bulgaria and Estonia [1]. According to Forbes [2], the share of companies with Ukrainian capital and domestic individual entrepreneurs among new enterprises in Poland increased from 1% before the start of the war to 8,5% in September 2022.

And although the business confidence of Ukrainian companies is gradually stabilizing (Fig. 1), domestic business needs to revise its strategic orientations in the current conditions.

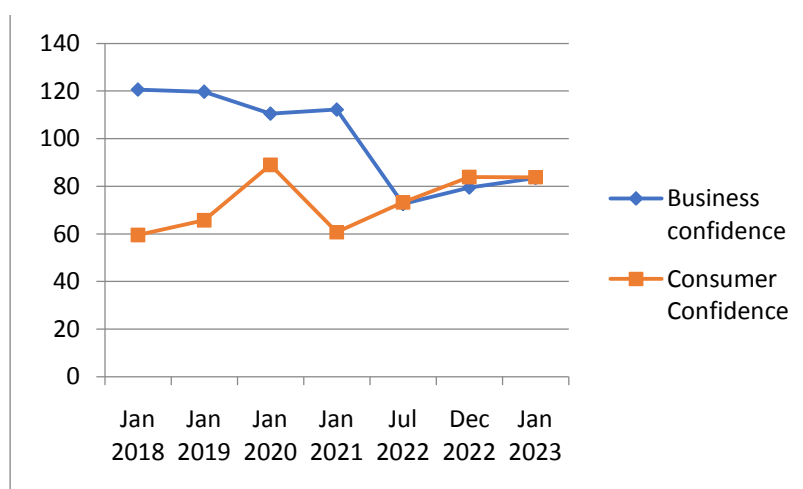


Fig. 1. Business and consumer confidence dynamics

Source: built on [3]

Undoubtedly, Ukrainian business operating on international markets has its own peculiarities, prospects and challenges. Even leaving aside the question of cultural differences, domestic companies operating in international markets usually compete with companies from developed countries that have larger budgets and access to the latest technology. Therefore, it is obvious that Ukrainian companies must find their competitive advantages in the international arena, regardless of the geographical factor. Traditionally, competitiveness is considered as a marketing indicator, so in the search for strategic guidelines for strengthening international competitiveness, it is impossible to bypass marketing issues.

It should be noted that over the past 10 years, Ukrainian marketing has undergone a significant transformation, as many new technologies have appeared, competition has clearly increased, there have been changes in consumer behavior, etc. Thus, one of the main changes is the growing role of digital marketing. In recent years, Ukrainian companies have increasingly turned to online advertising, social media and other digital channels of communication with consumers, which is due to

the frequency of using the Internet to obtain information and make purchases, so digital marketing has become more effective and reaches a larger audience.

Another change is the increased attention to ethics and social responsibility in marketing. Consumers have become more attentive to how companies treat environmental and social issues. In this regard, Ukrainian companies began to pay more attention to the use of sustainable and ecological materials, the development of charitable programs and work with communities.

The role of marketing in the B2B sphere has also increased in recent years. Ukrainian companies increasingly turn to specialized exhibitions and conferences, create more complex and targeted advertising campaigns to interact with their business clients. At the same time, usually Ukrainian companies operating on the international market have limited budgets and resources, which can limit their capabilities. On the other hand, there are many talented marketers in Ukraine who possess modern tools, in particular, strategic ones, necessary for successful work on international and global markets.

However, Ukrainian marketing, like most other industries, feels the impact of the war in Ukraine. One of the main trends is the change in marketing strategies under the influence of political and social factors. One example is the increasing importance of patriotism in advertising campaigns. Many companies use patriotic elements and symbols to show their support for Ukraine and its people, offer various support programs, charity events, advertising campaigns, etc. Another trend is an increased focus on digital media and online channels of communication with consumers. Given that not everyone can get to physical stores or company offices, digital channels are becoming an important tool for communicating with consumers. In addition, the importance of an emotional connection with consumers increases, especially because war can cause strong emotional reactions in people. Companies try to create advertising campaigns and programs that not only produce positive emotions, but also demonstrate their support for the Ukrainian people.

In these conditions, the specific of sales promotion is outlined. For example, in England, yellow and blue irises are sold, and if you buy them in pairs, Ukraine will receive donate. Therefore, consumers' social responsibility affects their purchase decision.

So, taking into account the above and the research of foreign scientists [4], the main modern trends of Ukrainian marketing, which can be observed in the conditions of war, include:

- increased sensitivity to issues of national security and patriotism. Many companies in Ukraine have become actively involved in sponsoring and supporting the army and volunteers, as well as celebrating relevant dates and events related to history and national heritage;

- increasing interest in the domestic market. In connection with the decrease in demand for foreign markets, many companies began to look more closely at the domestic market and direct their efforts to its development;

- use of social networks as the main channel of communication. With the intensification of military operations in Ukraine, social networks have become an

important communication channel through which companies reach out to and connect with their customers;

- development of e-commerce and online business. An increase in the number of people working from home, along with a decrease in demand for offline services and goods, has led to an increase in the popularity of e-commerce and online businesses;

- the use of the latest technologies, such as artificial intelligence and machine learning, to increase the effectiveness of marketing strategies and the individuality of brands.

Conclusion. Thus, strategic directions for increasing the competitiveness of Ukrainian business, in particular, in the international arena, should be formed taking into account modern marketing trends. We see how quickly marketing has adapted to new conditions and challenges. Therefore, it can be predicted that one of the main marketing trends in the future will be the focus of marketers on the individual needs of consumers and the peculiarities of their environment, on the requirements of customers determined on the basis of marketing research data. This will allow marketers to understand the needs and desires of each customer, create more personalized and effective marketing campaigns, focus more on the user experience, thereby providing a competitive advantage.

References

1. Колісниченко В. Понад 10% українського бізнесу повністю переїхало за кордон – дослідження. URL: <https://gmk.center/ua/news/ponad-10-ukrainskoho-biznesu-povnistiu-pereikhalo-za-kordon-doslidzhennia/>
2. Прасад А. Українці активно переносили компанії до Польщі торік, ідеться майже про половину нового іноземного бізнесу. URL: <https://forbes.ua/news/ukraintsi-aktivno-perenosili-biznes-do-polshchi-torik-ydetsya-pro-mayzhe-polovinu-vid-usikh-novikh-inozemnikh-kompaniy-10012023-10991>
3. Trading Economics. URL: <https://tradingeconomics.com/ukraine/business-confidence>
4. Gulomkhasanov E., Raimova M. Modern marketing concept. *Web of Scientist: International Scientific Research Journal*. 2022. Vol. 3, № 8. DOI: <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/286GM>

Яровенко Тетяна

д.е.н., професор

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Дніпро, Україна

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

Світ переживає черговий етап історії, який пов'язаний із військовими конфліктами, торговельними санкціями, природними катастрофами та наслідками пандемії COVID-19. Посилені світовими кризовими явищами нові реалії політичних та економічних змін, пов'язаних із подіями в Україні,

формують її глобальну конкурентоспроможність, що ставить нові виклики для урядів нашої країни, бізнес середовища та населення.

Визнаними економічно розвиненими країнами оцінками міжнародної конкурентоспроможності є її рейтинги побудовані Всесвітнім економічним форумом (World Economic Forum) та Інститутом розвитку менеджменту (Institute of Management Development). Метою їх досліджень є усунення недоліків функціонування та розвитку економік країн, підвищення ефективності використання конкурентних переваг країн на міжнародній арені, розвиток міжнародної співпраці, а також обґрунтування реформування національної політики. Ці організації використовують Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) та Індекс конкурентоспроможності бізнесу (Business Competitiveness Index, BCI), які враховують різні аспекти конкурентоспроможності країн світу.

За показником Global Competitiveness Index [1] Україна у 2019 р. отримала 56,99 балів (це 85 місце з 142 країн); проти 57,03 балів – у 2018 р. (це найвищий показник за досліджуваний цими організаціями період); 53,92 бали – у 2017 р. Попередні періоди характеризувалися значно нижчими позиціями: 4,03 бали у 2016 р., 4,13 балів – 2015 р. та 2013 р. (найгірший показник 3,9 бали у 2011 р.). Тобто з огляду на складові індексу 2017 р. став переломним для економіки України.

За показником Business Competitiveness Index [2] Україна (просунувшись у рейтингу конкурентоспроможності у 2019 р.) вже у 2020 р. погіршила свої позиції і посіла 55 місце в рейтингу. Це означає, що вона залишається найменш конкурентоздатною у регіоні Західної та Східної Європи.

Нині функціонує Рада конкурентоспроможності України, яка є неприбутковою, неурядовою, позапартійною громадською організацією. Вона була створена у 2005 р. за підтримки інвестиційного фонду Western NIS Enterprise Fund (США) та ВАТ «Укрексімбанк». Основною її місією є ініціювання діалогу між науковою і освітньою спільнотою, представниками бізнесу та органів влади, неурядовими організаціями й засобами масової інформації з метою перетворення ідеї конкурентоспроможності України на наріжний камінь національної свідомості [3].

Зазначена ініціатива є позитивним моментом у посиленні міжнародної конкурентоспроможності України, що дозволяє: популяризувати ідею про необхідність підвищення конкурентоспроможності, мобілізувати науковий потенціал для вирішення практичних завдань економічної політики, розповсюджувати передовий досвід інших країн у питаннях конкурентоспроможності задля економічного розвитку.

Проте цих дій недостатньо, адже необхідне узгодження інтересів усіх стейхолдерів з обов'язковим регулювання на загальнодержавному рівні. Наприклад, лише державні гарантії нададуть стимул для мобілізації фінансових ресурсів у відповідні дослідження й практичні розробки, що повинно стати основою конкурентоспроможності української економіки.

Задля посилення міжнародної конкурентоспроможності України та відновлення її економіки у післявоєнний період доцільно реалізувати наступні

пропозиції фахівців World Economic Forum, які стосуються відродження і перетворення середовища, людського капіталу, ринків та інноваційної екосистеми [2]:

- боротьба з деградацією державних інститутів шляхом впровадження інструментів довгострокового прогнозування, планування та стратегічних підходів управління, вдосконалення механізмів надання державних послуг (зокрема, їх цифровізація), відновлення суспільної довіри громадян до державних установ й дій влади;
- вповільнення зростання й подальше зменшення державного боргу шляхом впровадження відповідної стратегії та боргової політики;
- усунення невідповідностей використання людського капіталу (навичок – потребам, стимулів – винагороді), а також підвищення продуктивності шляхом: впровадження інноваційних технологій; розширення програм перепідготовки та підвищення кваліфікації; оновленням навчальних програм; зміни політики на ринку праці, трудового законодавства та соціального захисту задля їх адаптації до нових умов;
- розширення можливостей системи охорони здоров'я відповідно до потреб населення, що включає: розширення мережі й технічну модернізацію закладів, впровадження інновацій у догляді за людьми похилого віку та дітьми;
- модернізація комунальної інфраструктури шляхом переходу до альтернативної енергетики;
- забезпечення стійкості фінансової системи та розширення доступу до фінансів шляхом: стабілізації фінансових ринків, стимулювання компаній до участі у інклюзивних й довгострокових інвестиціях; переходу до прогресивного оподаткування й зміни принципів оподаткування корпорацій;
- задля зменшення концентрації ринку та розриву у продуктивності й прибутковості компаній пропонується: підтримка корпорацій без надмірної консолідації галузі; зміна конкурентного та антимонопольного законодавств задля доступу національних компаній до ринків; створення «ринків завтрашнього дня» шляхом співпраці між державним і приватним секторами;
- врівноваження міжнародного руху товарів, послуг й людей;
- задля вирішення проблем енергоспоживання, шкідливих викидів виробництва та задоволення попиту на інклюзивні соціальні послуги пропонується: збільшити державні інвестиції у дослідження, стимулювати венчурний капітал та інновацій.

Цілком доречним є пропозиції Череп О. Г. та Курдупи В. С., які вважають, що для підвищення міжнародної конкурентоспроможності України необхідно розробити й впровадити стабільну та дієву систему державного управління. Така система повинна бути спрямована на стимулювання інноваційного розвитку економіки шляхом підтримки, у першу чергу, наукоємних галузей національного господарства, формування попиту на інтелектуальну продукцію, а також покращення законодавчої бази щодо захисту інтелектуальної власності. Крім того необхідним є забезпечення прозорості судової влади, ліквідація корупції, державна підтримка підприємництва, забезпечення захисту прав

власності, створення конкурентного середовища, скорочення впливу державного сектора на економіку, що суттєво підвищить довіру потенційних інвесторів [4].

Висновок. Нині Україна перебуває у глибокій кризі, коли, відчуваючи наслідки пандемії COVID-19, вона змушена відстоювати свою незалежність. Забезпечення її конкурентоспроможності потребує невідкладного впровадження системних заходів з трансформації усіх складових національно господарства, проте основою залишається саме ефективне використання та збільшення потенціалу економіки.

При формуванні державної політики з трансформації економіки у кризових умовах задля посилення міжнародної конкурентоспроможності Україна має керуватися пропозиціями та рекомендаціями Всесвітнього економічного форуму. Такий підхід базується на передовому досвіді економічно розвинених країн та забезпечує побудову нової моделі розвитку, яка поєднують стійкість, продуктивність та ефективність.

Список використаних джерел

1. Ukraine Competitiveness Index. TRADING ECONOMICS. URL: <https://tradingeconomics.com/ukraine/competitiveness-index> (дата звернення 15.03.2023)
2. Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery». The Global Competitiveness Report. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf (дата звернення 15.03.2023)
3. Рада конкурентоспроможності України / The Council on Competitiveness of Ukraine. URL: <http://compete.org.ua/pro-nas/misiya/> (дата звернення 15.03.2023)
4. Череп О. Г., Курдупа В. С. Оцінка конкурентоспроможності України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 1. С. 31–36.

Біловодська Олена

д.е.н., професор

Тищенко Дар'я

здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Київ, Україна

РОЗПОДІЛЬЧІ ЦЕНТРИ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СТВОРЕННЯ

Питання створення розподільчих центрів, як й інші проблеми пов'язані з логістикою, набувають все більшої актуальності в останні роки. Дії рф під час повномасштабної війни в Україні спричинили руйнування логістичних ланцюгів багатьох підприємств, і тому питання налагодження процесу розподілу постає критично важливим нині.

За своїм визначенням розподільчий центр – це такий елемент логістичної системи, який виконує і роль складу, і роль центру дистрибуції [5].

Розподільчі центри є опорою для логістичних систем багатьох компаній. Для того, щоб компанія усвідомила необхідність розподільчих центрів і ухвалила рішення про їх створення, має бути дія певних визначальних факторів. Наприклад, за умови неможливості вдовольнити попит в певному регіоні наявними логістичними послугами, компанія потребуватиме створення розподільчого центру ближче до місця концентрації клієнтів. Так само необхідність створення розподільчого центру може виникнути для оптимізації логістичного процесу і в місці концентрації виробництва, залежно від потреб і мотивів компанії [6].

Проаналізуємо переваги створення та функціонування розподільчих центрів [2, 3, 4, 8]:

1. Мінімізація витрат під час зміни параметрів партії товарів. Якщо розподільчі центри відсутні, тоді вартість витрат на доставку вантажів буде більшою, що свою чергу призводить до збільшення кінцевої ціни і може бути причиною зменшення попиту з боку споживачів на цей товар. При цьому варто відмітити, що доцільність використання розподільчих центрів залежить передусім від вартості збереження вантажу на складі в розподільчому центрі. Так, при низькій вартості зберігання розподільчі центри можна використовувати не прив'язуючись до фактору дальності доставки, звичайно, якщо немає вимог здійснювати доставку щоденно. Однак, якщо вартість зберігання збільшується, відповідно зростає й зона, куди доставляють вантаж, для того, щоб користування розподільчими центрами було економічно вигідно.

2. Можливість формування «пакета замовлень», що в свою чергу скоротить затрати поставки на одиницю товару, бо транспорт буде використовуватися більш раціонально, і вантажі будуть згруповані за напрямками і відправлятися вже після заповнення транспорту.

3. Додаткова можливість контролювати якість продукції та терміни, за які поставляються замовлення.

4. Швидкість дистрибуції товарів та більш рівномірне наповнення ринку товарами компанії.

5. Якісне налагодження безперебійного процесу надходження товарів на розподільчий центр і з нього до споживачів, що збільшить доходи для виробника, адже зменшиться необхідність у великих площах, які були створені окремо для зберігання, сортування, пакування тощо, бо ці функції можна виконувати у розподільчих центрах.

Стосовно недоліків розподільчих центрів, то сюди варто віднести значні початкові інвестиції в побудову розподільчих центрів та їхню організацію [1]. Якщо підприємство вже працювало без використання розподільчих центрів, то потрібно буде вкласти гроші та час в реорганізацію процесу поставок. До того ж організація розподільчих центрів – це непростий процес, який може потребувати навіть залучення окремих експертів, які допоможуть налагодити процес, та навчання для кадрів підприємства, що також означає додаткові

витрати для підприємства. Також до недоліків можна віднести те, що не для всіх компаній буде економічно доцільно використовувати розподільчі центри. Так в умовах жорстких вимог часу, Калініченко О. П. рекомендує надавати перевагу використанню наскрізної доставки [4].

Якщо розбирати розподільчі центри за видами, то кожен із них має свої переваги та недоліки. За класифікацією Е. Гувера, розподільчі центри поділяються на ті, які розташовуються поблизу ринків збуту; ті, які розташовуються поблизу виробництва та ті, які мають проміжне розташування [7]. Для перших основною перевагою буде близькість до споживачів, що означає найшвидше поповнення запасів клієнтів [7]. Також можна зазначити й інші переваги такі, як низька вартість доставки від розподільчого центру до клієнтів, збереження найвищої якості від моменту виїзду з розподільчого центру до моменту отримання товару клієнтом, можливість детальніше дослідити споживчий попит [3].

Перевагами тих розподільчих центрів, що розташовують поблизу виробництва, є накопичення різного асортименту товарів компанії, що буде давати можливість відправляти змішані вантажі за консолідованими тарифами. Виконання таких специфічних замовлень від клієнта також буде сприяти підвищенню рівня сервісу [7]. Якщо говорити про недоліки цих видів, то варто зазначити, що недоліки одного виду будуть перевагами іншого. Так перевага низької вартості доставки та швидкості доставки від виробництва до розподільчого центра буде слабкою стороною для близьких до виробництва розподільчих центрів. І навпаки: вартість доставки від розподільчого центру до клієнта буде більшою для тих розподільчих центрів, які розташовуються поблизу виробництва.

Можна сказати, що варто визначати необхідність розподільчого центру безпосередньо від потреб і цілей компанії. Відповідно до них також варто визначати й тип розподільчого центру, щоб досягти найбільшої ефективності за мінімальних витрат для підприємства. Так, доцільно використовувати розподільчі центри поблизу споживачів для підприємств з харчової галузі або для інших галузей, які виробляють масовий товар для ринків B2C. А розподільчі центри біля виробництва будуть найбільш вигідними для підприємств, у яких доволі специфічне виробництво чи габаритні товари, які дуже дорого перевозити або, наприклад, для металургійної галузі, де підприємства сконцентровані в місці видобутку корисних копалин.

Висновок. Отже, у роботі проаналізовано створення розподільчих центрів з огляду на триваючу війну в Україні і з'ясовано основні переваги та недоліки під час прийняття таких рішень.

Список використаних джерел

1. Білецький В. В. Удосконалення постачання продукції автомобільним транспортом в міжнародному сполученні (на прикладі створення розподільчого центру у місті Харків). Репозиторій Вінницького національного технічного університету. URL:

<https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/33190/ПРЕЗЕНТАЦІЯ%20Білецький.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

2. Білик І. І., Гайдук А. Б., Косар Н. С. Оптимізація складських процесів як напрям посилення конкурентних переваг підприємства. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Логістика.* 2009. № 649. С. 253–262. URL: <https://vlp.com.ua/files/special/35.pdf>

3. Галкін А. С., Толмачов І. О., Задорожня М. В. Дослідження використання розподільчого центру в системі розподілу. *Prospects of territories development: the theory and practice : materials of International scientific-practical Internet-conference of students, postgraduates and young scientists* (м. Харків, 5–30 листоп., 2013 р.). С. 100–101. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/41086/1/100-101.pdf>.

4. Калініченко О. П., Тарусіна В. О. Вибір раціональної технології доставки товарів народного споживання у міжміському сполученні. Інтелектуальні технології управління транспортними процесами : зб. матер. міжнар. наук.-техн. конф. (м. Харків, 17–18 листопада, 2020 р.). Харків, 2020. С. 113–115. URL: <https://dspace.khadi.kharkov.ua/dspace/bitstream/123456789/3371/1/47.pdf>.

5. Меркулова Т. В., Акулов М. В. Мультиагентний підхід до аналізу ефективності ланцюга поставок. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну.* 2012. № 5. С. 223–227. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/3324/1/V67_P223-227.pdf.

6. Полякова О. М. Методологічні основи формування і розвитку мережі регіональних логістичних центрів в Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2010. № 30. С. 28–33. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/9553/1/Polyakova.pdf>.

7. Розподільча логістика. URL: <https://mk.nmu.org.ua/en/source/Logistic16.pdf>.

8. Ткач О. В., Волощук І. А. Регіональний логістичний центр: формування та особливості функціонування. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону.* 2017. № 13 (2). С. 127–134. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.13.127-134>.

Василишина Любов

к.е.н.

Державний торговельно-економічний університет
Київ, Україна

СТРАТЕГІЧНІ ПРОГРАМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

В складних умовах війни відбулося суттєве погіршення економіки України, зокрема має місце її скорочення на 35%, бюджетний дефіцит України становить 5 млрд. доларів щомісяця. Прямі збитки економіки України від російської агресії склали станом на кінець 2022 року 137,8 млрд. доларів [1]. На рис. 1 представлено інформацію про втрати різних галузей і сфер економіки України.

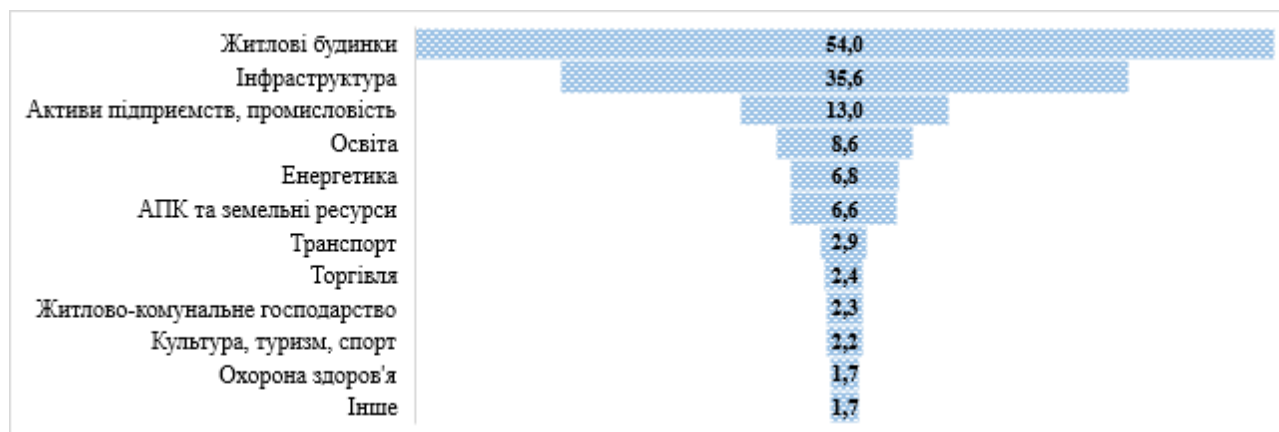


Рис. 1. Втрати різних галузей і сфер економіки України в умовах війни станом на 31.12.2023 р., млрд. доларів

Джерело: [1]

В різних регіонах країни підприємства зазнають величезних втрат через неможливість повноцінно функціонувати. Руїнування і пошкодження негативно впливають на виробничо-збутову діяльність, як наслідок, відбувається зростання цін. Так, у 2022 році інфляція становила 26,6% [2].

Разом з цим український бізнес продемонстрував велику здатність швидко адаптуватись і продовжувати працювати в надскладних умовах. Це є свідченням того, що війна може стати потужним драйвером для економічного розвитку і модернізації країни. Імпульсивними передумовами зазначених процесів має стати розробка та реалізація стратегічних програм конкурентоспроможності, завдяки яким відбудеться підвищення продуктивності промисловості, розвиток наукового і технічного потенціалу та підтримка інвестиційної діяльності.

Стратегічні програми конкурентоспроможності – це комплексні програми, які націлені на покращення конкурентоспроможності компаній, галузей і країн в цілому. Зміст стратегічних програм конкурентоспроможності складають різноманітні заходи, що спрямовані на покращення виробничих процесів, підвищення якості продукції, розвиток інновацій, зміцнення брендів і маркетингових стратегій, удосконалення системи управління тощо. Основною метою стратегічних програм конкурентоспроможності є створення сприятливого мікро- і макросередовища для розвитку бізнесу і покращення економічної ситуації в країні. У цьому зв'язку реалізація стратегічних програм конкурентоспроможності може відбуватися як на рівні окремих компаній і галузей, так і на рівні держави в цілому [3].

Основні напрямки стратегічних програм конкурентоспроможності систематизовано на рис. 2.

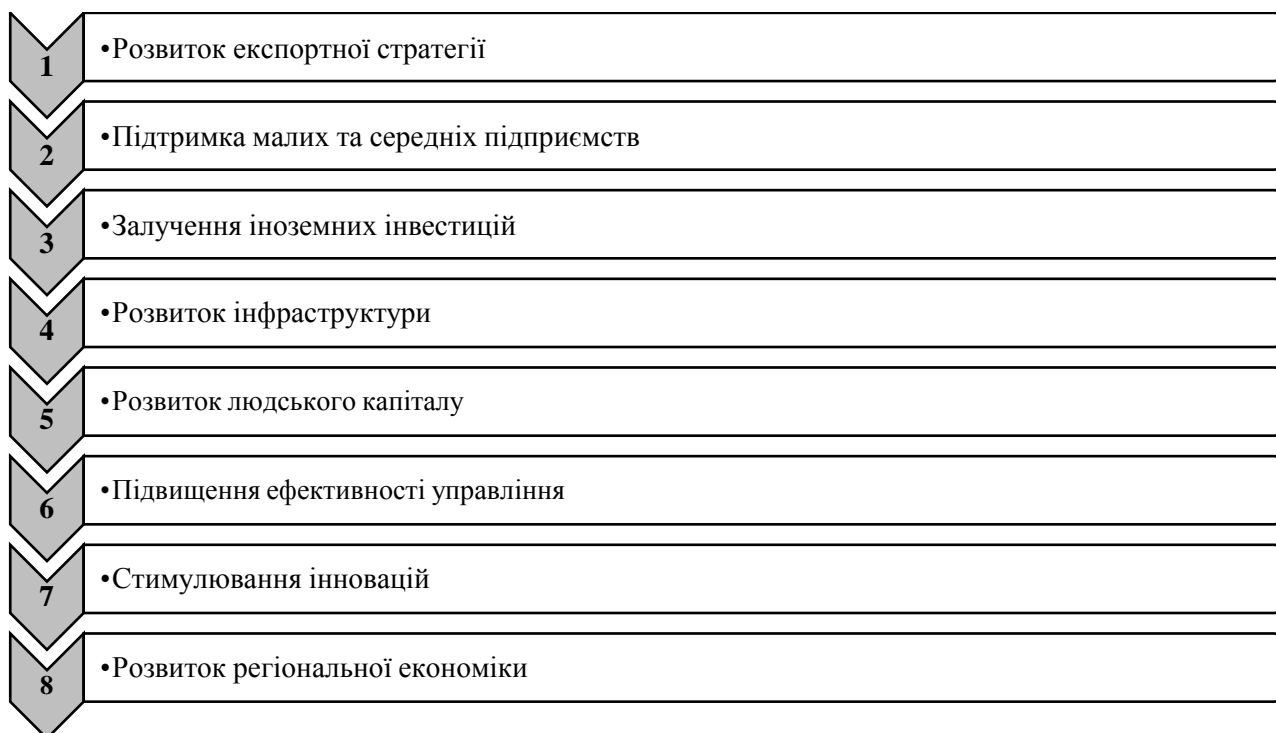


Рис. 2. Основні напрямки стратегічних програм конкурентоспроможності

Джерело: складено автором на основі [3; 4]

Представляється доцільним обґрунтувати роль запропонованих напрямків більш детально.

1. Розвиток експортної стратегії. Україна має ресурсний потенціал для розвитку експорту в різних галузях, а саме у сільському господарстві, машинобудуванні та інформаційних технологіях. Для збільшення обсягів експорту необхідно підвищувати якість продукції та розвивати міжнародні ринки збуту.

2. Підтримка малих та середніх підприємств. Малі та середні підприємства становлять підґрунтя розвитку економіки країни та забезпечують лівову частку в зростанні ВВП. Важливо створювати умови для їх розвитку, зокрема шляхом фінансової підтримки, а також надання інших послуг.

3. Залучення іноземних інвестицій. Іноземні інвестиції можуть стати важливим джерелом капіталу, що забезпечить розвиток виробництва та підвищення конкурентоспроможності економіки. Тому є дуже важливим створення сприятливих умов для інвестування, насамперед, через зниження бюрократичних перешкод та забезпечення правової стабільності.

4. Розвиток інфраструктури. Розвиток інфраструктури є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності економіки країни. В першу чергу, важливо вдосконалювати транспортну, енергетичну та інформаційну інфраструктуру.

5. Розвиток людського капіталу. Людський капітал є найважливішим ресурсом економіки. Для забезпечення конкурентоспроможності доцільно

розвивати освіту та підвищувати кваліфікацію працівників, зокрема в пріоритетних галузях економіки.

6. Підвищення ефективності управління. Ефективне управління є передумовою успішної реалізації стратегічних програм на будь-якому рівні. У зв'язку з цим важливо вдосконалювати систему державного управління, впроваджувати сучасні технології та підвищувати рівень професіоналізму і досвід управлінців.

7. Стимулювання інновацій. Інновації є ключовою факторною умовою розвитку економіки в жорсткому конкурентному середовищі. Необхідно створювати сприятливі умови для розвитку науково-дослідної та інноваційної діяльності, підтримуючі стартапи та інновації.

8. Розвиток регіональної економіки. Розвиток регіональної економіки створює передумови для підвищення рівня конкурентоспроможності країн. Тому доцільно стимулювати розвиток регіональних економічних центрів та забезпечувати рівномірний розвиток різних регіонів.

Незважаючи на війну, в Україні відбувається запуск стратегічних програм конкурентоспроможності в такому напрямку, як підтримка малого та середнього бізнесу. Зазначені програми передбачають стимулювання створення власного бізнесу шляхом надання мікрогрантів, активний розвиток підприємств переробної галузі і агросектору за рахунок безповоротних грантів, а також часткової компенсації вартості необхідного обладнання, фінансування стартапів і навчальних курсів в ІТ-сфері [5].

Висновок. Таким чином, є важливим, щоб стратегічні програми конкурентоспроможності були розроблені з урахуванням реалій війни та викликів, які стоять перед економікою країни. Їх впровадження допоможе забезпечити стійкий розвиток економіки України та підвищити її міжнародну конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Економіка України за 2022 рік скоротилася більше ніж на 35%. URL: <https://mezha.media/2023/01/26/ekonomika-ukrainy-2022/> (дата звернення: 11.03.2023).
2. Просто про економіку (на основі матеріалів Інфляційного звіту за січень 2023 року). URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/prosto-pro-ekonomiku-na-osnovi-materialiv-inflyatsiyного-zvitu-za-sichen-2023-roku> (дата звернення: 11.03.2023).
3. Липов В. В. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації. I. Вихідні засади гео економічного аналізу та прогнозування стратегії розвитку України в умовах глобалізації. *Економіка України*. 2018. № 3. С. 21–35.
4. В Україні запускають нову економічну стратегію, яка діятиме в умовах війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3504179-v-ukraini-zapuskaut-novu-ekonomichnu-strategiu-aka-diatime-v-umovah-vijni.html> (дата звернення: 15.03.2023).

Королюк Тетяна

к.е.н., доцент

Довженко Анастасія

здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти

Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана

Київ, Україна

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Конкурентоспроможність національної економіки – це здатність країни конкурувати на світовому ринку продукції за рахунок підвищення якості товарів і послуг або зниження цін. У свою чергу, вона залежить від рівня розвитку інституцій, інфраструктури, фінансового ринку, макроекономічної та політичної стабільності в цілому.

В умовах повномасштабної війни в Україні та пришвидшення євроінтеграційних процесів особливо актуалізується проблема підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, штучного інтелекту сприяють розвитку інновацій та виробництву високотехнологічної продукції. Глобалізація задає нові тренди розвитку, і виграють ті, хто здатний бути гнучким, адаптуватись до швидких змін, розвивати технології та впроваджувати інноваційні підходи до розв'язання проблем.

Здобуття Україною статусу кандидата на вступ до ЄС у 2022 році стало новим кроком у розвитку нашої країни. Попри низку позитивних аспектів цього процесу, варто враховувати і можливі загрози. Український ринок є дешевшим порівняно з європейським, що в післявоєнний період буде приваблювати європейських виробників створювати свої виробництва в Україні. Однак їх не настільки може цікавити розвиток країни, як використання дешевшої робочої сили та сировинних матеріалів. Також євроінтеграція може спричинити ще більший відтік робочої сили, адже буде простіше виїхати в іншу країну на заробітки. Через нестійке положення українських виробників на ринку іноземні товари можуть витіснити вітчизняні. При наявному законодавстві існують величезні екологічні загрози: розміщення небезпечних підприємств, збільшення вирубки лісів, засівання полів культурами, що псують ґрунт, тощо.

Зважаючи на усі можливі переваги та ризики, Україна має розвивати конкурентоспроможність своєї продукції вже зараз, впроваджувати європейські стандарти якості, здійснювати сертифікацію продукцію. Це допоможе закріпитися на вітчизняному ринку товарів і послуг та швидше вийти на європейський. Відповідно, при наявності іноземного аналогу товару, українці надаватимуть перевагу вітчизняному, що в свою чергу, полегшить вихід на новий ринок.

Щороку Міжнародний Економічний Форум проводить дослідження показників Індексу глобальної конкурентоспроможності. Ці дані допомагають проаналізувати рівень розвитку країни за 12 показниками, що охоплюють усі її сфери: інститути, інфраструктура, макроекономічна стабільність, здоров'я, вища освіта, ефективність ринку товарів, праці, фінансового ринку, технологічна готовність, обсяг ринку, конкурентоспроможність бізнесу та інновації. На основі цих даних виділити сильні та слабкі сторони конкурентоспроможності національної економіки і відповідно до цього обґрунтувати напрями державної політики щодо посилення конкурентоспроможності.

Як засвідчують показники глобальної конкурентоспроможності, Україна займає досить низькі позиції у рейтингу та протягом останніх п'яти років вони лише погіршилися (табл. 1). Станом на 2019 рік Україна займала 85 місце з 141 країни світу. Через пандемію COVID-19, що призупинила усі економічні процеси світу, в 2020–2021 роках дослідження глобальної конкурентоспроможності не проводилося.

Таблиця 1

Місце України за Індексом глобальної конкурентоспроможності та у розрізі його складових

Показник	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2019
Індекс глобальної конкурентоспроможності	76/144	79/140	85/138	81/137	85/141
<i>Субіндекси:</i>					
Інститути	130	130	129	118	104
Інфраструктура	68	69	75	78	57
Макроекономічна стабільність	105	134	128	121	133
Охорона здоров'я та початкова освіта	43	45	54	53	94
Вища та професійна освіта	40	34	33	35	44
Ефективність товарних ринків	112	106	108	101	57
Ефективність ринку праці	80	56	73	86	59
Розвиненість фінансового ринку	107	121	130	136	120
Технологічна готовність	85	86	85	81	78
Обсяг ринку	38	45	47	47	47
Конкурентоспроможність бізнесу	99	91	98	85	90
Інноваційність	81	54	52	61	60

Джерело: складено на основі даних: [1, с. 369], [2]

Розглянемо детальніше індекс у розрізі його складових. Україна займає аутсайдерські позиції щодо макроекономічної стабільності. Це обумовлено досить високими темпами інфляції, збройним конфліктом, низьким кредитним рейтингом країни. Можемо припустити, що на даний момент цей показник є ще нижчим через російське вторгнення в Україну, що спровокувало не тільки макроекономічну нестабільність в Україні, але є глобальну нестабільність у світі.

Існує проблема на фінансовому ринку, а також з охороною здоров'я через нерозвиненість медичної системи та інфраструктури, застарілі методи лікування, зниження рівня доходу на душу населення. Проблема охорони здоров'я та початкової освіти потребує комплексного підходу та відновлення, особливо враховуючи руйнування, яких вона зазнала протягом 2022 року.

Попри досить низькі місця у більшості сфер, ми все-таки можемо спостерігати позитивні зміни. Наприклад, місце в рейтингу показника інституцій протягом 5 років зменшилося на 26 пунктів. Можна стверджувати, що у суспільстві відбуваються зміни: знижується рівень корупції, враховується верховенство права, удосконалюється законодавство про право власності. Бачимо зміни і у ефективності товарних ринків, що може свідчити про збільшення конкурентоспроможності українських виробників на вітчизняних ринках.

Лідерами глобального рейтингу конкурентоспроможності є: Сінгапур, США, Гонконг, Нідерланди та Швейцарія. Варто зазначити, що більшість країн з цього переліку не входять до країн Великої Двадцятки та не всі її представники входять до ТОП-10. Ця закономірність відкриває можливість для України, адже не обов'язково бути найвпливовішою країною, аби мати топовий рівень конкурентоспроможності на ринку.

Лідери рейтингу конкурентоспроможності допомагають нам зрозуміти, які сфери діяльності варто розвивати Україні та які тренди запроваджувати. Сінгапур і Гонконг є лідерами на ринку інновацій, запровадження новітніх технологій допомагає розвивати всі сфери діяльності країни. Звернемо увагу на Нідерланди, що займають 4 позицію у рейтингу. Україна може перейняти досвід в агроіндустрії, літако- та суднобудуванні, чорній та кольоровій металургії, процесах макроекономічної стабільності, побудови інфраструктури, освіти та системі інституцій.

Висновок. Для підвищення рівня конкурентоспроможності України в умовах євроінтеграції необхідно досліджувати глобальні та європейські тренди розвитку, впроваджувати ІТ-технології, стимулювати процеси цифрової трансформації на підприємствах різних форм власності та системі публічного управління, щоб не залишитися позаду Індустрії 4.0. Україна має залучати інвестиції у розбудову інфраструктури, яка полегшить роботу бізнесу, держава має підтримувати малі та середні підприємства, створити конкурентні умови, аби кожен міг розпочати власну справу. Для підвищення конкурентоспроможності

необхідно інвестувати у новітні технології, створювати акселератори та інкубатори для підтримки вітчизняних розробників, підтримувати розвиток науки.

Список використаних джерел

1. Волоснікова Н. та ін. Напрями розвитку конкурентоспроможності України в умовах глобалізації. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2022. Т. 4. № 45. С. 365–373. URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.4.45.2022.3784> (дата звернення: 20.03.2023)
2. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016-2017. Економічний Дискусійний Клуб. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-1> (дата звернення: 20.03.2023)

Лещенко Марина

к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, України

Kuk Tomasz

Academic Lecturer

Humanitas College

Sosnowiec, Poland

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ БАЛТІЇ

Найбільшою подією кінця ХХ ст. став крах соціалістичної системи, що призвів до кардинальних змін геополітичного балансу Європи і водночас став головною передумовою формування нового міжнародного порядку. Вивчення українсько-балтійських відносин є актуальним, оскільки завдяки спільним зовнішньополітичним діям України та балтійських країн сформувалися досить розвинені двосторонні міждержавні відносини на різних рівнях і напрямках. Вони охоплюють весь комплекс співробітництва даних країн та базуються на збігу основних державних інтересів та їх реалізації через механізми координації діяльності суверенних держав на міжнародній арені. Можливості взаємовигідного співробітництва між Україною і країнами Балтії зумовлені історичними, культурними, партнерськими політичними відносинами, господарськими контактами і спільними цілями у реалізації курсу на європейську та євроатлантичну інтеграцію, спільними регіональними інтересами.

Проводячи паралелі між зовнішньою політикою країн Балтії та України, варто відзначити, що ефективність участі Литви, Латвії та Естонії у європейських інституціональних структурах є надзвичайно актуальним, особливо на тлі військової агресії росії проти України. Адже війна у всіх її

проявах впливає на рівень національної безпеки країн балтійського регіону. Стурбованість уряду країн Балтії пояснюється тим, що фактори, які ускладнюють політичну стабільність в умовах зовнішньої загрози, практично такі ж самі, як і в Україні.

Крім того, на сьогодні, країни Балтії надають Україні вагому допомогу, як у війні з росією, так і на дипломатичному просторі. Уряди Литви, Латвії та Естонії висловлюють рішучу підтримку у воєнному відстоюванні Україною власної свободи та незалежності. Причому, таку підтримку балтійські країни надають Україні, починаючи з 2014 р., тобто від самого початку збройної агресії росії проти України.

Напрямки та обсяги допомоги Україні від країн Балтії надзвичайно важливі та різноспрямовані – це і політична, дипломатична, політична, гуманітарна підтримка, надання фінансової допомоги, підтримка для українців, що були вимушені покинути Україну, втікаючи від війни. Тим самим країни Балтії демонструють обширну підтримку України на світовій арені, у прагненні відвоювати незалежність, суверенітет та самостійність. Питання захисту України, допомога її економіці, суспільству є на сьогодні пріоритетними для країн Балтії, що значно зміцнюють міжнародне співробітництво у всіх його напрямках між країнами.

Протягом 2017–2021 рр. слід відмітити тенденцію до зростання обсягу зовнішньої торгівлі між країнами Балтії та Україною. Зокрема, якщо у 2017 р. обсяг експорту товарів з країн Балтії до України становив 720961,2 тис. дол. США та обсяг імпорту склав 907638,1 тис. дол. США, то вже за результатами 2021 року слід відмітити зростання на 43 % та 84 % відповідно, що у вартісному вираженні склало 1034121,6 тис. дол. США експорту та 1671006,8 тис. дол. США імпорту відповідно [1]. Також, слід відмітити, що протягом аналізованого періоду зросли і частки країн Балтії у загальному обсязі експорту та імпорту України. Зокрема, за результатами 2021 р. на сумарну частку країн Балтії припадало 1,8 % загального експорту товарів та 2,2 % у сукупному імпорті товарів до України. Динаміка міжнародної торгівлі послугами між Україною та країнами Балтії також має позитивну динаміку і свідчить про активізацію міжнародного економічного співробітництва.

В розрізі секторів міжнародної торгівлі України та Латвії, слід відмітити лідируючі позиції агро-промислового комплексу, фармацевтичної галузі, сфери інформаційно-комунікаційних технологій. Зокрема, найбільшу питому вагу у сукупній торгівлі товарами та послугами домінують продукти сільськогосподарського сектору, мінералів, фармацевтичної та хімічної промисловості, транспортні послуги, послуги у сфері інформації та комунікації, фінансові послуги.

За результатами 2021 р. показники інвестицій з Латвії в Україну зафіксовано на позначці 76,9 млн. дол. США (що на 11,8 млн. дол. США ніж в попередньому році). Сукупний обсяг ПІІ з Латвії в економіку України становить 112 млн. дол. США [2]. Слід відзначити, що на міжнародному ринку капіталів, Латвія більшою мірою виступає як країна для залучення інвестицій,

та не здійснює значної інвестиційної активності на міжнародних ринках, зокрема через брак власних фінансових ресурсів. До того ж, показники продуктивності економіки Латвії значною мірою залежать від фінансової підтримки з боку ЄС.

Литва займає лідируючі позиції за показниками інвестиційного співробітництва між Україною та країнами Балтії. Так, за підсумками 2021 р. обсяг ПІ з Литви до України становив 212,7 млн дол. США, а приріст інвестованого капіталу за відповідний рік склав 1,9 млн. дол. США. У вартісному вираженні сукупний обсяг інвестицій з України в економіку Латвії у 2021 р. становив 77,6 млн. дол. США, що менше на 3,4 млн. дол. США в порівнянні з показниками 2020 р. Найбільшу частку інвестицій з України до Латвії (майже 94%) направлено у сектори фінансів та страхування. За результатами 2021 р. показники ПІ до України зросли на 41,3 млн дол. США, а сукупний інвестиційний портфель капіталу з Естонії склав 208,8 млн дол. США. З залучених ПІ з Естонії до України найбільше капіталу надійшло до промисловості – 68,7%; торгівлі та ремонту – 12,4%; операції з нерухомістю – 9,4%; транспортних послуг та зв'язку – 4,5%; ІКТ послуг – 1,7%; освітньої та наукової діяльності – 1,6% [2].

Слід відзначити, що за показниками витрат на оборону Україна випереджає країни Балтії як за фактичними показниками в млн. дол. США, так і у частці таких витрат у ВВП. Так, витрати України на оборону зросли з 1322,2 млн. дол. США у 2004 р. до 2997,2 млн. дол. США у 2014 р. і до 5942,8 млн. дол. США у 2021 р. Дані показники у 2021 р. були на 5178,8 млн. дол. США більше ніж у Естонії, на 5116,1 млн. дол. США ніж у Латвії та 4702,2 млн. дол. ніж у Литви. Для показників частки витрат на оборону у ВВП Україна також випереджає країни Балтії. Так, частка витрат на оборону у ВВП в Україні зростає з 1,97% у 2004 р. до 2,25% у 2014 р. та до 3,23% у 2021 р. Дані показники були у 2020 р. більші ніж у Естонії на 1,07%, ніж у Латвії – на 0,95%, більші, ніж у Литви на 1,21% [3].

Висновок. Таким чином, геополітичне переформатування пострадянського простору триває майже три десятиліття, і, як показує сучасний етап війни України з росією та участі в цьому процесі країн ЄС та США, цей процес ще далекий від свого завершення. Однак, саме країни Балтії виділились серед колишніх радянських республік знайти держави, оскільки послідовно і неухильно, незважаючи на всі перешкоди та бар'єри, проблеми економічного розвитку, прагнули свідомого розриву зі своїм минулим і цілеспрямованої зовнішньополітичної та зовнішньоекономічної переорієнтації у бік європейського простору та нових стандартів суспільно-політичного, економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. United Nations database on international trade URL: <https://comtrade.un.org/data/>
2. Державна служба статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. SIPRI Military Expenditure Database <https://milex.sipri.org/sipri>

Паламарчук Дмитро

к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ В ЖИТЛОВОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Реалізація енергозберігаючих заходів в Україні продовжує залишатися одним із головних завдань щодо зниження енергетичного дефіциту та підвищення енергетичної ефективності.

Приєднавшись до глобальних ініціатив, зокрема Кліматичної угоди, ініціативи зі сталого розвитку, «зеленої» угоди та інших, Україна визначила низку цілей, завдань і заходів, виконання яких до 2030 р. дозволить суттєво зменшити енергоємність національної економіки та підвищити енергетичну безпеку.

Житловий сектор України є одним з найбільших споживачів енергії у країні, що зумовлює ряд проблем, від енергетичної бідності до енергетичної безпеки та стійкості економіки країни. За даними Міністерства розвитку громад та територій України, житловий сектор використовує близько 40% загального обсягу енергії в країні, що становить серйозне навантаження на нашу енергетичну систему.

Поряд з цим, вітчизняний житловий сектор характеризується низькою енергоефективністю та, в порівнянні з іншими європейськими країнами, витрачає більше енергії для забезпечення комфортного рівня життя населення (насамперед, для опалення приміщень).

Відповідно, існує значний потенціал зменшення витрат енергії житловим сектором. Цей потенціал пов'язаний з різноманітними аспектами, включаючи підвищення енергоефективності будівель шляхом їх утеплення та модернізації інженерних мереж.

Зростання рівня енергоефективності стимулюватиме економічне зростання, підвищуватиме добробут населення, забезпечить вищу економічну безпеку держави та запобігатиме глобальним змінам клімату. Термомодернізація житла призводить до суттєвого скорочення споживання енергії, і, як правило, є високорентабельною, однак спочатку вимагає значних витрат, саме тому більшість домогосподарств не можуть проводити її без державної фінансової підтримки.

На реалізацію потенціалу зі зниження витрат енергії житловим сектором були спрямовані значні зусилля уряду та міжнародних організацій. З 2015 року в Україні було запущено ряд інструментів для підтримки зростання енергоефективності житлового фонду. Нині діє дві державних програми підтримки термомодернізації в житловому секторі, програма «Теплі кредити» для власників односімейних будинків та програма «Енергодім» для співвласників багатоквартирних будинків. Також, в багатьох містах та ТГ розроблені місцеві програми підтримки термомодернізації житла.

Втім, попри існування державних та місцевих програм активність домогосподарств в напрямку термомодернізації свого житла а також її масштаби досить низькі. Це зумовлено тим, що з однієї сторони, термомодернізація житлових будівель дає можливість скоротити споживання енергетичних ресурсів та, відповідно, витрати на їх оплату (зеконотлені кошти можемо трактувати як додатковий дохід зумовлений інвестицією в енергоефективність) та підвищити капіталізацію житла. З іншої сторони, низька вартість енергоресурсів може не забезпечити достатньої мотивації для проведення термомодернізації, особливо, якщо вона поєднується з високою вартістю будівельних робіт. А низький рівень доходів може ускладнити ситуацію, навіть якщо термомодернізація є швидкоокупною, оскільки більшість співвласників будинку можуть не мати можливості витратити додаткові кошти на ці цілі. Тобто, при прийнятті рішення про термомодернізацію свого будинку власники керуються, переважно, раціональними мотивами. І їх рішення залежить від відповідей на два запитання: «Як швидко економія на опаленні окупить інвестиції в модернізацію будинку?» і «Чи достатньо наших доходів для здійснення такого інвестування?» [1].

Збільшенню обсягів та темпів термомодернізації житла могло б сприяти зростання вартості енергоресурсів, забезпечення помірної вартості термомодернізації (тобто, вартості матеріалів та обладнання, що використовується для термомодернізації), та зростання доходів населення (насамперед, в групах з нижчим за середній рівнем доходу).

Звідси випливає доцільність подальшого розвитку державного інструментарію підтримки зростання енергоефективності житлового фонду за наступними напрямками:

1. Здешевлення вартості термомодернізації житла через застосування системи податкових пільг для виробників матеріалів та обладнання, що застосовується в модернізації житла та застосування, відповідних податкових пільг для виконавців будівельних робіт.

2. Надання, для термомодернізації житла, додаткової (до діючих програм) фінансової підтримки домогосподарств з низькими доходами.

3. Відмова від практики субсидування продавців енергоресурсів та виробників тепла/електроенергії для забезпечення низької вартості енергії (як на державному так і на місцевому рівнях) та перехід до лише використання механізму житлових субсидій. Також слід відмовитись і від практики встановлення різної вартості енергоресурсів для фізичних та юридичних осіб.

Висновок. Зростання енергоефективності житлового сектору України є важливим кроком на шляху до досягнення цілей сталого розвитку, оскільки енергоефективність є ключовим чинником, що визначає економічну, соціальну та екологічну стійкість будь-якої країни.

Застосування енергоефективних технологій в реконструкції існуючих будинків може також стати стимулом для розвитку нових галузей економіки, зокрема, енергетики та будівництва. Оскільки попит на енергоефективні

технології зростає, це може призвести до створення нових робочих місць та збільшення виробництва вітчизняних енергоефективних матеріалів та обладнання.

Таким чином, зростання енергоефективності житлового сектору України є важливим кроком у забезпеченні сталого розвитку країни, який може призвести до покращення якості життя населення та зміцнення економіки країни.

Список використаних джерел

1. Паламарчук Д. М., Паламарчук Н. О. Дослідження факторів впливу на рішення співвласників про модернізацію багатоквартирного житлового будинку // Стратегії глобальної конкурентоспроможності: соціально-економічні виміри: Матеріали ІХ міжнар. наук.-практ. конф. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С. 77–81.
2. Енергетична стратегія України до 2035 року: безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність / Міністерство енергетики України. URL: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>
3. REMAP-2030. Analysis for Ukraine //IRENA, 2019. 55 p. URL:<http://banisaenergy.com/sites/default/files/re-map-2030-analysis-for-ukraine-120315.pdf>

Чайка Інна

к.е.н., доцент

Полтавський університет економіки і торгівлі

Полтава, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗВО

Одним із важливих елементів посилення міжнародної конкурентоспроможності України та її регіонів є вдосконалення національної системи вищої освіти, а саме підвищення ефективності функціонування закладів вищої освіти (ЗВО). У попередніх дослідженнях нами було обґрунтовано необхідність застосування маркетингового підходу до підвищення ефективності функціонування ЗВО, його взаємодії з ринком праці [1, 2]. Вважаємо, що основними елементами маркетингового управління ЗВО на засадах маркетингу є (рис. 1):

1. Аналіз ринку: дослідження та аналіз ринку вищої освіти, конкурентного середовища, тенденцій та попиту на певні напрямки освіти.
2. Сегментація аудиторії: розподіл цільової аудиторії на різні сегменти в залежності від потреб, інтересів, демографічних характеристик тощо.
3. Розробка стратегії: визначення основних цілей та завдань ЗВО, розробка стратегії маркетингового управління, включаючи позиціонування.



Рис. 1. Основні елементи маркетингового управління ЗВО

Метою побудови і впровадження концептуальної моделі підвищення ефективності функціонування ЗВО на засадах маркетингового управління є поєднання на засадах логіки, припущень і обмежень розгалуженого алгоритму дій, який дозволить системно виявляти причинно-наслідкові зв'язки, суттєві для підвищення ефективності функціонування ЗВО, та втілювати їх у практику. Як результат маємо отримати концептуальну модель підвищення ефективності функціонування ЗВО на засадах маркетингового управління, що визначає умови функціонування ЗВО, характер взаємодії його внутрішнього і зовнішнього середовища. Для підвищення ефективності функціонування ЗВО пропонуємо таку концептуальну модель на сонові кількох ключових компонентів (рис. 2):

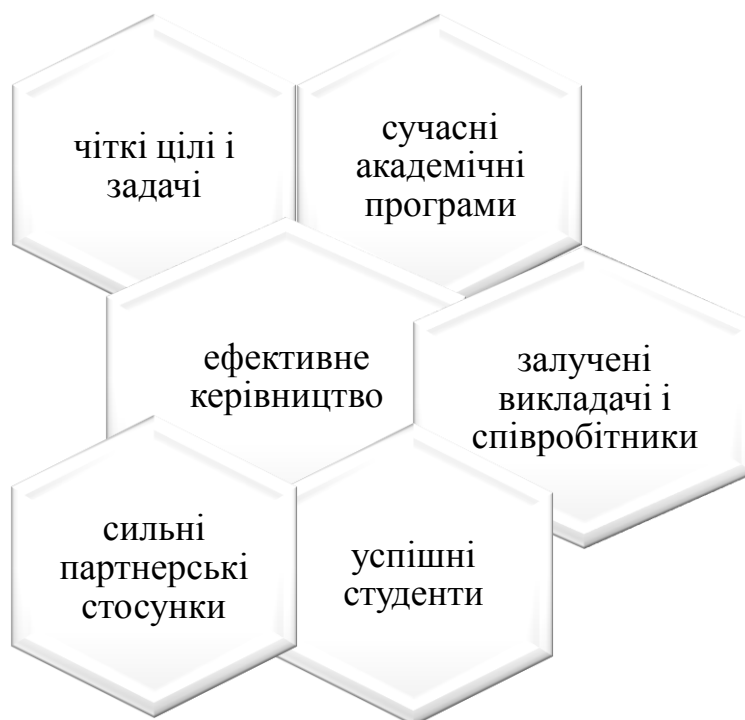


Рис. 2. Концептуальна модель підвищення ефективності функціонування ЗВО на засадах маркетингового управління

1. Ефективне керівництво. Університету необхідне сильне керівництво, здатне формулювати цілі і завдання діяльності, спрямовувати, підтримувати та мотивувати викладачів, співробітників і студентів. Це включає встановлення тону для культури постійного вдосконалення та інновацій, а також надання ресурсів і підтримки для постійного професійного розвитку.

2. Чіткі цілі та завдання. В університеті має бути чіткий набір цілей та завдань, якими він керується у своїй діяльності. Ці цілі та завдання повинні бути доведені до всіх зацікавлених сторін, включаючи викладачів, співробітників, студентів та громадськість. Їх слід періодично переглядати, щоб переконатися, що вони, як і раніше, актуальні та відповідають місії університету.

3. Сучасні академічні програми: університет має пропонувати лише високоякісні академічні програми, які відповідають потребам студентів та спільноти. Сюди входять програми, призначені для підготовки студентів до роботи, а також програми, що забезпечують основу подальшого академічного навчання.

4. Залучені викладачі та співробітники: в університеті мають бути викладачі та співробітники, які дуже зацікавлені та віддані місії університету. Це включає надання можливості викладачам і співробітникам робити свій внесок у розробку академічних програм, брати участь у дослідженнях та іншій науковій діяльності, а також взаємодіяти з спільнотою.

5. Успіх студентів: університет має бути орієнтований на успіх своїх студентів. Це включає надання ресурсів і послуг підтримки, які допомагають особам, що навчаються, досягти успіхів у навчанні, а також підтримку їх особистого та професійного розвитку.

6. Сильні партнерські відносини: університет має розвивати міцні партнерські відносини із спільнотою, промисловістю та іншими установами. Це включає співпрацю в дослідженнях та іншій науковій діяльності, а також надання студентам можливості отримати реальний досвід за допомогою стажувань, спільних програм та інших можливостей експериментального навчання.

Висновок. Загалом ці компоненти мають працювати разом, щоб створити концептуальну модель підвищення ефективності функціонування університету. Зосередивши увагу на зазначених галузях, університети зможуть краще підготувати своїх студентів до роботи та зробити свій внесок у економічний розвиток своїх спільнот, посилити конкурентоспроможність регіону або України в цілому, в тому числі – міжнародну.

Список використаних джерел

1. Чайка І. П., Брітченко І. Г. Маркетинг як чинник підвищення ефективності функціонування вищого навчального закладу. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. Спецвипуск 33. Ч. 2. 2011. С. 299–302.

2. Чайка І. П. Розробка маркетингового механізму співпраці закладів вищої освіти зі стейкхолдерами (на прикладі сфери в'їзного медичного туризму). *Бізнес Інформ*. Вип. 6. 2020. С. 351–357.

Чемчикаленко Руслан

к.е.н., доцент

Українська інженерно-педагогічна академія

Харків, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

В останні чверть століття туризм був однією з найбільш швидкозростаючих галузей світової економіки й забезпечував мільйони робочих місць та робив вагомий внесок у ВВП багатьох світових країн, зокрема, й України. За період незмінно позитивної тенденції з 1995 по 2019 роки надходження від туристичного бізнесу досягли 1,86 трлн. дол. США й скорочувались лише в буремному 2008 році на 9% – з 1,15 до 1,05 трлн. дол. США [1].

Однак, починаючи з 2019 року туристичний бізнес переживає чи не найгірші роки свого становлення. Так, зокрема, відповідно до останніх наявних в публічному доступі даних Всесвітньої туристичної організації ООН, через пандемію коронавірусу 2020 рік став найгіршим для світового туризму за весь період досліджень [2]. За період з 2019 по 2020 рр. жодна країна в світі не наростила надходжень до своїх бюджетів від підприємств туристичної галузі й за оцінками експертів галузь могла відновитись тільки в 2023 році, чого в нашій країні точно не станеться через повномасштабну війну, що змушує всіх практиків і науковців задуматись над вирішенням цієї надскладної проблеми.

Реагуючи на відповідні виклики, які розпочалися ще з пандемії вірусу COVID-19, Державне агентство розвитку туризму (далі – ДАРТ) спробував активізувати міжнародну співпрацю задля відновлення туристичної галузі України. З цією метою на постійній основі знижено до 7% ставку ПДВ, а також запроваджено певні рекламні промоції, зокрема, промокампанію Meet Ukraine, яку побачили 800 млн користувачів в Іспанії та Латинській Америці [3]. Однак, виникають питання чи потрібно реалізовувати відповідні акції саме для латиноамериканських та іспанських відвідувачів, й чи взагалі дієвими є такі кроки в умовах війни?

Зважаючи на те, що в усьому світі намітилась тенденція до зміни географічних туристичних пріоритетів, зокрема, поживляється інтерес до таких екзотичних країн як Бенін, Бруней Даруссалам, Бурунді, Тувалу, Чад, а також чітко намітилась тенденція до «офшорного» туризму до та Кайманових островів чи Белізу, реклама для іспанських та латиноамериканських туристів нам навряд чи допоможе.

Сьогодні, на нашу думку, головною проблемою щонаменше збереження досягнутого рівня конкурентоспроможності вітчизняного туристичного бізнесу є безпекова компонента. Тому вирішення нашої проблеми потрібно шукати на сході (наприклад, в Ізраїлі) чи в Африці (зокрема, Єгипті) й будувати свою концепцію формування безпечного туризму в країні, а також переглянути концепцію внутрішнього туризму.

Сьогодні українські чоловіки-туристи, 71% з яких віддавали перевагу внутрішньому туризму [3], навряд чи будуть подорожувати, але країна може запропонувати певні співпраці з туроператорами для забезпечення туризму як способу психологічної реабілітації.

Натомість для вирішення безпекової проблеми варто звернутись до досвіду Ізраїлю, який постійно перебуває в стані війни й запровадив у себе програму «Туристичний гарант», яка на відміну від української програми «Гарантійний фонд туризму», захищає туристів не від економічних проблем, а саме від воєнних загроз.

Висновок. Зважаючи на вищевикладені факти, в якості заходів, спрямованих на збереження туристичної галузі в Україні, на нашу думку, доцільно проаналізувати такі резерви, як відбудова на базі державно-приватного партнерства системи внутрішнього туризму. Це можливо здійснити, наприклад, шляхом запровадження на державному рівні програм щодо психологічного відновлення українських захисників з урахуванням можливостей рекреаційних бізнес-структур.

Зважаючи на безпекову складову зниження конкурентоспроможності туристичного бізнесу в країні в нинішніх й післявоєнних умовах варто запропонувати ДАРТ ініціювати перед Урядом країни реалізації аналогу ізраїльської безпекової програми «Туристичний гарант».

Для забезпечення безпеки туристів, влада має забезпечити реалізацію посиленних заходів безпеки на території туристичних об'єктів, ресторанів та готелів, а туристичні оператори мають сприяти організації екскурсій з досвідченими гідями, що має створити умови потенційним туристам побачити культурні та історичні пам'ятки без ризику.

Проте навіть сьогодні, коли в країні відбуваються бойові дії, варто розпочинати комплексну роботу з відновлення туризму в країні, й поки інформаційно країна знаходиться в центрі уваги, варто цим скористатися, наприклад, поширюючи практику віртуальних туристичних подорожей.

В цілому ж, щонайменше, збереження туристичної галузі в країні потребує системних й невідкладних дій вже сьогодні й використання комбінації різних заходів як це роблять, зокрема, в тому ж Ізраїлі.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Світового банку. URL: https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?most_recent_year_desc=true
2. Туризм у світі повернеться на допандемічний рівень не раніше 2023 року – ООН. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3180164-turizm-u-sviti-povernetsa-dopandemicnogo-rivna-ne-ranise-2023-roku-oon.html>
3. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL : <https://www.tourism.gov.ua>

Тригуба Віктор

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Національний університет водного господарства та природокористування
Рівне, Україна

СТІЙКИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ЛИТИХ ДЕТАЛЕЙ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗВ'ЯЗОК З ЦІЛЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сучасний розвиток економіки України тісно пов'язаний з ливарним виробництвом. На жаль, через відсутність інновацій даної галузі гальмується розвиток багатьох суміжних напрямків бізнесу в Україні: кінцеве виробництво готових виробів та обладнання, сфера їх обслуговування. Разом з тим, важливим не лише їх розвиток як бізнес-проектів, але й впровадження таких бізнес-моделей, які відповідали б глобальним цілям сталого розвитку. Тому метою дослідження є пошук можливостей збалансування бізнес-цілей розвитку підприємств з виробництва литих деталей в Україні із глобальними цілями стійкого розвитку.

Для розуміння особливостей сталого розвитку підприємств такого профілю вважаємо за необхідне уточнити тлумачення цього терміну, виходячи з основного документа представленого на Саміті ООН («Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року»), де було визначено 17 Цілей Сталого Розвитку та 169 завдань, а також критичного аналізу праць інших авторів: О. І. Амоша, С. В. Войтко, В. М. Геєць, В. В. Джеджула, М. О. Кизим, О. М. Суходоля, В. Є. Хаустова, А.В. Шевченко та ін. [1]. Отже, сталий розвиток металургійного підприємства можна трактувати як комплекс заходів спрямованих на досягнення позитивної динаміки економічної ефективності підприємства на засадах забезпечення відповідальності перед суспільством щодо соціальних та екологічних наслідків своєї діяльності.

Слід виокремити що концепція сталого розвитку сформована першочергово для вирішення суспільної проблематики, а вже згодом стала базою вивчення тенденцій розвитку підприємств у перетині екологічних, соціальних та економічних складових з орієнтацією на стимулювання досягнень стійких темпів динаміки росту. Усвідомлення основних положень динаміки розвитку підприємства дозволяє вже на ранніх етапах уповільнення темпів розвитку здійснювати пошук способів забезпечення економічної рівноваги. Отож існує реальна потреба щодо розроблення концепцій стійкого розвитку підприємств як основи класифікації та вибору управлінського інструментарію забезпечення стійкості національних підприємств.

Вивчаючи металургійний сектор України та світу, дуже важко ототожнювати виробництво литих деталей з декількома основними цілями згідно з департаментом економічних та соціальних питань ООН, тому що в сучасному суспільстві навіть дрібна лита деталь може бути основою великих механізмів, котрі покращують умови та безпеку нашого життя: конкретно можуть брати участь у збереженні морських екосистем та екосистем суші й т. д.. І такі «дрібні деталі» роблять значний внесок в боротьбі зі зміною клімату, зниження рівня виснаження природних ресурсів, раціональне використання та управління природними ресурсами та їх баланс, що є рушійним стимулом до глобального партнерства в інтересах стійкого розвитку [2].

Економічне зростання України є неможливим, якщо не прикладати максимум зусиль, щоб подолати бідність та забезпечити підвищення рівня життя широких верств населення, проте важливим є не тільки покращення економічної ситуації, а й справедливий розподіл результатів зростання доходів між всіма верствами населення. Особливо важливим для ливарних підприємств України є перехід від застарілої моделі розвитку, в якій конкурентні переваги зумовлені в основному зловживанням доступних природних ресурсів, застарілого устаткування масового, як правило, надлишкового виробництва та дешевої робочої сили – до виробничо-інноваційної моделі, пріоритетами якої є розвиток виробництва та торгівлі високомаржинальними товарами. А це вже більш вузька спеціалізація де для закритого циклу виробництва будуть застосовувати нове інноваційне обладнання з індивідуальними та дорогими, високотехнологічними прес-формами, а також розробка нових методів лиття металів. Як пріоритет, зниження ролі масового виробництва призведе до зменшення рівня амортизації основних засобів, покращення екологічних стандартів, зростання ролі інтелекту у виробничому процесі.

Така модель потребує масштабних інвестицій в проектування та розбудову інфраструктури, комплексної підтримки з боку держави до мікро-, малого і середнього бізнесу зайнятого виробництвом литих деталей, готових виробів. Організація та контроль виробництва та збуту задля слідування основним принципам циркулярної економіки, як альтернативної економічної моделі.

Аналізуючи взаємозалежність цілей металургійних підприємств та глобальних цілей сталого розвитку, визначених ООН, важливо розуміти ступінь впливу діяльності підприємств та їх можливий внесок у забезпечення сталого розвитку. З цією метою на рис. 1 запропоновано основні цілі сталого розвитку металургійних підприємств з виготовлення литих деталей складної форми, котрі сприяють досягненню поставлених 17-ти глобальних цілей сталого розвитку.

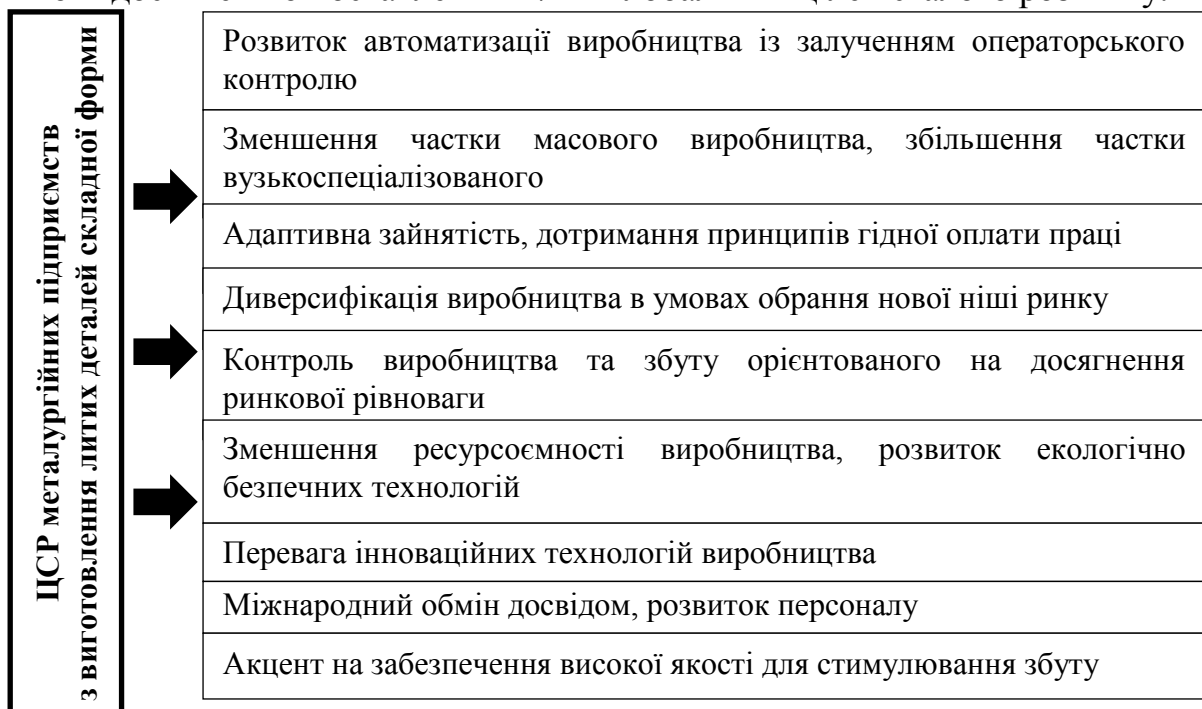


Рис. 1. Цілі сталого розвитку металургійних підприємств України з виготовлення литих деталей складної форми (розробка автора)

На наведеному рисунку відображені тільки основні цілі, але діяльність на їх основі сприятиме забезпеченню позитивного ефекту щонайменше за одним із завдань кожної глобальної цілі, що підтверджує важливість подальшої імплементації принципів сталого розвитку у діяльність металургійних підприємств.

Висновок. В умовах війни та післявоєнної відбудови варто використати момент світової уваги та захопленням українським народом, зосередити увагу на виробництві якісних деталей та готових виробів задля розвитку бренду «Україна», що буде ще одним внеском у досягнення цілей сталого розвитку країни на основі покращення економічних результатів діяльності.

Список використаних джерел

1. Шевченко А. В. Стратегічні пріоритети екомодернізації у промисловості України у контексті подолання глобальних економічних викликів і реалізації цілей сталого розвитку 2021
2. A. Bluszcz, A. Kijewska. Challenges of sustainable in the mining and metallurgy sector in Poland ISSN 0543-5846 METABK 54(2) 441-444 (2015) UDC – UDK 622.3:669.011:338.45:62.001.6:438=111
3. Цілі сталого розвитку для України до 2030 року. Довідник для підприємців. Портал Дія Бізнес. <https://business.diia.gov.ua/handbook/sustainable-development-goals> (дата звернення 27.02.2023)

Мироседі Ольга

здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти

Наук. кер. **Панова Ірина**

к.е.н., доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Харків, Україна

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ТА РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У ЇХ ПОДОЛАННІ

На сьогодні спостерігається погіршення стану господарства України, що зумовлено військовим вторгненням Російської Федерації від 24 лютого 2022 року. Військові дії спричинили низку економічних проблем: погіршення стану промисловості, припинення діяльності окремих національних та міжнародних підприємств, скорочення експорту, збільшення рівня інфляції – усе це становить значну загрозу для подальшого економічного розвитку країни. Втім, вже приймаються активні кроки щодо вирішення цих питань, і, при цьому, важливу роль відіграє саме міжнародне економічне співробітництво, яке допомагає покращити економічний стан регіонів України, тим самим, сприяючи підвищенню їхньої конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Метою роботи є дослідження економічних проблем регіонів України та ролі міжнародного економічного співробітництва у їх подоланні.

Дослідженням даного питання займалося чимало науковців, зокрема: проф. Гринів Л.С., проф. Голюков А.П., проф. Станчев М.Г., доц. Казакова Н.А., доц. Ринейська Л. С. та інші.

Найнижчими економічними показниками були на початку війни, оскільки економіка у той час ще не пристосувалась до нових викликів, спричинених військовими діями. Від 24 лютого підприємці, які були налякані військовими діями та їхніми першими наслідками, зупинили або зовсім припинили свою діяльність. Так, згідно з інформацією від Міністерства фінансів України, станом на квітень минулого року близько 30% українських підприємств припинили повністю свою діяльність, 45% – працюють лише частково. Окрім цього, військові дії призвели до пошкодження або знищення різних підприємств та заводів на території низки населених пунктів, а також до знищення об'єктів інфраструктури, що посприяло створенню значного дефіциту у державному бюджеті [1].

Крім того, за минулий рік відбулось стрімке збільшення інфляції. Причинами цього є і сама війна, і наслідки військових дій, зокрема: зростання вартості пального, обмеження обсягів імпорту, зростання рівня небезпеки, яке виникає при логістиці, зменшення обсягів виробництва та загальноукраїнська криза. Все це спричинило зростання вартості продуктів харчування та непродовольчих товарів у кожному регіоні. Найвищий рівень інфляції спостерігається у Херсонській області (розмір індексу споживчих цін в області становить 142,3% за 2022 рік) [2].

До актуальних економічних проблем можна віднести і скорочення експорту, оскільки військові дії обмежили шляхи збуту українських товарів. Країна-агресор довгий час блокувала морські торговельні шляхи України, через які наша країна найбільше експортувала залізні руди, металеві вироби, зерно тощо, і які складають основні статті експорту. Згідно з оперативними даними Державної митної служби, станом на 16 січня Україна з початку 2022/23 МР експортувала 24,472 млн. тон зернових і зернобобових культур, у тому числі в січні – 1,726 млн тон. З портів Одещини станом на жовтень 2022 року Україна експортувала 6,1 тис. тонн зерна, однак, порівняно з минулими роками, дані показники є набагато меншими [3].

Особливо страждає енергетична галузь, яка за період від жовтня 2022 року постійно потерпає від масових ракетних обстрілів. Агресор руйнує енергетичну інфраструктуру, спричиняючи значний дефіцит у електромережі. Окрім цього, держава витрачає чималі кошти на усунення наслідків масованих обстрілів, які відбуваються систематично. Від проблем, спричинених руйнуванням електричної інфраструктури, страждає як і цивільне населення, так і економіка країни, оскільки низка підприємств не мають можливості працювати на повну потужність, деякі з них припинили свою діяльність або не працюють у період відсутності світла, а інші вимушені використовувати електричні генератори та додаткові автономні джерела електропостачання, однак подібні дії зменшують прибуток підприємств, оскільки спричиняють значні додаткові витрати [4].

У подоланні існуючих проблем важливу роль відіграє міжнародне економічне співробітництво, таким чином низка країн світу та міжнародних організацій сприяють подоланню складнощів економічного розвитку України і її регіонів. Перш за все, слід звернути увагу на економічну допомогу, яку надають держави та міжнародні організації. Зокрема, від початку війни МВФ надав Україні понад 2,7 млрд \$ США фінансової допомоги, яка спрямована, у тому числі, і на забезпечення економічної стійкості [5]. Також регулярно надає фінансову допомогу і ЄС, яка спрямовується на відновлення критичної інфраструктури та початкової підтримки для сталого повоєнного відновлення з метою підтримки України на її шляху до європейської інтеграції [6].

Окрім цього, вкрай важливим моментом є спрощення експорту зернових з України до країн Європи, що сприятиме поступовому відновленню економіки нашої держави. Зокрема, на початку березня 2023 було підписано домовленість між Україною та Польщею про спрощений експорт зерна [7]. Відповідну угоду підписали також Франція та Румунія, яка засвідчує спрощений експорт даної продукції з України суходелом до країн Європи та держав, що розвиваються, зокрема середземноморських. Згідно з цими угодами Україна постачатиме більше зерна саме суходелом, що дає змогу вирішити проблему блокування морських шляхів експорту зернових [8].

Висновок. Українська економіка має низку проблем, зокрема: скорочення промислового виробництва, інфляція, скорочення експорту, а також енергетичні проблеми. Вони становлять загрозу для подальшого економічного розвитку України, тому існує необхідність у їх миттєвому подоланні. Важливу роль при цьому відіграє міжнародне економічне співробітництво, що проявляється у наданні фінансової допомоги Україні, а також спрощенню експорту різної продукції, зокрема зернових. Завдяки розвиненому економічному співробітництву з іншими державами та міжнародними організаціями Україна має можливість усунути хоча б частково дані проблеми та покращити становище економіки, що матиме позитивний вплив на її повоєнний розвиток.

Список використаних джерел

1. Вже 30% підприємств в Україні повністю зупинили свою роботу через війну, – Нацбанк [Електронний ресурс]. URL: <https://one.kr.ua/news/40150> (дата звернення 12.03.2023).
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 12.03.2023).
3. Експорт зернових з України у 2022/23 МР досяг 24,5 млн тонн [Електронний ресурс]. URL: <https://agravery.com/uk/> (дата звернення 11.03.2023).
4. Світло в кінці тунелю: як можна "згладити" енергетичну кризу [Електронний ресурс]. URL: <https://www.epravda.com.ua/> (дата звернення 12.03.2023).
5. МВФ надасть Україні додаткові 1,3 мільярда доларів — Шмигаль [Електронний ресурс]. URL: <https://suspilne.media/290558-mvf-nadast-ukraini-dodatkovi-13-milarda-dolariv-smigal/> (дата звернення 12.03.2023).
6. Рада ЄС погодила допомогу Україні на 18 мільярдів євро [Електронний ресурс]. URL: <https://suspilne.media/335954-rada-es-pogodila-dopomogu-ukraini-na-18-milardiv-evro/> (дата звернення 12.03.2023).

7. Україна та Польща підписали спільну заяву про експорт українського [Електронний ресурс]. URL:зерна <https://landlord.ua/news/ukraina-ta-polshcha-pidpysaly-spilnu-zaiavu-pro-eksport-ukrainskoho-zerna/> (дата звернення 12.03.2023).

8. Уряди Франції та Румунії підписали у понеділок, 12 вересня, угоду про полегшення експорту зернових з України суходелом [Електронний ресурс]. URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3569718-francia-ta-rumunia-pidpisali-ugodu-pro-prosenna-eksportu-ukrainskogo-zerna.html> (дата звернення 12.03.2023).

Потьомкін Микола

заст. начальника фінансово-договірної відділу КНП КУ «ОМЦ»
Одеса, Україна

ГЛОБАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

З метою відродження національної економіки, яка має відбуватися на сучасному рівні з урахуванням принципів прибутковості, створення нових робочих місць та інших основних компонентів процесу підвищення конкурентоспроможності переробних підприємств, необхідно вдосконалити діючі підходи та відповідні фінансово – економічні механізми. Вони повинні сприяти ефективному функціонуванню переробних підприємств в умовах нестабільності, що змінюється.

Такий підхід передбачає розробку спеціальної методики підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, як основи поліпшення як їхнього економічного становища, а й держави загалом. Крім того, необхідно враховувати потенційні можливості підприємства з власного розвитку в умовах обмеженості матеріальних, фінансових, трудових та інших видів ресурсів [1].

Одночасно забезпечується гармонійний розвиток найважливіших трендів:

1) зовнішні та внутрішні можливості щодо залучення інвестицій та визначення їх обсягів;

2) у процесі планування виробничо-господарської діяльності враховувати економічні та фінансові ризики, що неминуче виникають у сучасному середовищі;

3) чітко визначати кількість та повну вартість необхідних матеріальних ресурсів;

4) гарантувати досягнення поставлених перспективних завдань з урахуванням їх кількісних та якісних результатів.

Основними перевагами такого тренду будуть:

1) обґрунтований рівень матеріальної мотивації праці всіх категорій найманого персоналу [3];

2) точна кількісна оцінка процесу виробництва продукції з урахуванням думки різноманітних груп споживачів;

3) економія адміністративно-управлінських витрат;

4) можливість обґрунтованого переходу до сучасних числових технологій.

Особливу увагу необхідно приділити підготовці та підвищенню кваліфікації найманого персоналу з метою підвищення конкурентоспроможності та результативності кінцевих виробничих результатів [2].

Практична розробка цього наукового тренду та його впровадження щодо підвищення рівня конкурентоспроможності переробного підприємства значно прискорює процес гармонізації виробничих та комерційних результатів у багатьох напрямках їхньої діяльності. Крім того, він обов'язково мотивує процес підвищення ефективності суміжних виробництв та забезпечення їх необхідними матеріальними ресурсами.

Важливу роль аналізованому процесі грає тренд, взаємозалежний з чітким визначенням ступеня ефективності розроблюваних заходів. Він має здійснюватися у базовому та перспективному періодах. Причому аналізований процес повинен забезпечувати точність, незалежність та правдивість відповідної оцінки.

З урахуванням зафіксованих характеристик кожного фактора, що впливає на конкурентоспроможність переробного підприємства, необхідно розрахувати рівень їх корисності (з урахуванням фактичного обсягу валової продукції та норм витрати матеріальних компонентів). Такий підхід дозволить розрахувати динаміку їх позитивних та негативних змін з погляду аналізованого показника. Економічною цінністю такого підходу є можливість його використання у діючих виробничих умовах та заздалегідь інформувати відповідальних виконавців про перспективу зниження обсягів виробництва.

Цінність кожного організаційно-технічного фактора в процесі підвищення конкурентоспроможності підприємства можна розрахувати відповідно до величин середнього сукупного продукту (СП-) і граничного (ПП) за такими формулами:

$$\overline{СП} = \frac{СВП}{\sum \PhiЗ} \quad (1)$$

де: СВП – сукупний валовий продукт;
 $\sum \PhiЗ$ – сумарні факторні витрати.

$$ПП = \frac{\pm \sum ОВ}{\pm \sum МЗ} \quad (2)$$

де: $\pm \sum ОВ$ – зміна суми обсягу валового продукту переробного підприємства;
 $\pm \sum МЗ$ – зміна суми матеріальних витрат.

Необхідно підкреслити, що переробні виробництва схильні до впливу різноманітних факторів перевищують за кількістю середньогалузеву величину мало ефективно. Це з процесом мимовільного збільшення споживаних матеріальних витрат, що у разі скорочує обсяг власного прибутку підприємства міста і взаємозалежних економічних показників. У наступному періоді зазвичай факторні витрати збільшуються, що спричинює приріст валового обсягу. Після досягнення своєї граничної величини він починає знижуватись.

Висновок. Виробничо-господарська діяльність підприємств у сучасних умовах характеризується обмеженою можливістю, пов'язаною з купівлею сировинних та енергетичних ресурсів. Крім того, у них обмежені можливості щодо зміни діючої виробничої технології та придбання цифрової техніки. У цьому вони можуть працювати ефективно, якщо обсяг валової продукції стабільно наближається чи дорівнює нульовій позначки. За таких умов підприємство приносить суспільству максимальну користь. Це з тим, що обсяг реалізації продукції досягає граничної величини і свідчить про її користь споживачам. Ефективне функціонування за таких умов досягається у разі максимального наближення факторної продуктивності до нульової позначки.

Список використаних джерел

1. Шандова Н., Шандова Ю., Сафонов М. Методи прийняття управлінських рішень: навч.-метод. посіб. для самостійн. вивчення дисципліни. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2010. 174 с. Рекомендовано МОНУ (Лист №1/11-10739 від 12.11.2010).

2. Карлюка Д. О. Особливості теорії ефективної конкуренції. Управління конкурентоспроможністю підприємств у ринкових умовах: колективна монографія / за заг.ред. проф. М.В. Шарко. Херсон: ПП Вишемирський В. С. 2016. С. 14–22. URL: <http://kntu.net.ua/ukr/content/view/full/58868>

3. Потьомкін Л. М. Удосконалення механізмів по підвищенню фінансово-економічного рівня і мотивації персоналу переробних підприємств. *Збірник матеріалів I Міжнар. наук.-практич. конф. "Current trends in the development of modern scientific thought" 27-30 вересня 2022 р.*, Хайфа, Ізраїль. Р.117–126.

Самойленко Діана

здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти

Смирнова Тетяна

ст. викладач

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Дніпро, Україна

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ НА ШЛЯХУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Повномасштабна війна, яка розпочалася 24 лютого 2022 року, завдала колосальних збитків нашій державі та економіці, але водночас вона посприяла виведенню на новий рівень економічної співпраці України з Європейським Союзом. 23 червня 2022 року – це день, що поклав початок нової історії інтеграційного процесу України з ЄС, адже саме цього дня Україні було надано статус кандидата на членство в Європейському Союзі. Це надає українському бізнесу нові широкі можливості знайти місце на великому конкурентному ринку ЄС. Але для цього необхідно виконувати значний обсяг економічних

задач, вирішення яких відкриє шанси для конкурентоздатності українських товарів та послуг.

Стратегічною задачею є дослідити, які можливості у собі несе статус кандидата в ЄС для нашої країни, та розглянути підготовчу роботу держави та бізнесу для переходу на новий етап інтеграції.

Отримання статусу кандидата на членство в Європейському Союзі є історичним моментом та юридичним закріпленням європейського майбутнього для нашої країни. Цей статус свідчить про те, що процес вступу розпочато і лише питання часу, коли саме наша країна доєднається до єдиної європейської родини. Потрібно зазначити, що сам статус кандидата дає підприємствам Україні ряд переваг в економічному, фінансовому та соціальному планах [2]. Кандидатство України відкриває нові можливості щодо доступу до фінансових програм допомоги, які надаються усім кандидатам на вступ до ЄС. Ці програми сприяли б розвитку бізнесу, захисту прав людини, ефективному функціонуванню державного управління, розвитку «зеленої» економіки, сільського господарства та сільської місцевості [1]. Серед фінансових програм допомоги можна виділити спеціальний фонд ЄС, що допоможе в розбудові транспортної інфраструктури, охорони довкілля, підвищенні якості людського капіталу й активізації механізмів економічного розвитку держави [3]. В Україні після закінчення війни у сфері транспорту, будівництва, екології та аграрному секторі буде великий запит на фінансові ресурси та людський капітал. Це створює сприятливий інвестиційний клімат у стратегічній та середньостроковій перспективі.

Також Україна у цьому статусі отримала доступ до індивідуальних програм та проектів фінансової підтримки від Євросоюзу, що позитивно вплине на весь підприємницький сектор [1]. Статус кандидата до вступу в ЄС може збільшити цікавість з боку іноземних інвесторів. Це можна пояснити тим, що статус кандидата несе у собі кардинальні зміни в середині держави, а отже ведення бізнесу стане зручнішим та прозорішим, що саме й привертає увагу інвесторів [5]. Крім того, важливим є ще й той факт, що у новому статусі Україні буде дешевше відновлювати й розбудовувати країну, адже вартість повоєнного відновлення буде розділена між Україною та країнами-членами Європейського Союзу [6].

За час війни головним торговельним партнером стали країни ЄС. Причина такої міцної співпраці полягає у підтримці європейських партнерів. Рішучим кроком підтримки стала лібералізація торгівлі між Україною та Євросоюзом, тобто для українських товарів були скасовані тарифні квоти та антидемпінгові мита [5]. Також важливими елементами підтримки українських підприємств на час війни є укладання угоди про скасування дозволів на перевезення, приєднання до системи спільного транзиту, страхування воєнних ризиків постачання товарів та здійснення інвестицій [4]. У зв'язку з цим, для українського бізнесу відкривається можливість виходу на європейський ринок та отримання доступу до 450 мільйонів споживачів [5]. Такою можливістю вже скористалися такі великі українські компанії як «Нова Пошта», «ТД Біола»,

«Астарта», «Monobank» тощо. Виходячи на новий ринок українські підприємства отримують змогу співпрацювати з іноземними компаніями світового рівня. Набуття такого досвіду позитивно вплине на підвищення конкурентоспроможності українського бізнесу, що відкриє можливість переорієнтувати економіку із сировинної на високотехнологічну.

Український бізнес буде вимушений провести значну підготовчу роботу, аби впевнено почуватися на ринку ЄС. До головних дій, які покращать конкурентоспроможність українських підприємств, можна віднести: адаптація технічних стандартів і регламентів, екологічний підхід до справи, стандартизація продукції та виробництва [7].

Статус кандидата на членство – це нова вершина шляху до приєднання України до європейської родини. Цей етап вимагає колосальних дій, реформ збоку держави, аби пришвидшити процедуру приєднання [7]. Основні вимоги, які поставлені Європейським Союзом до України, є такі:

1) Провести реформу що стосується Конституційного Суду. Тобто відбір суддів повинен відбуватися на основі попередньої оцінки їх доброчесності й професійних навичок.

2) Продовжити антикорупційні реформи. Це означає, що потрібно посилити боротьбу з корупцією серед топпосадовців. Реформа сприятиме створенню податкових та кредитних стимулів для розвитку самозайнятості, прозорого відшкодування ПДВ, зменшенню адміністративного тиску з боку держави.

3) Приділити особливу увагу відмиванню грошей. Внести відповідні зміни до національного законодавства про боротьбу з відмиванням коштів.

4) Зробити повноцінний запуск антиолігархічного закону.

5) Узгодити законодавство про ЗМІ з Директивою ЄС про аудіовізуальні медіапослуги, що робить ЗМІ незалежними.

6) Завершити реформу законодавства про національні меншини, дотримуючись рекомендацій Венеціанської комісії [8].

Також перед державою стоїть завдання щодо внесення змін в принципах роботи національної банківської системи. Це дасть можливість отримувати бізнесу кредитні ресурси на більш вигідних умовах.

Висновок. Наша країна здобула значну перемогу, отримавши статус кандидата на членство у ЄС. Український бізнес стає на крок ближче до своєї головної мети, а саме долучитися до великого ринку країн-членів Євросоюзу. Попереду українське підприємництво чекає великий, складний та кропіткий шлях адаптації усіх бізнес процесів на макро- та мікрорівні за для забезпечення конкурентоспроможності товарів та послуг на нових перспективних ринках країн Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Атаманова Ю., Каба Д. Які нові можливості отримає Україна в якості кандидата на вступ до ЄС?. *Liga Zakon*. URL: https://biz.ligazakon.net/analytys/212037_yak-nov-mozhливost-otrима-ukrana-v-yakost-kandidata-na-vstup-do-s (дата звернення: 07.03.2023).

2. Богдан Т. Статус кандидата на вступ до ЄС: економічні та фінансові переваги. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/28/688638/> (дата звернення: 07.03.2023).
3. Емінова В. Статус кандидата у члени ЄС: що це дає. *Главком*. URL: <https://glavcom.ua/publications/status-kandidata-u-chleni-jes-shcho-ce-daje-i-chi-ne-vidmovlyat-ukrajini-854755.html> (дата звернення: 07.03.2023).
4. Саміт Україна-ЄС: відкритість торгівлі, інтеграція до внутрішнього ринку ЄС, угоди щодо автомобільних дозволів. *Дія Бізнес*. URL: https://export.gov.ua/news/4445-samit_ukraina-ies (дата звернення: 11.03.2023).
5. Україна – кандидат в ЄС. Що це означає для бізнесу?. *Kyivstar business hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/ukrayina-kandydat-v-yes-shho-cze-oznachaye-dlya-biznesu/#2> (дата звернення: 11.03.2023).
6. Україна отримала статус кандидата на членство в ЄС. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayina-otrimala-status-kandidata-na-chlenstvo-v-yes> (дата звернення: 07.03.2023).
7. Шварц Д. Шлях у єдину Європу: що дає Україні статус кандидата на членство у ЄС. *Уніан*. URL: <https://www.unian.ua/politics/status-kandidata-na-chlenstvo-u-yes-shcho-vin-daye-ukrajini-novini-ukrajina-11883030.html> (дата звернення: 07.03.2023).
8. Шембель Д. Україна – кандидат в ЄС: які законодавчі зміни слід очікувати. *Liga Zakon*. URL: https://jurliga.ligazakon.net/news/212345_ukrana--kandidat-v-s-yak-zakonodavch-zmni-sld-ochkuvati (дата звернення: 07.03.2023).

Сотніков Віталій

здобувач бакалаврського рівня вищої освіти
Наук. кер. к.е.н., доцент **Цуркан Ірина**
НТУ «Дніпровська Політехніка»

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Конкурентоспроможність національної економіки має важливе значення для кожної держави. Вона впливає на стан експорту, політичний та економічний авторитет країни в міжнародному середовищі тощо. Однією з головних критеріїв оцінки конкурентоспроможності держави є її здатність соціального захисту свого населення.

З початку повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну, наша економіка зазнала значних втрат: припинення надходжень зовнішніх інвестицій, перерозподіл витрат державного бюджету, переведення економіки на військові рейки. Не дивно, що найбільші видатки пішли на армію та оборону. Також через збройну агресію значно зросла кількість громадян, що потребує соціальної допомоги. Передусім це внутрішньо переміщені особи (ВПО), безробітні, які втратили годувальника чи майно, постраждали від бойових дій, багатодітні родини тощо. Це призвело до того, що збільшились необхідні витрати на соціальну підтримку населення та розвиток соціальної інфраструктури в цілому. На підтримку одних лише ВПО держава в 2023 році витратить 60 млрд грн [1, с. 7].

Паралельно із цим в Україні суттєво скорочується реальний дохід і платоспроможність громадян, у той час як значно зростає рівень інфляції, девальвації національної валюти та безробіття. Допомога соціально незахищеній верстві населення в умовах військового стану потребує значних коштів, які також мають витратитися на військо.

Через дефіцит коштів Україна вимушена брати кредити в інших країнах та міжнародних економічних організаціях, а також залучати гранти та фінансову допомогу, що не потребує повернення коштів [2, с. 12]. За 2022 рік державний борг збільшився на понад 12 млрд доларів США, а у 2023, згідно з прогнозами НБУ, має зрости ще на майже 32 млрд.

Таблиця 1

Витрати державного бюджету України по роках [3]

Роки/показник	Витрати на соціальну сферу (млрд грн)	Частка витрат на соціальну сферу від загальних витрат (%)	Витрати на армію та оборону (млрд грн)	Частка витрат на армію та оборону від загальних витрат (%)	Державний борг (млрд доларів США)
2019	218,6	20,4	106,7	9,9	74,4
2020	322,7	25	120	9,3	90,25
2021	313,7	23,6	119	9	98,9
2022	426	15,7	1142,9	42,2	111,3
2023 (прогноз)	444,1	16,8	1141,1	43,2	143,2

У 2023 році держава планує витратити на пенсії понад 700 млрд грн, на грошове забезпечення військовослужбовців – 330 млрд: для тих, що на передовій – 100 тис грн, для інших – 30 тис, на допомогу по безробіттю – 11,8 млрд [4].

За результатами макроекономічного моделювання Всесвітнього Банку, частка українців, які живуть в умовах бідності, у 2023 може досягти 55%, у той час як у 2021 році даний показник складав 2%.

Станом на 1 січня 2023 року офіційно зареєстровано 186,5 тисяч безробітних. У цей самий час кількість офіційних вакансій трохи перевищує 21 тис, тобто на одне вільне робоче місце претендує одразу 9 безробітних громадян. Однак варто враховувати, що далеко не кожен шукач роботи реєструвався в Державній службі зайнятості, тому фактична чисельність безробітних значно перевищує офіційну статистику. За оцінками Мінекономіки, на початку 2023 року кількість безробітних складала 2,6 млн осіб, а за оцінками НБУ – приблизно 4,2–4,8 млн осіб [5].

Допомогу українцям під час війни надають також і міжнародні організації. Агентство Організації Об'єднаних Націй у справах біженців виплачує внутрішньо переміщеним особам. Розмір допомоги становить 2200 грн на

особу. ЮНІСЕФ допомагає багатодітним сім'ям, а також дітям з особливими потребами.

Багато організацій надає не фінансову, а інші види допомоги. До найбільш затребуваної можна віднести гуманітарну допомогу. Її надають зокрема Всесвітня продовольча програма, Міжнародний комітет червоного хреста, ОСНА, UNHCR та інші.

Післявоєнне відновлення, а також набуття Україною статусу кандидата в Європейський Союз, зобов'язує реформування правового регулювання соціального захисту населення. Крім того, люди будуть потребувати ще й допомоги фінансової та психологічної. Від цього буде залежати розвиток держави в середньо- та довгостроковій перспективі, а також його темпи та ефективність.

Отже, одним з найважливіших завдань нашої держави як у мирний, так і у воєнний час, є соціальний захист населення та підтримка соціально незахищених верств. Саме від економічного та соціального благополуччя громадян залежить макроекономічний розвиток України. Тому соціальне забезпечення населення посідає особливе місце при ухваленні державного бюджету та на яке припадає значна частина загальних видатків.

Головними задачами держави після перемоги має бути реформування механізмів та інституцій соціального захисту, стимулювання бізнесу, створення нових робочих місць, розвиток національного інвестиційного клімату, що в комплексі дозволить забезпечити громадян гідним соціальним захистом і підтримкою.

Список використаних джерел

1. Стащук О. В. Стан соціального захисту та соціального забезпечення населення України в умовах війни / О. В. Стащук, С. В. Гергола, К. П. Комар-Стаховська // Економіко-правовий розвиток сучасної України: матеріали XI Всеукраїнської наукової конференції. Одеса, 2022. С. 6–8.
2. Kadykalo O. I. Current problems of social protection of the population of the population of Ukraine in the conditions of the marital state. *Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Juridical Sciences*. 2022. No. 2. P.10–14. URL: <https://doi.org/10.32838/tnu-2707-0581/2022.2/02>
3. Державний бюджет України (2008-2022). Ставки, індекси, тарифи. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/>
4. Про Державний бюджет України на 2023 рік. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2710-20#Text>
5. Тарасовський Ю. Війна відкинула Україну на 15 років назад у питаннях бідності – Світовий банк. Forbes.ua. URL: <https://forbes.ua/news/viyna-vidkinula-ukrainu-na-15-rokiv-nazad-u-pitanniyakh-bidnosti-svitoviy-bank-23022023-11923>

ІНТЕГРАЦІЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНИЙ ПРОСТІР: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Коробчук Тетяна

к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Луцьк, Україна

БІЗНЕС-АРХІТЕКТУРА БАНКУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Бізнес-архітектура сучасного банку є основою його успішного функціонування. Її складові – бізнес-модель та бізнес-структура забезпечують банку конкурентоспроможність та прибутковість на ринку банківських послуг. Ці всі поняття є відносно новими, але вже широко використовуються в банківській діяльності. Бізнес-архітектура банку забезпечує йому функціонування, досягнення поставлених цілей, стратегічної мети, поставлених завдань, спеціалізацію чи універсальність, грошові потоки, взаємовідносини з клієнтами, ліквідність та фінансову стійкість. Дослідження бізнес-архітектури банку здійснюється за двома напрямками аналізу: по-перше, за складом та функціональним призначенням діючої бізнес-моделі; по-друге, за бізнес-структурою, що повноцінно забезпечує одержання прибутку.

На сучасному етапі діяльності банки намагаються частіше використовувати так зване гнучке управління та різноманітні технології оптимізації, які забезпечують безболісне впровадження змін та швидку розробку нових продуктів чи послуг. Ці технології повинні мати підґрунтя – власну бізнес-архітектуру. Саме вона зможе забезпечити системний підхід до банківського менеджменту і надавати повну інформацію про внутрішню діяльність банку. А ще – регулярно виконувати функцію перетворення банківських ресурсів в кредитні для потреб економіки підтримувати конкурентоздатність банківської установи. Формуючи власну бізнес-архітектуру, кожен банк повинен, насамперед, враховувати свою стратегічну мету та основні завдання.

Проблемам дослідження бізнес-архітектури банку, особливо його бізнес-моделі, присвятили свої праці вітчизняні і зарубіжні науковці: Р. Аяді, Г. Бортніков, Д. Гриджук, А. Деркаченко, Е. Заяць, А. Любич, І. Мовчаненко, Ю. Оніщенко, Н. Пантелєєва, Д. Покідін, В. Рашкован, В. Рудевська, М. Томкус, Ю. Худолій, І. Школьник та ін. Проте, підвищення ефективності управління бізнес-архітектурою банку банку залишається ще до кінця не вивченим через розбіжність у поглядах на їх сутність та характеристик, вимагає застосування новітніх інформаційних методик через цифровізацію та диджиталізацію.

Думки зарубіжних та вітчизняних вчених про бізнес-архітектуру банку дещо розділились. Так, М. Томкус вважає, що це – «...набір певних компонентів, які використовуються банком випередження конкурентів (отримання конкурентних переваг) та досягнення оптимального рівня

прибутковості серед фінансово-кредитних установ, які використовують подібну стратегію на фінансовому ринку...» [1, с. 14].

В. Рудевська під цим поняттям розуміє «...цілісну систему взаємопов'язаних елементів управління банком, об'єднаних загальною метою створення цінності для клієнтів з чітким виділенням пріоритетних видів діяльності, які знайшли своє відображення у структурі балансу банку, а також спрямовані на впровадження інновацій та формування конкурентних переваг на ринку...» [2, с. 143].

Д. Гриджук вважає бізнес-архітектурою, в принципі й бізнес-моделлю теж, те, що... визначає основні поняття та об'єкти, що становлять зміст банківського бізнесу, а також взаємовідносини між ними; являє собою систему класифікації видів діяльності банку і встановлює відносини між різними елементами такої класифікації...» [3, с. 45].

Провівши дослідження багатьох концепцій зарубіжних науковців щодо тієї ж класифікації, ми узагальнили зібрані результати, згрупувавши банки за функціональними бізнес-структурами в чотири великі групи:

1) роздрібні банки-монолайнери. Вони втілюють традиційні методи фінансового посередництва;

2) диверсифіковані роздрібні банки:

– I типу. Мають значно більшу частку міжбанківських кредитів та невелику депозитів;

– II типу. Постійно збільшують до половини частку боргових зобов'язань у пасивах;

3) оптові банки. Виступають посередниками між банками, пріоритетними є нетрадиційні банківські операції;

4) інвестиційні банки. Пріоритетною є інвестиційна діяльність, великі обсяги активів.

Подальший розвиток економіки в цілому та банківської сфери зокрема зумовлює старіння та неактуальність традиційних бізнес-моделей (обслуговування клієнтів «очно» у філіях та відділеннях) і передбачає появу нових, так званих онлайн-банків, які мають невелику кількість відділень і персоналу. Прикладом є Монобанк, так званий «банк в телефоні», який обслуговує клієнтів через сайт або додаток на смартфоні. Зазначимо, що зберігається ще один вид моделі – змішана, тобто банки активно використовують ІТ та цифрові технології, але не зменшують кількість своїх відділень. Прикладом є ПриватБанк, Укрсиббанк, ПУМБ, Державний ощадний банк та інші.

Актуальним на сьогоднішній день є формування бізнес-моделі банку на основі «FinTech» – фінансових технологій. На чільне місце виходить підвищення швидкості збору, оцінки та здійснення операцій з даними, що знижує роль традиційних банків на ринку банківських послуг. Результатом є те, що кредитні та депозитні портфелі клієнтів банку можуть бути розділені між значною кількістю альтернативних платформ. Банки повинні прикладати немаленькі зусилля, щоб зберегти свою конкурентоздатність через зменшення попиту на традиційні продукти – депозити та кредити. Традиційні банки змушені застосовувати технології «FinTech» (штучний інтелект, Big Data,

блокчейн), що, своєю чергою, призводить до посилення, навіть мутації ризиків та пошуку нових шляхів боротьби з ними.

Висновок. Отже, створення відповідної бізнес-архітектури банку забезпечує системне управління його діяльністю, підвищення її ефективності, комплексне оперативне реагування на зміни зовнішнього середовища, мінімізації ризиків та максимізації прибутку. А банки повинні пристосовувати свої діючі бізнес-моделі до сучасних фінансових технологій, починаючи з власного ризик-менеджменту, удосконалювати політику збереження даних та розширювати співпрацю з фінтех-компаніями.

Список використаних джерел

1. Tomkus M. Identifying Business Models of Banks: Analysis of Biggest Banks from Europe and United States of America. Aarhus University: Business and Social Sciences. 2014. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/88f4/2f24b6f79981052e8eaf02b28e02efbd0c4c.pdf?_ga=2.187063272.1372929996.1591853988-501541352.1589112455 (дата звернення: 10.03.2023).
2. Рудевська В.І. Теоретико-змістовна характеристика бізнес-моделі банку: сутність, структура та принципи. *Бізнес навігатор*: наук. журнал. Вип. 3 (59) 2020. С. 140–147.
3. Гриджук Д.М. Управлінська структура сучасної бізнес-моделі банку. *Економіка та держава*: наук. журнал. № 9/2018 С. 44–48.

Namoniuk Vasyl

PhD in Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine

FINTECH AND FINANCIAL INCLUSION IN UKRAINE: A KEY TO GLOBAL INTEGRATION

Financial technology (fintech) has rapidly transformed the financial services industry in recent years, providing innovative and accessible financial solutions by leveraging technology. Fintech can increase financial inclusion, providing affordable and quality financial services to all individuals and businesses, regardless of socioeconomic status. Financial inclusion is critical for promoting economic growth and reducing poverty, especially in developing countries, and has become an essential aspect of global integration. Ukraine is one such country that has been undergoing rapid changes in its financial sector driven by technological innovation and global integration. However, financial inclusion remains a challenge for Ukraine despite progress in recent years, as a significant portion of the population still needs access to essential financial services. This research paper aims to examine the relationship between fintech and financial inclusion in Ukraine and explore the potential of fintech to promote financial inclusion and global integration.

The fintech industry in Ukraine is in its nascent stage but has witnessed significant growth in recent years, driven by technological innovation, a favourable regulatory environment, and growing demand for digital financial services.

According to a report by Deloitte, the fintech sector in Ukraine attracted over \$220 million in investments between 2014 and 2019. The report also noted that over 200 fintech companies operate in Ukraine, most of which offer payment solutions, alternative lending, and personal finance management services [1].

There are approximately 150 fintech companies in Ukraine. The top operating segments for fintech companies in Ukraine include technology and infrastructure, payments and money transfer, mobile wallets, and personal and consumer lending [2].

Table 1

The most prominent fintech companies in Ukraine

Company	Field	Comments
PrivatBank	Banking	The largest commercial bank in Ukraine, offering personal and business banking, loans, investments, and insurance. It also provides a mobile banking app for customers to manage their accounts, make transfers, and pay bills.
Monobank	Digital Bank	Offers mobile banking services, including loans, deposits, and payments, solely through its mobile app. Its user-friendly interface and innovative services have gained a large following in Ukraine.
CreditKasa	Lending	Digital lending platform providing loans to individuals and small businesses. Offers fast approval times and competitive interest rates—a popular choice for borrowers in Ukraine.
Paytomat	Payment	Payment processing platform that allows merchants to accept cryptocurrency payments. Supports a range of cryptocurrencies, including Bitcoin, Litecoin, and Dash. Popular among Ukrainian businesses looking to accept digital currencies.
Corezoid	Automation	Cloud-based platform providing process automation and management services to businesses. Enables companies to streamline operations and improve efficiency by automating repetitive tasks and workflows.
Moneymate	Mobile Bank	Mobile banking app allowing users to manage their finances, make payments and transfer money. Budgeting tools and financial education resources are provided to help users better manage their money.
Neobank	Fintech	Ukrainian fintech company providing personal loans, deposits, and debit cards. Operates through its mobile app and has more than 300,000 customers.
Paysera	Payment	Lithuanian-based fintech company operating in Ukraine provides payment processing services, including money transfers, currency exchange, and online payments. It has a user-friendly mobile app for customers to manage their accounts.
Koto	Fintech	Ukrainian fintech company providing mobile payments, money transfers, and foreign exchange services. Operates through its mobile app, available for both iOS and Android devices. Has partnerships with several banks.
AstroPay	Payment	Global fintech company operating in Ukraine providing digital payment solutions, including prepaid cards, e-wallets, and bank transfers. Has partnerships with several local banks. Operates through its mobile app and website.
IBox Bank	Banking	Ukrainian fintech company providing banking services, including loans, deposits, and debit cards. Operates through its mobile app and has more than 600,000 customers.

Source: [3; 4]

One of the significant fintech players in Ukraine is PrivatBank, the country's largest bank by assets which has been at the forefront of digital transformation. The bank offers digital financial services, including mobile banking, online payments, and e-wallets. In addition, PrivatBank has launched several innovative products, such as a biometric payment system, which allows customers to make payments using their fingerprints, and a chatbot, which provides instant customer support and financial advice. Another major fintech player in Ukraine is Monobank, a digital-only bank that provides various personal finance management services, including budget tracking, savings goals, and spending analysis. The bank also offers mobile banking, online payments, and credit services.

Fintech has played a crucial role in global integration in Ukraine by facilitating cross-border transactions and financial services. The growth of fintech in Ukraine has enabled the country to increase its participation in the global financial system, leading to increased economic development and global competitiveness.

Fintech has significantly improved cross-border transactions by reducing costs and increasing efficiency. In the past, cross-border transactions could have been faster and more efficient, involving multiple intermediaries and high transaction fees. However, fintech has introduced new technologies that have revolutionised the payment and remittance industry, enabling faster and cheaper transactions. For instance, payment processing platforms such as Paytomat have allowed Ukrainian businesses to accept digital currencies, making it easier to transact with foreign partners. Additionally, companies like Paysera and AstroPay have provided digital payment solutions that have enabled faster and more secure transactions, further improving cross-border trade.

The development of fintech in Ukraine has also led to the expansion of financial services, such as loans, investments, and insurance, which were previously inaccessible to many Ukrainians. Fintech companies such as PrivatBank, Monobank, and CreditKasa have made it easier for individuals and small businesses to access financial services through mobile apps. This has increased financial inclusion, allowing more people to participate in the country's economic development.

Furthermore, fintech has positively impacted Ukraine's economic development and global competitiveness. The country has recently seen significant growth in its fintech sector, with several emerging startups and established companies expanding their operations. This has led to increased investment in the industry, creating jobs and contributing to economic growth. Moreover, the development of fintech has helped Ukraine compete with other countries in the global financial system by providing innovative solutions and improving financial services.

The regulatory environment for fintech in Ukraine is relatively favourable compared to other emerging markets, with the government introducing several initiatives to support the development of fintech. For example, in 2018, the National Bank of Ukraine introduced a regulatory sandbox, which allows fintech companies to test their products and services in a controlled environment without being subject to complete regulatory requirements.

However, there are still several challenges facing the fintech industry in Ukraine. One of the main challenges is the need for more clarity around the regulatory framework, which can create uncertainty for fintech companies and hinder their growth. In addition, concerns around cybersecurity and data privacy are important issues for fintech companies operating in a digital environment. Finally, the lack of access to funding and talent can also hinder the growth of fintech companies in Ukraine.

In conclusion, fintech has been a critical driver of global integration in Ukraine, facilitating cross-border transactions, expanding financial services, and contributing to economic development and global competitiveness. As fintech continues to grow in Ukraine, it is expected to play an increasingly important role in its integration into the global financial system.

References

1. Fintech. On the brink of further disruption (2020). Deloitte. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/financial-services/deloitte-nl-fsi-fintech-report-1.pdf>
2. Leading fintech companies in Ukraine in 2021. (2021, November 29). PaySpace Magazine. Retrieved from <https://payspacemagazine.com/fintech/leading-fintech-companies-in-ukraine-in-2021/>.
3. These are the Top Fintech (Financial Technology) Companies in Ukraine (2021). Digital Founders. Retrieved from <https://df.media/these-are-the-top-fintech-financial-technology-companies-in-ukraine-2021/>.
4. 15 Fintech Development Companies to Watch in Ukraine. (n.d.). Squadrity. Retrieved from <https://www.squadrity.com/15-fintech-development-companies-to-watch-in-ukraine/>.

Орлик Оксана

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет

Одеса, Україна

РОЗВИТОК ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФОНДОВИХ БІРЖ

В сучасних умовах розвитку економіки ринок цінних паперів є одним з вимірювачів економічної та політичної ситуації в країні. Фондові біржі, як ядро ринку цінних паперів, є дуже важливим механізмом, що забезпечує ефективне функціонування економіки країни, сприяє припливу інвестицій, формуванню необхідних умов для трансформації заощаджень в інвестиції, перерозподілу фінансових ресурсів між галузями та регіонами та ін. Тому проблеми ефективного функціонування фондових бірж набувають все більшого значення для економічного розвитку України.

Стан фінансового ринку України характеризують ряд показників (індексів), серед яких важливими є українські фондові індекси: індекс ПФТС (анг. «PFTS Index») та індекс UX (анг. «UX Index»).

Велика частина інвестиційних операцій здійснюється на ПФТС – найбільшій біржі цінних паперів України. Станом на лютий 2023 р. кількість членів АТ «Фондова біржа ПФТС», допущених до торгів, становила 49: 29 банків та 20 фінансових компаній [1]. Дані торгів на фондовій біржі ПФТС широко використовуються вітчизняною та міжнародною інвестиційною спільнотою.

Індекс ПФТС – український біржовий (фондовий) індекс, який прийнято вважати показником загальної фінансової ситуації України, розраховується щодня за результатами електронних торгів ПФТС на підставі середньозважених цін за операціями та угодами. До «індексного кошика» входять найбільш ліквідні акції, за якими здійснюється найбільша кількість угод [2]. Індекс ПФТС розраховується з 1 жовтня 1997 року. Тоді ж було встановлено і початкове значення індексу ПФТС на рівні 100 пунктів.

Динаміка індексу ПФТС за останні 5 років показує коливання значення показника та тенденцію до зниження у цей період (рис. 1). Аналіз показав, що з кінця 2018 р. індекс ПФТС досяг свого найбільшого значення (563,51) навесні 2019 р., а найменшого (499,46) – в середині 2020 р. На спад показника у цей період вплинули ряд факторів, серед яких: нестабільна соціально-економічна ситуація в країні, а також світова фінансова криза, яка розпочалася під впливом пандемії коронавірусу у країнах світу. Після невеликих коливань, з перших місяців 2021 р. значення індексу підвищувалося до середини року, проте з цього періоду знову можна спостерігати поступовий спад значення показника, який продовжувався до весни 2022 р. З цього часу до початку 2023 р. можна було спостерігати стабілізацію значення індексу на рівні 519,20. Наразі, за даними на 17 березня 2023 р., значення індексу становило 507,03, без змін, відносно попереднього розрахованого значення.

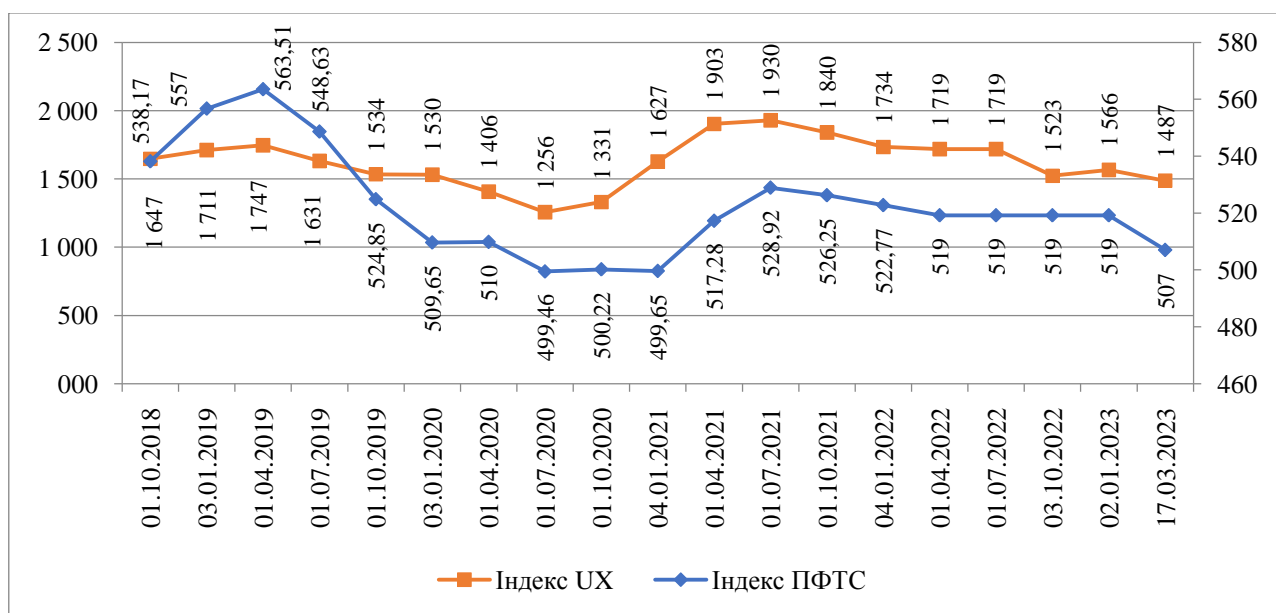


Рис. 1. Значення індексу ПФТС та індексу УХ за 2018–2023 рр.
Джерело: побудовано за даними [2; 3]

Слід зазначити, що наразі на фондовій біржі ПФТС відбувається 67% загального обсягу торгів цінними паперами в Україні. Так, у лютому 2023 р. загальний обсяг торгів на ПФТС склав 16,7 млрд грн (85% рівня січня 2023 р.) або 67% від загального обсягу торгів організаторів торгів цінними паперами в Україні. У січні – лютому 2023 р. загальний обсяг торгів склав 36,3 млрд грн (76% рівня аналогічного періоду 2022 р.) або 65% від загального обсягу торгів організаторів торгів цінними паперами в Україні. У структурі торгів за лютий частка державних облігацій склала 96,5% (16,1 млрд грн), облігацій іноземної держави – 2,5% (0,4 млрд грн), корпоративних облігацій – 1% (0,2 млрд грн) [1].

«Українська біржа» – одна з найбільш великих бірж цінних паперів країни. З перших місяців свого існування біржа стала лідером українського біржового ринку, першою запустивши ринок заявок, інтернет-трейдинг, ринок репо, і строковий ринок. Станом на березень 2023 р. кількість її членів становила 59, а допущених до торгів на фондовому та/або строковому ринку – 33.

Індекс UX (індекс Української біржі) – український фондовий індекс, який розраховується за торгами на Українській біржі. Індекс розраховується з 26 березня 2009 року. Початкове значення було прийнято рівним 500 пунктам. Сьогодні в «індексний кошик» входять 6 найбільш ліквідних акцій [4].

Динаміка індексу UX за 5 років в цілому досить неоднозначна і характеризується постійними хвилеподібними коливаннями показника (рис. 1). Найменшого свого значення (1256,38) індекс UX, як і індекс ПФТС, досяг у середині 2020 р., після чого спостерігалася стабільна тенденція до зростання показника, який вже в середині 2021 р. досяг свого найбільшого значення (1929,75). Проте, під впливом світової фінансової кризи та нестабільної соціально-економічної ситуації в країні, які негативно вплинули на розвиток фінансового ринку, з осені 2021 р. індекс UX демонстрував стійке зниження. І хоча на початку 2023 р., після тривалого спаду, відбулося невелике підвищення індексу до рівня 1565,90, проте наразі знову спостерігаємо зниження показника. За даними на 17 березня 2023 р. значення індексу UX становило 1487,21, що на 0,264% менше (-3,94), відносно попереднього розрахованого значення.

Загальний обсяг торгів на Українській біржі у лютому 2023 р. склав 1513,31 млн грн, а загальна кількість угод – 9,7 тис. У структурі торгів за лютий 2023 р. на державні облігації (ОВДП) припадало 99,68% сумарного обороту або 1508,46 млн грн, 0,12% на акції або 1,829 млн грн, на інвестиційні сертифікати 0,01% або 30,497 тис. грн, на іноземні цінні папери 0,20% або 2,996 млн грн. У лютому індекс UX збільшився на 4,99% з 1311,40 до 1376,84 пунктів [4].

Головні проблеми функціонування вітчизняного фондового ринку: недостатній рівень конкурентоспроможності; недосконала система захисту прав інвесторів; недостатня капіталізація фондового ринку; низька ліквідність фондового ринку; недостатній розвиток інфраструктури фондового ринку; недосконалість податкового стимулювання розвитку фондового ринку; низький рівень інформованості та інвестиційної грамотності суб'єктів ринку та ін.

Серед напрямів вирішення зазначених проблем, що сприятимуть розвитку біржової торгівлі, можна відзначити: підвищення захисту прав інвесторів та

інших учасників ринку; збільшення числа професійних учасників фондового ринку; розширення пропозиції цінних паперів; покращення функціонування ринку облігацій – джерела боргового фінансування інвестиційних потреб емітентів і економіки в цілому; забезпечення прозорості фондового ринку, надання відкритої та достовірної інформації про його діяльність; удосконалення ринкової інфраструктури та забезпечення її надійного та ефективного функціонування; удосконалення системи саморегулювання на ринку цінних паперів; підвищення ефективності державного регулювання фондового ринку; формування сприятливого податкового клімату для учасників фондового ринку; оптимізація режиму валютного регулювання операцій з цінними паперами; підвищення фінансової грамотності українців та ін.

Висновок. Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що вирішення існуючих проблем на шляху розвитку та ефективному функціонуванню вітчизняного фондового ринку дозволить: усунути перешкоди, що заважають розвитку здорової конкуренції; створити умови для стрімкого розвитку бізнесу за рахунок залучення інвестицій; знизити вартість послуг бірж; реформувати управління біржами; впровадити нові технології та механізми організації торгівлі та ін. Все це в цілому сприятиме прискоренню темпів зростання економіки країни та підвищить її інвестиційну привабливість.

Список використаних джерел

1. Огляд діяльності ПФТС, лютий 2023 року / Фондова біржа ПФТС: сайт. URL: <https://bit.ly/3JLgvxf> (дата звернення: 17.03.2023).
2. Індекс ПФТС (Україна) / Мінфін: сайт. URL: <https://bit.ly/3TbZ4sw> (дата звернення: 17.03.2023).
3. Індекс UX (Україна) / Мінфін: сайт. URL: <https://bit.ly/3ZZwf4Q> (дата звернення: 17.03.2023).
4. Підсумки торгів за лютий 2023 року / Українська біржа: сайт. URL: <https://bit.ly/3ZP3Kaj> (дата звернення: 17.03.2023).

Поліщук Вадим

к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Луцьк, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Проблеми залучення та утримання клієнтів, що є типовими для українських фінансових установ, поглибилися із початком військових дій на території України. Крім того, постала низка нових викликів, що вимагають першочергового вирішення. Введення воєнного стану в Україні наприкінці лютого 2022 р. сколихнуло фінансовий сектор країни, вимусивши його

суб'єктів вживати термінових рішучих дій. Головний наголос при цьому було зроблено на надання максимальної підтримки клієнтам, навіть попри зростаючі ризики та збитки для фінансових установ. Наприклад, деякі банки одразу оголосили для своїх споживачів кредитні канікули, а трохи згодом Національний банк України виступив з вимогою не вимагати оплати по кредитах і не нараховувати штрафних санкцій споживачам фінансових послуг на період воєнного стану. У результаті таких заходів велика частина позичальників призупинили виплати за кредитами, а вкладники почали проявляти стурбованість щодо надійності їхніх депозитів. Тисячі клієнтів вітчизняних банків втратили можливість виконувати взяті на себе зобов'язання через втрату робочого місця, доходу, майна (пошкодження або руйнування житла тощо) [2].

Галузь фінансових технологій – це нова технологічна індустрія економіки, надбудова над фінансовою системою, яка спрощує функціонування самої системи, а також участь в ній окремих суб'єктів. Система продовжує діяти за ustalеними правилами, але водночас користуватися нею стає зручніше. З'являються нові додатки, сайти та інші технологічні рішення, які модернізують традиційні фінансові послуги, а саме: усувають банки від монополії на грошові операції, роблять діяльність банків більш інноваційною, дозволяють істотно скоротити час здійснення фінансових операцій, управляти фінансовими активами без участі суб'єкта за допомогою штучного інтелекту, оцінювати платоспроможність суб'єктів, зберігати гроші в електронних гаманцях [3].

Варто зазначити, що станом на початок березня 2023 року в Україні фінансовий ринок України складався з таких учасників: 67 банків, 115 страховиків, 176 ломбардів, 159 кредитних спілок, 95 лізингових компаній, 701 фінансова компанія, 58 страхових брокерів, 67 колекторських компаній. Якщо порівнювати попередній місяць, то небанківський ринок залишили 53 учасники, а кількість банків залишився без змін.

Важливою перевагою цифрових технологій є зменшення ризику фінансових злочинів, таких як шахрайство, крадіжки, або інші види злочинів. Банки можуть використовувати різні види технологій, таких як блокчейн або ідентифікація з використанням біометричних даних, щоб забезпечити безпеку своїх клієнтів та попередити злочини. Також цифрові технології можуть забезпечити збереження даних та документів, що є важливою умовою для фінансових установ. Завдяки електронній обробці даних, фінансові установи можуть забезпечити доступ до необхідної інформації, незалежно від того, де вона зберігається.

Цифрові технології можуть забезпечити швидкий та зручний доступ до інформації про стан фінансового ринку та фінансових інструментів, що може допомогти інвесторам приймати рішення в умовах невизначеності та незрозумілих ризиків.

Діджиталізація робочих процесів приваблива для бізнесу в будь-якій сфері. В процесах організації роботи фінансового ринку стало особливо помітно

необхідність оцифрування інформації. Постійно збільшується кількість комерційних банків, страхових, лізингових компаній, інвестиційних фондів тощо. Це призводить до зростання конкуренції та жорсткішої боротьби між собою за клієнтів. Тому відчувається гостра потреба мати певні конкурентні переваги над іншими установами, щоб на собі фокусувати увагу користувачів та спонукати їх скористатися запропонованими фінансовими послугами. Найбільше таких переваг для клієнтів може надати та компанія, що активно запроваджує у свою діяльність Digital-технології [1].

Відкритість і готовність українців до цифровізації є важливим і чи не головним чинником успішного використання фінансових технологій в Україні. Це змушує банки прагнути працювати з FinTech-компаніями, а не навпаки, залишатися на тому ж місці. Саме ця співпраця позитивно змінила банківську систему та породила нові поняття, такі як «необанки». Monobank був першим мобільним банком в Україні і дуже успішним. Добре розвинений український FinTech дав змогу видавати кредити онлайн, створювати онлайн-транзакції, оплачувати комунальні послуги вдома через мобільні додатки тощо. Завдяки стабільному розвитку фінансових технологій в Україні громадяни знайомі з такими речами, як платіжні картки та безконтактні платежі. Тому можна з упевненістю сказати, що темпи технологічного розвитку будуть тільки зростати.

Висновок. Застосування цифрових технологій може забезпечити певну стабільність та ефективність у роботі фінансових установ, незважаючи на складні умови військового стану. Одна з основних переваг цифрових технологій полягає у забезпеченні швидкого та безпечного доступу до фінансових послуг. Завдяки інтернет-банкінгу та мобільним додаткам, клієнти можуть отримати доступ до своїх банківських рахунків та здійснювати операції з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету. Це може бути особливо важливо в умовах військового стану, коли зв'язок з банківською установою може бути обмежений або неможливим через обмеження на переміщення людей.

Список використаних джерел

1. Гнидюк І., Складанюк М. Розвиток digital-технологій на ринку фінансових послуг України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-54>
2. Холявко Н.І., Попело О.В., Дубина М.В., Тарасенко А.В. Сучасні інформаційні технології на ринку фінансових послуг України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. № 1(29). С. 77–87.
3. Шевчук Т.В., Панковець М.П. Проблеми розвитку ринку фінансових технологій: глобальні тенденції та національні особливості. *Фінансовий простір*. 2022. № 4 (48). С. 31–38.

Чиж Наталія

к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Луцьк, Україна

РОЛЬ РЕГУЛЯТОРНИХ ОРГАНІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Банківська система відіграє важливу роль у функціонуванні сучасної економіки. Вона забезпечує фінансову взаємодію між різними секторами економіки та забезпечує кредитні потреби населення та підприємств. Однак, банківська система також піддається ризикам та викликам, які можуть призвести до порушення її стабільності та зниження довіри до неї з боку суспільства.

В основу функціонування банківської системи України покладені загальновизнані принципи банківської діяльності у світі, зокрема: чітке функціональне розмежування між банками першого та другого рівнів; функціонування банків другого рівня на комерційних засадах; ліквідація монополії держави на банківську справу, можливість створення комерційних банків різних форм власності; незалежність центрального банку від державних органів виконавчої влади [1].

У зв'язку з цим, регуляторні органи відіграють важливу роль у забезпеченні стабільності банківської системи. Регуляторні органи – це державні або міжнародні організації, які встановлюють правила та норми для банківської системи з метою забезпечення її стабільності та ефективності. Регуляторні органи здійснюють свої функції шляхом встановлення вимог до капіталу та ліквідності банків, контролю за їх діяльністю та надання дозволів на ведення банківської діяльності [3].

Одна з головних ролей регуляторних органів – забезпечення фінансової стабільності банківської системи. Для цього вони встановлюють вимоги до капіталу та ліквідності банків. Капітал банку – це його власні кошти, які можуть бути використані для покриття збитків, що виникають у процесі діяльності банку. Ліквідність банку – це його здатність швидко конвертувати активи у гроші, щоб покрити поточні зобов'язання перед клієнтами. Вимоги до капіталу та ліквідності банків встановлюються з метою забезпечення того, щоб банки мали достатньо ресурсів для виконання своїх функцій та операцій навіть у випадку збитків чи непередбачуваних обставин.

Крім того, регуляторні органи встановлюють вимоги до діяльності банків, щоб забезпечити відповідність їх функцій та операцій вимогам законодавства та нормам етики. Наприклад, банки повинні дотримуватися вимог щодо захисту конфіденційності клієнтських даних, запобігання відмиванню грошей та фінансуванню тероризму, а також забезпечувати безпеку своїх транзакцій та операцій.

Аналіз діяльності банків України дав змогу визначити взаємозв'язок їх фінансової стабільності та співпраці з бізнесом. Тому необхідно визначити можливість активізації наявних варіантів і пов'язані з ними першочергові заходи фінансування розвитку малого й середнього бізнесу на державному та регіональному рівнях. Такими заходами є: надання пільгових та безпроцентних кредитів з метою покращення фінансового стану підприємства та уникнення настання банкрутства; співфінансування проектів, що реалізуються малими та середніми підприємствами; страхування комерційних і фінансових ризиків; надання франчайзингових послуг; часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами [2].

Регуляторні органи також забезпечують контроль за діяльністю банків та надають дозвіл на ведення банківської діяльності. Контроль за діяльністю банків полягає в перевірці їх відповідності вимогам та нормам, встановленим регуляторними органами. Це включає перевірку фінансової звітності, дотримання встановлених вимог до капіталу та ліквідності, контроль за ризиками та інші аспекти діяльності банку. Надання дозволу на ведення банківської діяльності залежить від відповідності банку встановленим вимогам та стандартам.

Ми вважаємо, що регуляторні органи відіграють важливу роль у забезпеченні стабільності банківської системи. Вони забезпечують фінансову стабільність, дотримання вимог законодавства та етики, контроль за діяльністю банків та надання дозволів на ведення банківської діяльності. Це допомагає запобігти фінансовим кризам, забезпечити стабільну роботу банків та зберегти довіру громадськості до банківської системи в цілому.

Крім того, регуляторні органи також виконують роль в розвитку банківської системи та економіки в цілому. Вони створюють умови для розвитку конкуренції та інновацій, підтримують стабільність курсу національної валюти та сприяють розвитку економіки через підтримку банківської діяльності.

Наприклад, регуляторні органи можуть встановлювати різні заходи, що сприяють розвитку банківської системи. Це може бути зниження процентних ставок на кредити, встановлення спеціальних програм підтримки малого та середнього бізнесу або фінансування досліджень та розробок у галузі банківської технології.

Висновок. Регуляторні органи відіграють ключову роль у забезпеченні стабільності банківської системи та її розвитку. Їхні заходи дозволяють забезпечити фінансову стабільність та зберегти довіру населення до банківської системи, сприяють розвитку економіки та підтримують конкуренцію та інновації. Тому важливо, щоб регуляторні органи продовжували відігравати свою роль та відповідно до часу адаптували свої заходи до змін у сфері банківських технологій та викликів економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Грановська І. В. Особливості становлення та розвитку банківської системи в Україні. *Економічний вісник університету*: зб. наук. праць. 2011. № 17/2.
2. Новицька О.В. Інструменти стимулювання малого та середнього бізнесу в контексті регіонального розвитку. *Збірник наук. праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. Вип. 39. Ч. II. Черкаси: ЧДТУ, 2015. С. 143–149.
3. Офіційний сайт Національного Банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442.

Колотило Андріана

здобувачка магістерського рівня вищої освіти

Когут-Ференс Оксана

к.е.н., доцент

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Івано-Франківськ, Україна

АНАЛІЗ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ ДЕРЖБЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТА ГЕОПОЛІТИЧНИХ ЗМІН

Особливістю міжнародних відносин у сфері економіки є активний розвиток глобалізаційних процесів у фінансовому секторі водночас із заохоченням національних економік. Тому створення ефективної національної політики України в сфері фінансів, зокрема планування результативного бюджету з дотаціями на ключові перспективні сфери та зі зваженням важливості інтеграції країни як рівного та окремого суб'єкта міжнародних відносин є стратегічно важливим напрямом.

Державний бюджет виступає головним фінансовим планом держави, затверджується державними органами та демонструє кошторис прогнозованих витрат та доходів у майбутньому році. Для кожної держави бюджет є економічно важливим. Основні вектори бюджетної політики визначає Верховна Рада України спеціальною постановою (бюджетною резолюцією), яка в цілому виокремлює пріоритети бюджетної політики держави на наступний бюджетний рік.

Одним із небагатьох важелів, який реально може забезпечити управління економікою в умовах ринкової економіки, є бюджетний процес, який складається з певних стадій, що визначаються змістом і характером діяльності державних установ. Бюджети всіх рівнів, що складають бюджетну систему України, проходять кожен етап [1].

Структура бюджетної системи тісно пов'язана з державним устроєм. В Україні бюджетна система складається з державного бюджету та бюджетів адміністративно-територіальних одиниць, а саме місцевих бюджетів: областей, районів, міст, селищ і сіл. Усе це має дві частини: дохід і витрати (рис. 1).

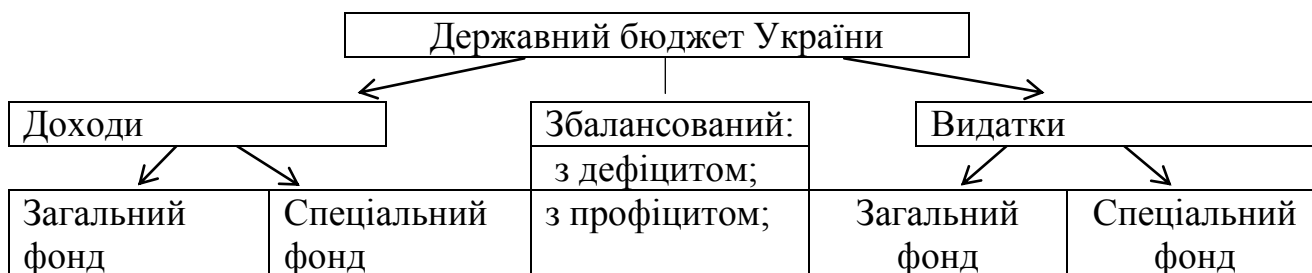


Рис. 1. Державний бюджет України

Джерело: [2]

Протягом 10 років сальдо бюджетної системи України не було профіцитним (рис. 2). Дефіцит бюджету був найменшим у 2015 році: 30898,2 млн грн. У 2015 році доходи зведеного бюджету становили 652 млрд грн. При цьому держбюджет давав 81,5% доходів. [1]

Пропорційно зі зростанням дохідної частини відбувається збільшення видатків. Варто зауважити, що у 2022 році видаткова частина є рекордно великою – 3043499,1 млн грн., що пов’язано з військовою агресією росії проти України. Війна знищила виробничі фонди та сповільнила економічну діяльність. Такий процес не може не вплинути на доходи бюджету. Доходи зведеного бюджету без урахування іноземних грантів у 2022 році зросли в номінальному вираженні порівняно з попереднім роком на 3,3%, але впали на 18,6% в реальному.

Загальні витрати зведеного бюджету відносно ВВП за останній рік зросли майже вдвічі – з 33,8% ВВП до 63,5%. [3]

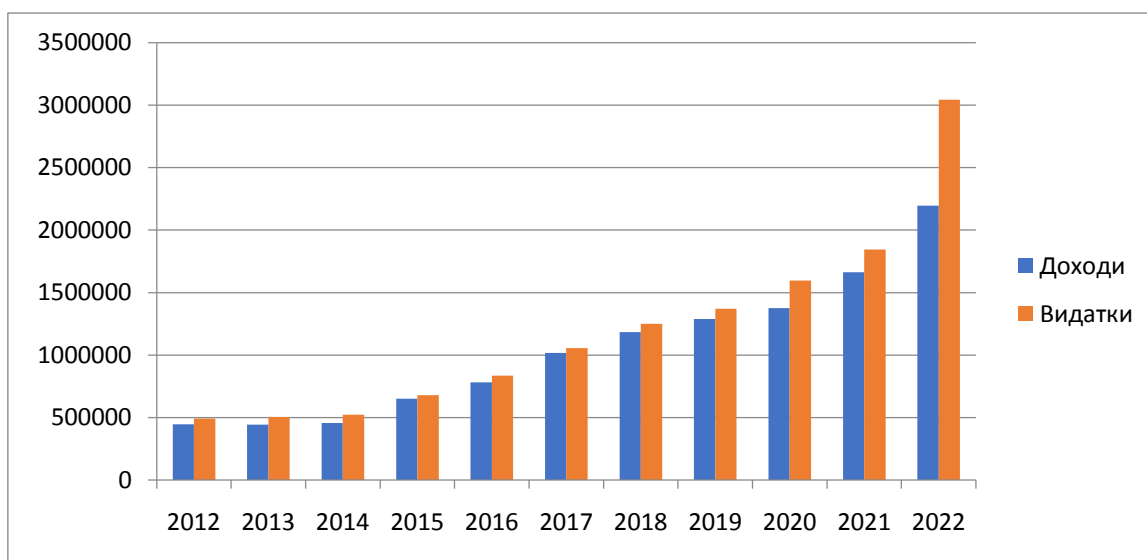


Рис. 2. Зведений бюджет України з 2012 по 2022 рр.

Джерело: [1]

ЄС допомагає забезпечити стабільність, процвітання та демократичне майбутнє країни. Угоди про асоціацію, особливо Поглиблена всеохоплююча зона вільної торгівлі (ПВЗВТ), є важливим інструментом між Україною та ЄС. Угода зміцнює політичні та економічні відносини та пропагує спільні цінності.

З 2014 року Україна впроваджує амбітну програму реформ. Прискорення економічного зростання та підвищення рівня життя громадян. Відтоді ЄС та його фінансові установи виділили понад 17 мільярдів євро грантів і позик залежно від прогресу [4].

23 червня 2022 року лідери 27 країн-учасниць Європейського Союзу ухвалили рішення про надання Україні статусу кандидата на членство в ЄС. Кандидатура відкриває можливість отримання фінансової допомоги в трансформації суспільства, правової системи та економіки в процесі вступу до Європейського Союзу, а також зробить євроінтеграційну реформу країни пріоритетом. Країни, які готуються до вступу до Європейського Союзу, нададуть Україні фінансову допомогу (Інструмент передвступної допомоги, IPA). Ця допомога може надаватися у формі грантів, інвестицій або технічної допомоги. Кандидатура також відкриває Україні шлях до участі в програмах та ініціативах ЄС.

Пріоритетними напрямками до 2023 року є фінансування Збройних сил, медицини, реалізація соціальної політики, стимулювання економіки та досягнення макрофінансової стабільності. Бюджет-2023 дефіцитний: видатки (2 трлн 640 млрд грн) перевищують доходи (1 трлн 330 млрд грн). Дефіцит становитиме 20,6% прогнозованого ВВП. Документ містить очікування щодо істотної допомоги європейським партнерам. Це дозволяє прогнозувати дещо кращий курс гривні щодо долара [5].

Висновок. Україна, як основний суб'єкт процесу інтеграції в Європейський Союз, зосереджує свою увагу на адаптації свого законодавства, реформ, систем до європейської. Фінансова політика є однією із таких галузей. Державний бюджет є одним із найважливіших фінансових складових, його показники демонструють справність та ефективність економіки, можливість національних сил до ринкової конкуренції та до позиціонування країни як окремого суб'єкта на міжнародній арені. Тому складові бюджету України в їхньому цільовому спрямуванні є важливими та демонстративними для нашого основного партнера.

Опираючись на ситуацію зараз, бюджет України на 2023 рік буде дефіцитним та спрямованим на покриття військових витрат. Тому на 2024 рік, після перемоги, Україні варто зосередити планування видаткової частини бюджету на відновлення перш за все сфер, що зможуть в подальшому згенерувати прибуток, а також на соціальну допомогу людям.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk>.
2. Тетяна Богдан, Виконання бюджету-2022: головні підсумки року. URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/545981_vikonannya_byudzhetu2022_golovni.html.
3. Бюджетний кодекс України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T102456?an=1456>.
4. Офіційний сайт European Commission. URL: https://commission.europa.eu/index_en.
5. Офіційний сайт Урядового порталу. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>.

Pakulina Alevtina

PhD in Economics, Associate Professor

Stepanenko V.

Master's student

Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Kharkiv, Ukraine

THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL INTERMEDIATION IN UKRAINE AT THE CURRENT STAGE OF ECONOMIC TRANSFORMATION

In today's environment, financial intermediaries play an important role in the financial system, being key players in all market segments and the main participants that ensure the efficient functioning of the financial market and the effective redistribution of financial resources. Financial intermediaries play a very important role because they work not for themselves but for the economy as a whole. Ukraine is currently in the process of reforming its economy, including the financial market. The main participants in the financial market are financial intermediaries that bring together buyers and sellers of financial assets. Therefore, financial intermediation has a major impact on the economic development of the state, and this topic is relevant for consideration at this stage.

In essence, financial intermediation is a professional activity of both banking and non-banking financial institutions aimed at meeting the financial needs of borrowers and lenders by providing them with the necessary financial services[1]. In practice, the activities of financial intermediaries are associated with the creation of new financial instruments. Financial institutions that perform intermediary functions have the opportunity to make a profit due to economies of scale by analyzing the creditworthiness of potential lenders, developing procedures for granting loans and settling them, and distributing risks evenly.

According to the international classification developed in the United States, there are three groups of financial intermediaries: depository institutions (banks, credit unions and savings and loan institutions), contractual savings institutions (pension funds, insurance companies) and investment intermediaries (investment banks, financial companies and mortgage banks). This classification is based on the financial services offered by the financial intermediary. In addition, this classification clearly distinguishes between the functions performed by certain intermediaries: storage and growth of savings, protection of property interests in the event of certain events, and investment function. Among all financial institutions in Ukraine, the banking sector dominates and is the largest component of the financial market.

The most common division of financial intermediaries is into the banking sector and non-banking financial institutions. Banking institutions influence the money supply in the country through deposit and monetary multipliers, while non-banking

financial institutions cannot influence the composition of the money supply in the country.

Currently, banking institutions in Ukraine are represented by universal and specialized commercial banks of Ukraine, while non-banking financial institutions are represented by insurance and financial companies, credit unions and pawnshops, non-state pension funds and trust companies.

It should be noted that the non-banking financial sector in other countries is also represented by investment, leasing, factoring companies, collective investment organizations, savings organizations, and credit companies, which are practically not operating in Ukraine or are not widely spread.

The banking sector is larger in terms of assets, while the non-banking financial sector dominates in terms of the number of financial market participants.

The structure of financial intermediaries can also be organized according to the banking model, the name of which indicates the leading role of banks in financial transactions. Financial transactions carried out by banks are usually divided into traditional and non-traditional ones. The former include cash and settlement services for clients, raising funds for deposits, creating new means of payment, and granting loans, while the latter include trust management of clients' property, custodial operations, placement and management of securities, factoring, leasing services, property valuation, consulting services, and others[2].

Among the main features of financial intermediaries in the financial services market of Ukraine, especially relevant in the context of the global financial crisis, are the following: low level of capitalization of both banking and non-banking financial institutions; dominance and further growth of the influence of foreign financial capital; imperfect regulation by state authorities of financial services market entities, as well as control over the activities of financial intermediaries; insufficient quantity and quality of professional staff in all types of financial services.

The main problems of the development of financial intermediation in Ukraine are:

1) incompatibility of the financial system of Ukraine and the real sector of the economy, which results in the non-banking sector of the economy being unable to fully perform its main functions;

2) the presence in the financial market of institutions that practically do not perform their functions and thus pose significant risks to the normal functioning of the market;

3) ineffective legislation that generates distrust of financial institutions and an ineffective system of control over the activities of financial intermediaries;

4) low level of financial literacy of the population.

In order to overcome the identified problems and ensure an effective mechanism for the operation of financial intermediation institutions in Ukraine, we propose

1) applying uniform rules of conduct in the financial market for both banks and non-bank financial institutions, taking into account the specifics of each type of financial intermediary;

2) strengthening the activities of investment funds, insurance companies and non-state pension funds in the financial market;

3) maximizing the participation of the non-banking financial sector in the development of the real economy;

4) introduce a reliable mechanism for protecting the funds of households and commercial institutions;

5) Establishment of a service and advisory center related to the provision of services by non-bank financial institutions.

Conclusion. Thus, financial intermediaries have a positive impact on the turnover of assets, increase the rate of economic growth, and stimulate the development of trade, production, and other areas of economic activity. The development of the financial market ensures the stability of the state's financial system, its efficiency and solvency. However, the development of financial intermediation in the country has its own problems, which are highlighted in the article and need to be addressed.

References

1. Рубанов П. М. Сучасний стан та тенденції розвитку фінансового посередництва в Україні в умовах світової фінансової кризи. URL: https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_15/P_M_RubanovContemporary_state_and_development_trends_of_financial_intermediation_in_Ukraine_in_conditions_of_world_financ.pdf

2. Письменна Т. В. Домінанти розвитку фінансового посередництва в Україні на сучасному етапі економічних перетворень. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7504>

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І КОНТРОЛЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гавриленко Валентина

д.е.н., доцент

Гавриленко Яна

здобувачка освітньо-наукового рівня вищої освіти

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

ЦИФРОВІЗАЦІЯ МІГРАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В УКРАЇНІ

Міграція населення є однією з найбільш актуальних проблем сучасного світу. Це пов'язано з тим, що міграційні процеси мають великий вплив на економіку, культуру, політику та соціальну сферу країн. Зокрема, мігранти можуть стати джерелом робочої сили, сприяти розвитку підприємництва та інновацій, але також можуть ставити певні виклики для соціальної інтеграції та безпеки країн-приймачів. Дослідження міграції населення допомагає розуміти ці процеси, їх причини та наслідки, а також розробляти ефективну політику управління міграцією. Одним із шляхів ефективного управління є впровадження цифровізації обліку міграційних потоків. Таким чином, актуальність дослідження міграції населення полягає у необхідності зрозуміти це складне та багатогранне явище для забезпечення сталого розвитку країни та глобальної стабільності.

Міграція – це переміщення людей з одного місця проживання в інше з різних причин, таких як: пошук роботи, навчання, політичні переслідування, війни та інші. Міграція може бути внутрішньою (в межах країни) або міжнародною (між країнами). Вона є складною соціально-економічною проблемою, яка має вплив на економіку, політику та культуру країн [1].

На економіку країни міграція може мати як позитивний, так і негативний вплив (рис. 1). Тому необхідно збалансувати цей вплив при прийнятті рішень про міграційну політику. Важливим є також вирішення проблем пов'язаних з обліком мігрантів. Частина людей, які їздили на заробітки до інших країн, залишилась там на постійне проживання. Їх точна кількість невідома, проте згідно обліку вони рахуються у чисельності населення України [2].

Бухгалтерський облік міграції населення включає в себе реєстрацію витрат та доходів, пов'язаних з міграцією населення. Це може включати в себе оплату за візи та інші документи, податки та збори, пов'язані з мігрантами, а також доходи, отримані від мігрантів у формі податків та інших платежів.

Бухгалтерський облік міграції населення є важливим для економічного аналізу та планування. Він допомагає урядам та бізнесу зрозуміти вплив міграції на економіку та бюджет країни. Він також допомагає забезпечити справедливий розподіл ресурсів серед мігрантів та місцевого населення.



Рис. 1. Вплив міграції на економіку країни

Однак бухгалтерський облік міграції населення може бути складним через різноманітність правових систем та фінансових структур у різних країнах. Тому важливо мати чіткі правила та процедури для реєстрації витрат та доходів, пов'язаних з міграцією населення. Узагалі, бухгалтерський облік міграції населення є важливим елементом ефективного управління міграційними процесами, але потребує ретельного планування та координації між різними органами влади та бізнес-структурами. Одним із шляхів вирішення проблем обліку міграції населення є впровадження цифрових технологій.

Сучасні процеси цифровізації активно змінюють підходи до використання інформаційних технологій в системі бухгалтерського обліку. Цифровізація міграційних потоків означає використання Інтернету, цифрових інструментів, спеціалізованих Інтернет-ресурсів, міжнародних та вітчизняних нормативних актів, веб-посилань, спеціалізованого програмного забезпечення для бухгалтерського обліку щодо покращення процесу міграції [3]. Це може

включати в себе використання електронних документів, онлайн-заявок на отримання віз та інших документів, електронних систем контролю за міграцією та біометричних технологій для ідентифікації мігрантів.

Цифровізація міграційних потоків може допомогти зменшити корупцію та покращити ефективність процесу міграції. Вона також може допомогти забезпечити безпеку країн, контролюючи міграційні потоки та забезпечуючи точну ідентифікацію мігрантів.

Однак цифровізація міграційних потоків може також стати причиною нових проблем, таких як порушення приватності та збереження даних, а також може призвести до нерівностей у доступі до технологій серед мігрантів.

Отже, цифровізація міграційних потоків може бути корисною, але потребує ретельного вивчення та розумного планування, щоб забезпечити максимальну користь для всіх сторін.

Список використаних джерел

1. Пеньковські Є. Вплив трудової міграції на українську економіку. URL: <https://voxukraine.org/vpliv-trudovoyi-migratsiyi-na-ukrayinsku-ekonomiku/>
2. Українське суспільство: міграційний вимір: нац. доповідь. Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. Київ, 2018. 396 с. URL: https://www.idss.org.ua/arhiv/Ukraine_migration.pdf
3. Розвиток цифровізації обліку, оподаткування, аналізу і контролю в управлінні підприємствами: монографія / Р. Ф. Бруханський, П. Р. Пуцентейло [та ін.]. Тернопіль: ВПЦ «Університетська думка», 2021. 194 с.

Чиж Віра

д.е.н., професор

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Збільшення обсягів інформації та технологічних потужностей її обробки є характерними рисами цифрової економіки, розвиток якої відбувається під впливом глобалізаційних процесів та новітніх інформаційних технологій. Основним джерелом інформації щодо діяльності підприємства є система бухгалтерського обліку, яка в умовах цифровізації підлягає суттєвим трансформаціям. Паперові носії інформації, що історично притаманні бухгалтерському обліку, змінено на новітні електронні книги. Процедури накопичення, обробки та систематизації інформації здійснюються в електронному середовищі, що підвищує ризики у створенні загроз економічної безпеки діяльності підприємства. Цифрова економіка визначається як економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях та інформаційно-комунікативних технологіях (ІКТ), але, на відміну від

інформатизації, цифрова трансформація не обмежується впровадженням інформаційних технологій, а докорінно перетворює сфери і бізнес-процеси на базі Інтернету та нових цифрових технологій [1]. Основним ресурсом цифрової економіки є інформація, представлена в цифровому форматі (дані, програмні продукти, знання), і, на відміну від матеріальних ресурсів, має невичерпний характер.

Цифровізація економіки має двоїстий протилежно спрямований вплив. З одного боку – це позитивний вплив на діяльність підприємств, що має прояв у впровадженні найсучасніших технологій, які сприяють розробці нових стратегій та створюють основу для довгострокового зростання, лідерства на ринку та покращенню конкурентоспроможності. З другого, – цифровізація створює загрози, які не були суттєвими за звичайних умов діяльності, оскільки кардинально змінює діяльність підприємства, що зумовлює необхідність враховувати нові аспекти цифрової реальності для формування та реалізації системи економічної безпеки підприємства.

Система економічної безпеки підприємства є комплексним поняттям, що охоплює сукупність організаційно-управлінських, технічних, режимних заходів, які спрямовані на захист діяльності від зовнішніх та внутрішніх загроз. Не потребує доказів той факт, що облік є невід’ємною складовою цієї системи, оскільки від достовірності облікової інформації та фінансової звітності безпосередньо залежить економічна безпека. Порушення ведення бухгалтерського обліку, шахрайство при складанні фінансової звітності можуть привести підприємство до банкрутства. За інформацією бухгалтерського обліку здійснюється діагностування фінансово-господарського стану підприємства для попередження його недієздатності. Важливе значення при цьому має виявлення загроз і ризиків безпечної діяльності, класифікацію яких наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація загроз обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства

Ознака	Перелік загроз
Внутрішні – загрози, пов’язані з діяльністю підприємства та його персоналом	протиправні дії співробітників бухгалтерської служби; порушення режиму збереження бухгалтерської інформації, що становить комерційну таємницю; відсутність належної кваліфікації бухгалтерського персоналу; протизаконні фінансові операції, крадіжки грошових коштів та матеріальних цінностей; неналежний рівень технічного забезпечення; суттєві прорахунки як в тактичному, так і в стратегічному управлінні.
Зовнішні – загрози, що виникають за межами підприємства і не пов’язані з його діяльністю	несприятливі зміни політичної ситуації; зміна законодавства; промислово-економічне шпигунство; недобросовісна конкуренція; розкрадання матеріальних засобів; зараження програм ЕОМ комп’ютерними вірусами; несанкціонований доступ конкурентів до бухгалтерської інформації, що становить комерційну таємницю.

Стратегія економічної безпеки має запобігати виникненню загроз розкриття комерційної таємниці, що в свою чергу може спричинити негативні наслідки для підприємства. З цією метою необхідне створення спеціальних програм захисту інтелектуальної власності, облікових даних підприємства та іншої інформації, що може становити комерційну таємницю підприємства.

Зважаючи на важливість обліку для забезпечення економічної безпеки, слід підкреслити, що дієва його організація залежить від облікової політики, яка має бути акцентована на проблему підтримання економічної безпеки і забезпечувати вирішення таких завдань:

- достовірність відображення інформації у фінансовій та інших видах звітності;

- вибір оптимальних для різних груп об'єктів необоротних активів методів нарахування амортизації з метою накопичення достатньої величини коштів для підтримання технічного стану підприємства на високому рівні;

- страхування підприємства від небезпек і загроз втрати значної суми коштів (в першу чергу, це ризик неповернення дебіторської заборгованості, неефективний вибір методів оцінки і обліку практично всіх фінансових інструментів), іншими аналогічними ситуаціями;

- оптимізацію системи оподаткування, обраної підприємством, в тих випадках, де це можливо (коли методика ведення бухгалтерського обліку безпосередньо впливає на розмір фінансового результату для цілей оподаткування);

- орієнтацію на досягнення бажаних основних показників результативності за всіма основними напрямками діяльності, зокрема відносно фінансових показників, показників навколишнього середовища, стану ринку (відношень із контрагентами та конкурентами);

- рівномірного відображення в обліку доходів і витрат (особлива увага звертається на витрати, величина яких має оцінюватися максимально точно. З цією метою формуються резерви, покликані уточнити величину витрат та ефективно їх розподілити впродовж звітного періоду);

- оптимізації внутрішніх бізнес-процесів і використання всіх видів ресурсів [2].

Висновки. Цифрова економіка є новою парадигмою економічного розвитку, яка веде до кардинальної зміни технологічних і управлінських процесів підприємства і створює загрози його економічній безпеці. Облік, як функція управління, відстежуючи факти господарського життя, надає достовірну інформацію про причинно-наслідкові зв'язки між явищами і процесами, що відбуваються на підприємстві. Можливості обліку з накопичення та систематизації інформації в цифровому середовищі робить його невід'ємною складовою системи економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти: доповідь / за керівництва О. Пищуліна. Київ: Центр Разумкова, Вид-во «Заповіт», 2020. 274 с.
2. Гудзенко Н.М., Китайчук Т. Г. Роль обліку в забезпеченні економічної безпеки підприємств. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*, 2017, № 3, С.125–133.

Бразілій Наталія

к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Цифровізація системи обліку і звітності є надзвичайно важливим питанням в сучасному світі. Це означає перехід від паперового до електронного формату документів та процесів. Це дозволяє значно спростити та прискорити роботу з даними, зменшити кількість помилок та зберегти час та кошти.

Зокрема, цифрові технології дозволяють значно полегшити процеси обліку і звітності, зменшити кількість помилок та збільшити ефективність роботи.

У світі цифровізація системи обліку і звітності вже стала нормою. Багато країн вже перейшли на електронну форму звітності, що дозволяє значно зменшити витрати на паперову документацію та прискорити процеси обробки даних. Крім того, цифрові технології дозволяють автоматизувати багато процесів, що сприяє збільшенню ефективності та точності обліку.

Україна також активно працює над цифровою трансформацією своєї системи обліку і звітності. У 2019 році було запущено електронний документообіг для державних органів, а з 2020 року всі платники податків повинні подавати електронну звітність.

У 2020 році було запущено електронну платформу "Дія", яка дозволяє громадянам та бізнесу отримувати послуги державних органів онлайн.

Додаток "Дія" є одним з найважливіших інструментів цифрової трансформації бізнесу в Україні. Він дозволяє підприємствам отримувати доступ до різноманітних державних послуг та ресурсів в онлайн-режимі, що допомагає зменшити витрати на процеси адміністрування та покращити ефективність бізнесу.

За допомогою додатку "Дія" підприємства можуть зареєструвати свою діяльність, отримати електронний підпис, подати звітність та декларації, сплатити податки та отримати дозволи на роботу. Крім того, додаток надає можливість отримувати інформацію про законодавство та бізнес-процеси, що сприяє покращенню якості обслуговування клієнтів [1].

Однак, для успішної цифрової трансформації бізнесу через додаток "Дія" необхідно забезпечити надійну та безпечну інфраструктуру, що захистить конфіденційну інформацію підприємств від кіберзагроз.

У цілому, цифрова трансформація бізнесу через додаток "Дія" є важливим кроком у розвитку економіки та покращенні умов для підприємницької діяльності в Україні. Вона дозволяє зменшити витрати, покращити ефективність та точність обліку, а також сприяє більш прозорому та доступному взаємодії з державними органами.

Крім того, уряд активно працює над впровадженням електронного документообігу та електронної звітності.

Це дозволяє покращити ефективність роботи державних органів, зменшити витрати на обробку паперових документів та покращити якість обліку і звітності. Крім того, електронна звітність сприяє більш прозорому та доступному контролю за дотриманням податкового законодавства.

Проте, важливо забезпечити надійність та безпеку цифрових систем обліку і звітності, оскільки вони містять конфіденційну інформацію. Тому, уряд повинен приділяти достатню увагу кібербезпеці та захисту даних [2].

У цілому, цифровізація системи обліку і звітності є важливим кроком у розвитку економіки та покращенні якості життя громадян. Вона дозволяє зменшити витрати, покращити ефективність та точність обліку, а також сприяє більш прозорому та доступному взаємодії з державними органами.

Крім того, важливо забезпечити доступність цифрових систем обліку і звітності для всіх користувачів, включаючи людей з інвалідністю та людей похилого віку. Для цього необхідно забезпечити простоту та зрозумілість інтерфейсу цифрових платформ.

Основними перевагами цифрової системи обліку і звітності є:

1. Швидкість та ефективність – електронні документи можуть бути створені, збережені та передані в режимі реального часу, що дозволяє швидко та ефективно виконувати завдання.

2. Економія коштів – цифрова система обліку та звітності дозволяє знизити витрати на паперову документацію, її збереження та обробку.

3. Збереження інформації – електронні документи можуть бути збережені на довгий термін та захищені від втрати чи пошкодження.

4. Покращення якості обслуговування – цифрова система обліку та звітності дозволяє швидко та точно обробляти дані, що покращує якість обслуговування клієнтів.

5. Зменшення помилок – електронні системи обліку та звітності мають вбудовану перевірку на правильність введення даних, що зменшує кількість помилок [3].

Отже у цілому, цифровізація системи обліку і звітності є важливим кроком у розвитку економіки та покращенні якості життя громадян. Вона дозволяє зменшити витрати, покращити ефективність та точність обліку, а також сприяє більш прозорому та доступному взаємодії з державними органами.

Цифрова система обліку та звітності є необхідною складовою сучасного бізнесу, яка дозволяє покращити ефективність роботи, зберегти кошти та покращити якість обслуговування клієнтів.

Так, цифровізація системи обліку і звітності є надзвичайно актуальним питанням як у світі, так і в Україні. Вона дозволяє покращити ефективність роботи, зменшити витрати та помилки, а також сприяє більш прозорому та точному обліку даних.

Список використаних джерел

1. Шиманська К.В., Бондарчук В.В. Пріоритетні напрями та механізми розвитку цифрової економіки в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 1 (95). С. 17–22.

2. Проект Цифрової адженди України – 2020. URL: <https://cutt.ly/CbEAmS9>.

3. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://cutt.ly/Ybb8Fbk>.

Бразілій Наталія

к.е.н., доцент

Конюшенко Ірина

здобувачка магістерського рівня вищої освіти
Черкаський державний технологічний університет
Черкаси, Україна

ОКРЕМІ ПІДХОДИ ДО ПИТАНЬ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В Україні цифровізація в сфері оподаткування для фізичних осіб-підприємців швидко стає реальністю. Ця нова система може докорінно змінити спосіб управління та збору податків для представників бізнес-сектору, і підприємцям важливо розуміти, як вона вплине на їхню діяльність. Ми розглянемо, як цифровізація вплине на оподаткування фізичних осіб-підприємців в Україні та які зміни необхідно здійснити, щоб повною мірою скористатися перевагами цієї модернізованої системи.

Фізичні особи-підприємці в Україні оподатковуються на підставі Податкового кодексу України, який визначає, що весь дохід, отриманий фізичною особою-підприємцем, підлягає оподаткуванню. Це означає, що будь-який дохід, отриманий з будь-якого джерела (як у грошовій, так і в натуральній формі), підлягає оподаткуванню і повинен бути задекларований в Державній податковій службі.

Платники податків поділяються на дві категорії: ті, хто має спрощену систему оподаткування, і ті, хто на загальній системі оподаткування. ФОП самостійно обирає, на якій системі оподаткування він буде перебувати. На загальній системі дозволені всі види діяльності, що передбачені КВЕДом. Також не обмежується кількість найманих працівників та обсяг доходу. Спрощена ж система оподаткування передбачає ряд умов та обмежень для перебування на даній системі. Для того, щоб забезпечити дотримання платниками податків своїх зобов'язань, Державна податкова служба України впровадила низку заходів, таких як перевірки, системи обміну інформацією та інші методи податкового контролю [1].

Цифровізація процесу оподаткування є одним з основних методів, які використовує Державна податкова служба для забезпечення ефективного збору податків та дотримання вимог Податкового кодексу України. Цифровізація дозволила підвищити прозорість, точність та пришвидшити час обробки даних. Цифровізація дала змогу платникам податків швидше отримувати зворотний зв'язок щодо статусу їхньої податкової звітності, а також отримувати важливу

інформацію про історію їхньої податкової звітності та будь-які зміни в законодавстві. Це дало змогу платникам податків вносити відповідні корективи у свої декларації та мінімізувати ризик штрафів та пені.

В Україні ще у 2018 році першим поштовхом для розвитку цифрової економіки стало впровадження Кабінетом Міністрів Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України. Ця концепція передбачає здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій.

Впровадження цифровізації в оподаткуванні фізичних осіб-підприємців в Україні – це крок, який був позитивно сприйнятий багатьма платниками податків. Нова система покликана спростити та впорядкувати процес подання податкової звітності, дозволяючи платникам податків швидко та легко її заповнювати. Це пропонує численні переваги для платників податків, зокрема:

1. Підвищення ефективності: Нова цифрова система дозволяє платникам податків подавати інформацію в електронному вигляді, а це означає, що весь процес відбувається швидше та ефективніше. Це економить час та енергію, дозволяючи платникам податків витратити більше часу на свій бізнес, а не турбуватися про паперову тяганину.

2. Підвищена безпека: Із запровадженням цифровізації платники податків також можуть бути впевнені, що їхня інформація є безпечною та захищеною. Нова система має вдосконалені заходи шифрування даних та автентифікації, які гарантують безпеку особистої інформації.

3. Зменшення кількості помилок: Нова цифрова система також зменшує ймовірність помилок, що виникають у процесі подачі документів. Вся інформація подається та зберігається в електронному вигляді, а це означає, що набагато складніше зробити помилку або випадково втратити дані.

4. Легший доступ: Нарешті, нова система також полегшує платникам податків доступ до своєї інформації за потреби. Платники податків можуть увійти до свого облікового запису онлайн і переглянути всю необхідну інформацію, коли їм це потрібно, замість того, щоб звертатися за допомогою до податкової інспекції.

На даний момент Портал «Дія» є вдалим прикладом розвитку цифрової економіки у сфері оподаткування та звітності для фізичних-підприємців осіб. Платники в розділі «Податки ФОП» на Порталі «Дія» можуть [2]:

- отримати інформацію про свої податкові дані;
- отримати інформацію про стан розрахунків з бюджетом;
- отримати дані про банківські рахунки;
- сплатити податки та подати декларації для ФОП-спрошених.

На час воєнного стану в Україні Міністерство цифрової трансформації та Державна податкова служба подбали про підприємців ФОПів і запустили в Дії

послугу, де можна подати відповідну декларацію та одразу сплатити податок за декілька кліків.

Також великим досягненням у сфері цифровізації оподаткування є інформаційно-телекомунікаційна система «Електронний кабінет» платника. Він був створений для забезпечення реалізації платниками податків та державними органами своїх прав та обов'язків, визначених Податковим Кодексом України, в електронному вигляді. Даний сервіс ДПС передбачений не тільки для фізичних-осіб підприємців, а також для громадян.

Електронний кабінет надає доступ до наступних сервісів [3]:

- персоніфікований податковий календар
- перегляд облікових даних платника
- подання звітності в електронному вигляді до органів ДПС, пенсійного фонду та статистики
- перегляд та друк раніше поданої звітності
- перегляд вхідних/вихідних документів
- листування з органами ДПС
- подання заяв, запитів для отримання інформації
- інформація про стан розрахунків з бюджетом
- реєстрація податкових накладних та розрахунків коригування до них у ЄРПН
- інформація з ЄРПН
- інформація з реєстрів операцій та транзакцій в системі Електронного адміністрування ПДВ.

Одним з найбільш очевидних недоліків діджиталізації в оподаткуванні фізичних осіб-підприємців в Україні є потенційна можливість помилок та похибок. Оскільки цифрові системи, які використовуються для запису та обробки податкової інформації, не є надійними, існує ймовірність помилок, що призводить до неточностей у податкових деклараціях.

Ще однією проблемою цифровізації є обсяг даних, якими необхідно ділитися з урядом. Платники податків повинні ділитися з урядом конфіденційною фінансовою інформацією, що може спричинити проблеми з конфіденційністю та безпекою. Це може призвести до витоку даних, коли хакери можуть отримати доступ до конфіденційних даних і потенційно використати їх [4].

Нарешті, діджиталізація може також збільшити витрати платників податків на дотримання податкового законодавства. Більш складні системи та процеси, які супроводжують цифровізацію, можуть бути дорогими у впровадженні та підтримці, і ці витрати можуть бути перекладені на платників податків. Це може ускладнити малим підприємствам можливість йти в ногу з мінливими технологіями, що може поставити їх у не вигідне становище порівняно з великими компаніями.

Загалом, діджиталізація може запропонувати великі переваги для платників податків, але вона також має свої недоліки. З цих причин фізичним особам-підприємцям важливо зважити всі "за" і "проти" діджиталізації, перш ніж вирішити, чи є вона правильним вибором для їхнього бізнесу.

Український уряд прагне розширити використання цифрових технологій в адмініструванні податків. Україна запустила пілотну програму з тестування використання цифрових технологій для податкових декларацій фізичних осіб-підприємців, і очікується, що в майбутньому цифрові рішення стануть все більш звичним явищем.

Використання діджиталізації в оподаткуванні фізичних осіб-підприємців може зменшити бюрократію та корупцію, а також підвищити ефективність збору податків. Діджиталізація податкової системи полегшує платникам податків подання декларацій і дозволяє податковим органам краще відстежувати та контролювати платежі. Це також може підвищити прозорість системи та зменшити ухилення від сплати податків.

Загалом очікується, що діджиталізація набуватиме дедалі більшого поширення в оподаткуванні фізичних осіб-підприємців в Україні. Завдяки підвищенню ефективності, прозорості та безпеки платники податків повинні отримати вигоду від нової системи. Однак необхідно вжити заходів, щоб забезпечити безпеку системи та її відповідність чинному законодавству. За умови вжиття цих заходів діджиталізація може мати позитивний вплив на оподаткування фізичних осіб-підприємців в Україні.

Список використаних джерел

1. Головне управління ДПС. ДПС: Цифровізація у сфері оподаткування є важливою складовою розвитку цифрової економіки [Електронний ресурс] / Головне управління ДПС. 2022. Режим доступу до ресурсу: <https://tr.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/572516.html>.
2. Дія: Державні послуги онлайн. Режим доступу до ресурсу: <https://diia.gov.ua>
3. Електронний кабінет платника. Режим доступу до ресурсу: <https://cabinet.tax.gov.ua/>
4. Державна податкова служба України. Режим доступу до ресурсу: <https://tax.gov.ua/>
5. Податковий кодекс України. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/>

Гриліцька Анжела

к.е.н., доцент

Поліщук Антоніна

здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти

Черкаський державний бізнес-коледж

Черкаси, Україна

ЕКОЛОГІЧНИЙ ОБЛІК ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ

У сучасних економічних умовах все більше відчувається потреба в підготовці та представленні інформації, корисної зовнішнім користувачам для прийняття рішень у контексті сталого розвитку. Інтегрована звітність містить інформацію про економічну, екологічну та соціальну складові з розподілом

показників соціальної ефективності за показниками, що стосуються роботи, прав особистості, впливу на суспільство та відповідальності за продукт. Зростання значення екологічної інформації в процесі прийняття економічних рішень зацікавленими сторонами, а також забезпечення сталого розвитку корпорацій призвело до появи екологічного обліку. На сучасному етапі розвитку економіки екологічний механізм є однією з основних її складових. Завданням екологічного обліку є збір і реєстрація інформації для оцінки екологічних факторів і складання бухгалтерської звітності.

Під «екологічним обліком» слід розуміти як еколого-економічну категорію процесу розпізнавання, оцінки та передачі екологічної інформації, що дає здатність користувачів такої інформації приймати компетентні рішення та формувати думку [2, с. 228].

Вивчення екологічного обліку та екологічної діяльності підприємства в бухгалтерському обліку розглядали у своїх працях О.В. Вороновська, Ф.Ф. Бутинець, В.М. Жук, Т.О. Кірсанова, Л.М.Пеліньо.

Екологічний облік є запорукою аналізу та контролю раціональної природоохоронної діяльності підприємства. З кожним роком кількість екологічних проблем зростає, зростає і рівень їх небезпеки. Основною перешкодою для реалізації ефективної екологічної політики на підприємствах є недостатня обізнаність керівництва з повною, достовірною, детальною та своєчасною інформацією про природоохоронну діяльність.

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств впровадження та дотримання належного (ефективного) комплексного механізму управління природоохоронною діяльністю, тому кожне підприємство має впроваджувати систему екологічного обліку як складову бухгалтерського обліку, яка в повній мірі дозволить не тільки підвищити ефективність природокористування, використання ресурсів, а й отримання результату природоохоронної діяльності та визначення частки прибутку (збитку) природоохоронної діяльності в структурі нерозподіленого прибутку.

Основою метою екологічного обліку є формування та достовірне інформаційне забезпечення певних потреб у фінансовому, управлінському та податковому обліку, а узгодження еколого-економічної складової діяльності, визначення можливих ризиків і труднощів, визначення шляхів їх подолання.

Компоненти екологічного обліку включають активи, зобов'язання, витрати та джерела фінансування, а основними передумовами екологічного обліку є:

- 1) операції, пов'язані із взаємодією з навколишнім природним середовищем, а також її вплив на фінансові результати;
- 2) інформація про природоохоронну діяльність підприємства потрібна зовнішнім користувачам для прийняття рішень про побудову партнерських відносин;
- 3) отримання конкурентних переваг за умови виробництва екологічно чистої продукції;
- 4) облік природоохоронної діяльності є засобом досягнення сталого розвитку економіки.

Основними проблемами та перспективами впровадження екологічного обліку є:

- відсутність раціональної, ефективної екологічної політики кожного підприємства (екологічна інформація часто нечітка та відносна);
- більшість природних втрат неможливо виразити в грошовій формі, їх важко навіть виміряти кількісно (важливу екологічну інформацію можна отримати не з фінансово-економічних джерел, а з таких галузей, як геологія, екологія, біологія, фізика тощо)
- відсутність жорстких правових вимог, податкових пільг щодо врахування та запобігання шкоди навколишньому середовищу;
- існує необхідність удосконалення єдиної системи стандартизації та якості продукції, у тому числі розроблення окремих технічних регламентів;
- підвищення інформаційного забезпечення та покращення якості життя через планування асортименту продукції відповідно до потреб населення (особливо в сільській місцевості); активізація відповідальності споживачів, що впливає на вибір ними товару; вдосконалення механізму ціноутворення та лібералізація внутрішнього ринку [1].

Розвиток бухгалтерського обліку в контексті формування інформаційного простору управління економічно-екологічною безпекою промислових підприємств є досить складним і неупорядкованим процесом. Це пов'язано, перш за все, з тим, що на сьогодні ні в науці, ні на практиці не визначено, в якому напрямку мають формуватися і розвиватися основні теоретико-методологічні положення бухгалтерського обліку. Формування теоретико-методологічної структури бухгалтерського обліку як інформаційної підсистеми управління економічно-екологічною безпекою промислового підприємства дозволить визначити фундаментальні постулати розвитку бухгалтерської науки в сучасних умовах господарювання з метою забезпечення положень теорії сталого розвитку [3].

Екологічний облік – це один із факторів конкурентоспроможності підприємства, оскільки він може містити інформацію про раціональний розподіл природних ресурсів та їх використання, екологічність продукції, що випускається, вибір проблем, пов'язаних з екологічними ризиками та контролем, вплив на навколишнє середовище.

Екологізація – надзвичайно важливий напрям розвитку бухгалтерського обліку, який дасть змогу своєчасно приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо повного врахування ступеня впливу діяльності суб'єктів господарювання на навколишнє середовище [4]. Екологічний облік надає можливість як керівництву, так і зовнішнім користувачам отримати інформацію про екологічно значущу діяльність суб'єкта господарювання, необхідні для цілей ефективного управління навколишнім середовищем та прийняття інвестиційних рішень.

Сьогодні питання екологічного обліку в Україні залишається актуальним, до кінця не вивченим і потребує додаткових наукових досліджень. Для ефективного функціонування екологічного обліку необхідно виконати низку

основних умов: встановлення твердих гарантій захисту прав приватної власності, гарантії виконання зобов'язань за контрактами та законами, а також виконання політичних, економічних та законодавчих реформ. Найбільш придатною для впровадження екологічного обліку є система управлінського обліку. Саме екологізація бухгалтерського обліку дасть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення, які дозволять оцінити ступінь впливу діяльності підприємства на довкілля. Зважаючи на це, екологічний облік може стати перспективним напрямком удосконалення системи бухгалтерського обліку підприємств. Це призведе до можливості формування потужної інформаційної бази для забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств навіть на світовому ринку та залучення іноземних інвестицій в економіку України.

Список використаних джерел

1. Гриценко О. І. Екологічний облік: визначення перспектив та основних засад упровадження. *Мукачівський державний університет. Вип.: Економіка і суспільство*. 2. 2016. С. 678–683.
2. Лень В. С. Екологічний облік: поняття та зміст. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. № 2. 2014. С. 223–229.
3. Замула І. В. Бухгалтерський облік екологічної діяльності: теорія та методологія: автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук. Спеціальність: 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). Житомир. 2010. 40 с.
4. Колісник О. П., Гордієнко Т. В. Облік екологічних витрат у системі управління підприємством в умовах сталого розвитку. *Modern Economics: Електронне наукове фахове видання з економічних наук*. 2020. С. 69–75.

Демиденко Світлана

к.е.н., доцент

Бондаревська Тетяна

здобувачка магістерського рівня вищої освіти

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО АУТСОРСИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Процес ведення господарської діяльності передбачає дотримання всіх вимог податкового законодавства та потребує багато часу та зусиль. Саме тому все більше бізнес переводить частину своїх функцій, у тому числі бухгалтерський облік, в аутсорсинг. Перед ухваленням такого важливого рішення детально вивчаються всі переваги та недоліки аутсорсингу бухгалтерських послуг.

Аутсорсинг – це метод управління підприємством, спрямований на підвищення ефективності та конкурентоспроможності діяльності, який передбачає укладання контракту між замовником і постачальником, аутсорсером, для виконання бізнес-функцій, процесів замовника за певну плату, що стимулює реорганізацію й оптимізацію господарської діяльності.

Бухгалтерський аутсорсинг – сучасний метод ведення бухгалтерського обліку, без значних фінансових витрат, можливих економічних ризиків та непередбачуваного людського фактора.

Основною перевагою для компаній при переході на аутсорсинг своїх бухгалтерських послуг є зменшення витрат. Так, компанії не потрібно створювати робоче місце для працівників, займатися пошуком, навчанням кадрів, витрачати кошти на обладнання, оплату ліцензійного програмного забезпечення, забезпечення соціальних гарантій тощо. До нематеріальних переваг можна віднести зменшення впливу людського фактора, збільшення достовірності даних та їх об'єктивності. У великих компаніях перехід на аутсорсинг також мотивований впровадженням уніфікації процесів, єдиного підходу до обліку та оподаткування, веденням обліку відповідно до потреб як внутрішнього обліку, так і МСФО. Для невеликих компаній, компаній на початку створення штатний бухгалтер – це не лише затратно, а й у більшості випадків недоцільно.

Основою для обліку є первинна документація, яка оформлена згідно умов законодавства з наявністю підписів відповідальних осіб. При впровадженні аутсорсингу виникає проблема в оформленні паперових облікових документів оперативним чином. На допомогу у вирішенні цього питання та подальшого збільшення можливостей аутсорсингу бухгалтерських послуг приходить розвиток цифрових технологій. Так, на разі вся звітність для зовнішніх органів передається у системі М.Е.Дос, кожен бухгалтерський документ в середині компанії можна оформити в цифровому вигляді, будь то, накладна на внутрішнє переміщення, акт на списання ТМЦ, договір. Завдяки розвитку електронного документообігу відповідальний працівник може з будь-якої точки світу, маючи доступ до інтернету та електронний цифровий підпис, погодити та затвердити будь-який документ, що буде мати юридичну силу.

Запровадження та розвиток в Україні електронного документообігу (ЕДО) та Електронного цифрового підпису (ЕЦП) є основними рушіями, які роблять доцільним та ефективним аутсорсинг бухгалтерських послуг. Електронний документообіг – це автоматизований обмін документами через Інтернет. Вести документообіг можна з іншими організаціями та всередині компанії. ЕЦП – це дані в електронній формі, отримані за результатами криптографічного перетворення, які додаються до інших даних або документів і забезпечують їх цілісність та ідентифікацію автора. Завдяки використанню ЕЦП користувачі, що застосовують електронний документообіг у своїй роботі, отримують переваги: можливість укласти угоди, передавати бухгалтерські документи швидко та без необхідності особистих зустрічей, витрат на логістику. Оптимізація та вдосконалення бізнес-процесів завдяки зменшенню кількості

паперової документації та необхідності вносити дані вручну дозволяють скорочувати витрати на аутсорсинг бухгалтерських послуг [1].

Аутсорсинг бухгалтерських послуг надає можливість керівникам компаній сфокусуватися на основній діяльності, не втрачати часу, зусиль, коштів на формування власного штату відповідального за ведення бухгалтерії.

Розглядаючи питання щодо наявності відповідного законодавства, для безперешкодного розвитку ринку аутсорсингу бухгалтерського обліку, варто зазначити, що в Україні немає перешкод для переведення компаній на аутсорсинг. Проте є деякі види діяльності, де власникам задля отримання ліцензії, дозволів необхідно мати у штаті бухгалтера, наприклад, діяльність ломбардів. У цьому випадку аутсорсингові послуги не вирішують ці питання.

Побоювання бізнесу про витік інформації є однією з причин, що перешкоджають ефективному впровадженню бухгалтерського аутсорсингу. Навіть незважаючи на підписання договорів про нерозголошення інформації, все одно залишається ризик.

Україна входить до рейтингу «Global Services Location Index», який включає 55 країн з найсильнішим потенціалом для розвитку аутсорсингу. Україна знаходиться на 25 місці. Найбільший розвиток аутсорсингових послуг демонструє ІТ-індустрія. Аутсорсинг бухгалтерських послуг також є основною частиною ведення бізнесу не тільки в Україні, але і у світі. На сьогоднішній момент близько 86% європейських компаній віддають свою бухгалтерію на аутсорс, у США такими послугами користуються близько 90% [2]. Український ринок поки не такий масштабний, по різних оцінках його загальний оборот становить приблизно 9-10 млн. дол. Основними компаніями, які надають послуги аутсорсингу в бухгалтерській діяльності в Україні є:

- компанія EBS обслуговує понад 300 клієнтів, річний оборот становить 183 млн. грн (2019 рік);
- компанія Nota group обслуговує понад 100 клієнтів, річний оборот – 18 млн. грн;
- компанія Kreston GCG обслуговує понад 600 клієнтів, річний оборот – 61 млн. грн;
- компанія «Група Фінансових Рішень» обслуговує понад 45 клієнтів.

Цей перелік не включає міжнародні аудиторські компанії, які мають також свої представництва в Україні [2].

Висновок. З розвитком цифрової економіки аутсорсинг бухгалтерських послуг стає необхідною умовою для гнучкості компаній, які прагнуть зменшити витрати та ризики у введенні бухгалтерського обліку. При аутсорсингу бухгалтерського обліку компанія отримує достовірний фінансовий результат і фінансову звітність, своєчасно подану звітність та правильно розраховані податки.

Костяна Оксана

к.е.н., доцент

Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця
Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНИХ ПЛАТ В УКРАЇНІ ТА ПОЛЬЩІ

Україна і Польща є країнами-сусідами, які мають спільний кордон та міцні економічні та соціокультурні зв'язки. В останні роки поширеним напрямком трудової міграції для українців стала Польща. В Україні і Польщі істотно відрізняються як рівні заробітних плат, так і підходи до їх оподаткування.

Так, мінімальна заробітна плата в Україні у 2023 році склала 6 700 грн [1], а у Польщі цей показник дорівнює 3490 злотих [3], що в перерахунку складає близько 32 500 грн. Однак ці цифри вказані без врахування податкових платежів, які необхідно сплатити з заробітної плати. Розглянемо особливості оподаткування доходів громадян в Україні та Польщі.

Так в Україні з заробітної плати необхідно сплатити 18% податку на доходи фізичних осіб (ПДФО), 1,5 % військового збору [2]. При чому оподаткування є пропорційним і ставка податків не залежить від розміру заробітної плати. Внески на соціальне страхування з заробітної плати не вираховуються, однак працедавець повинен сплачувати за свій рахунок 22 % ЄСВ від заробітної плати найманого працівника. Певні податкові пільги з ПДФО в Україні існують, однак їх перелік досить обмежений, а їх застосування на практиці є не досить поширеним. Так, наприклад, податковою соціальною пільгою, прописаною в Податковому кодексі України, через занадто низькій граничний поріг застосування (нижчий за мінімальну заробітну плату), мають змогу користуватися дуже невеликий відсоток громадян.

Також українці мають змогу використати право на податкову знижку, зменшивши свій оподаткований дохід, на певні види витрат. До таких витрат можна віднести витрати на освіту, благодійні внески, страхові внески за договорами довгострокового страхування життя або недержавного пенсійного забезпечення, витрати на оплату допоміжних репродуктивних технологій або усиновлення дитини, витрати на переобладнання авто, видатки на будівництво або придбання доступного житла, витрати на оренду житла для внутрішніх переселенців.

У Польщі підхід до оподаткування доходів громадян дещо відрізняється. Аналогом українського ПДФО є польський РІТ. Ставка оподаткування за цим податком залежить від рівня доходів громадян. До 2022 основна ставка за цим податком складала 17%, однак з 1 липня 2022 вона була знижена до 12%. Цю ставку застосовують ті особи, чий річний дохід не перевищує 120 тисяч злотих, до тих доходів, які є більшими за цей ліміт, застосовують ставку 32%. Та в

Польщі є можливість для подружжя звітувати та сплачувати податки разом. В такому разі є можливість застосувати подвійний граничний ліміт для чоловіка та дружини разом. Можливість застосування цієї опції є вигідною для тих родин, де або один з членів родини не працює, або отримує значно нижчий дохід, ніж інший [4] (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння оподаткування заробітної плати в Україні та Польщі

	Україна	Польща
Назва прибуткового податку з доходів громадян	ПДФО	PIТ
Ставка податку для доходів в вигляді заробітної плати	18%	12% для доходів до 120 тис. злотих на рік 32% для доходів, що перевищують 120 тис. злотих на рік
Можливість розраховувати податки для подружжя разом	немає	є
Неоподаткований мінімум для молодих людей та пенсіонерів	немає	є, 85 528 злотих
Необхідність сплати з заробітної плати військового збору	є, військовий збір за ставкою 1,5 %	немає
Необхідність сплати з заробітної плати соціальних внесків	немає	Залежно від виду трудового контракту. Можуть складати до 22,71% заробітної плати

У Польщі є широкий перелік податкових пільг з PIТ, які можуть застосовувати громадяни. Так молоді люди віком до 26 років, а також працюючі пенсіонери та багатодітні родини (більше 4х дітей) не сплачують податок з сум, що є меншими за 85 528 злотих у поточному податковому році [5]. Також існує розгалужена система податкових кредитів та відрахувань, яка поширюється на цілий перелік витрат. До цього переліку, зокрема, відносять витрати на сплату інтернету, медичні витрати, сплата відсотків за кредитами, церковні пожертви, пожертви школам, сплата соціальних внесків, витрати на медичне страхування, профспілкові внески.

Окрім PIТ з заробітної плати в Польщі ще сплачується ряд соціальних платежів, що надходять на рахунки Управління соціального забезпечення (ZUS). До таких платежів відносять:

- пенсійний внесок (ubezpieczenie emerytalne) – становить 9,76%;
- внесок на соціальне страхування у разі втрати працездатності (ubezpieczenie rentowe) – 1,5%
- внесок на оплату лікарняного листа (ubezpieczenie chorobowe) – 2,45%;
- медичне страхування (ubezpieczenie zdrowotne) – 9%.

Тобто окрім сплати РІТ, робітник в Польщі повинен сплати ще 22,71% соціальних внесків

Однак необхідність сплати всіх зазначених соціальних внесків залежить від типу трудового договору за яким працює найманий працівник. В випадку якщо він працює за типом договору «умова о праці» (umowa o pracę), то необхідно сплачувати всі внески. Якщо з договором «умова злецення» (umowa zlecenie) – можлива вибіркова сплата соціальних внесків за бажанням – наприклад, працівник може не сплачувати внески на медичне страхування, але, у такому випадку, у разі хвороби, він не отримає оплачуваного лікарняного листа. Застосування договору «умова о ділі» (umowa o dzieło) не передбачає жодних соціальних внесків (і відповідно не надає жодних соціальних гарантій).

Отже, працівник, що працює за мінімальну заробітну плату в Україні отримає 6700 грн. за вирахуванням 1306,5 грн ПДФО та військового збору. Тобто чиста зарплата складатиме 5 393,5 грн.

А у Польщі податки та соціальні внески з мінімальної заробітної плати (якщо робітник сплачує всі соціальні внески) 3 490 злотих складатимуть близько 790 злотих. А чиста заробітна зарплата – 2700 злотих, що дорівнює 22 700 грн.

Висновок. Таким чином, незважаючи на географічну наближеність України та Польщі, підходи до оплати праці та її оподаткування в Україні та Польщі істотно відрізняються. Оплата праці в Польщі є на порядок вищою, ніж в Україні. В Польщі прибуткове оподаткування громадян є прогресивним, а в Україні – пропорційним, при цьому ставка податку для осіб, що отримують низькі та середні доходи в Польщі, нижча за українську стандартну ставку. Проте в Польщі потрібно сплатити досить велику суму внесків на соціальне страхування (якщо умови, за якими робітник працює цього вимагають), за рахунок чого обсяг чистої заробітної плати істотно зменшується. Також слід зазначити, що можливості застосування податкових пільг та різноманітних відрахувань при оподаткуванні доходів громадян у Польщі є значно ширшими, ніж в Україні.

Список використаних джерел

1. Мінімальна зарплата в 2023 році. URL: <https://kr.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/648421.html>
2. Податковий кодекс України. Закон України від 2.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Progi podatkowe 2022/2023 URL: <https://www.pitax.pl/wiedza/poradnik-rozliczenia/progi-podatkowe/>
4. Ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych URL: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20210001128/U/D20211128Lj.pdf>
5. Ulgi Podatkowe 2022/2023 URL: <https://www.pitax.pl/wiedza/mniejsze-podatki/ulgi-i-odliczenia/>

Крот Юлія

к.е.н., доцент

Барвінок Алла

здобувачка магістерського рівня вищої освіти

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

БЛОКЧЕЙН В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Досягнення в галузі цифрових технологій дозволили значно скоротити час, що витрачається на процес збору інформації, та збільшити швидкість та обсяг її обробки та зберігання. Слід зазначити, що процес оцифрування змінив існуючі системи та створив низку специфічних проблем, які потребують вирішення.

Одним із найефективніших напрямків розвитку бухгалтерського обліку в умовах цифровізації є технологія блокчейн.

Можна сказати, новітні технології, такі як хмарні технології, програмні роботи та технології штучного інтелекту, технологія блокчейн, технологія маніпулювання великими масивами даних, інтернет речей можуть бути застосовані до системи бухгалтерського обліку в майбутньому.

Автори І.В. Спільник та О.В. Ярощук [1] дотримуються думки, що в нашій країні, як і в усьому світі, від моменту винаходу і до сьогодення (цей період триває вже понад десять років) довкола обігу криптовалют уже сформувались стійкі суспільно-економічні відносини, що потребують спеціального регулювання правовими засобами, тобто розроблення відповідних правових норм та формування правової бази для державного регулювання. І.В. Спільник та М.О. Паліух [2] досліджували питання, пов'язані з організацією бухгалтерського обліку в цифровій економіці. Особливу увагу автори приділяють сприйняттю ризиків і переосмисленню ролі та положення бухгалтерського обліку в цифровому середовищі.

Також важливим є формування нових облікових парадигм та облікових систем на підприємствах у зв'язку з упровадженням віртуальних і хмарних технологій. Більшість наукових праць, присвячених технології блокчейн, зосереджені на формулюванні визначень і методів обліку та обґрунтуванні переваг її використання у фінансовому секторі.

Тобто застосування технології блокчейн призводить до створення реєстру або книги подій у цифровому середовищі [3]. Ця технологія дозволяє створювати бази даних із високим ступенем захисту від підробки та знищення записів. Існуючий ланцюжок перевіряється для кожного нового запису, тому дані неможливо підробити. Щоб змінити певні дані, ви повинні змінити інформацію у всіх інших блоках. При цьому, оскільки система децентралізована, поточна інформація про записи в системі зберігається всіма учасниками та автоматично оновлюється під час внесення змін.

Сьогодні блокчейн можна як початок революції у методах обліку, особливо у системах обліку та реєстрації господарських операцій. На жаль, на

даний момент офіційне використання криптоактивів в економіці законодавчо не врегульоване і криптоіндустрія все ще потребує вдосконалення.

Ще одним перспективним напрямком є застосування хмарних технологій у бухгалтерському обліку. Хмарні технології – це технології, які дозволяють працювати з даними онлайн, а не на жорсткому диску вашого комп'ютера.

Найбільшою перевагою цієї технології є те, що користувачі можуть вільно отримувати доступ до своїх даних, де б вони не знаходилися і на якому пристрої вони не використовували б. Крім того, ви можете надати доступ до хмари не лише редакторам, а й іншим.

Завдяки хмарним обчисленням можна аналізувати дані вашої організації, робити прогнози, покращувати їх та приймати оптимальні бізнес-рішення. Автоматизація бухгалтерського обліку з використанням «хмарних» технологій – один із надійних та прогресивних підходів до вирішення сучасних бухгалтерських завдань.

Тому, незважаючи на нерозуміння, недовіру та неприйняття, уряд країни, центральний банк та багато корпорацій розуміють важливість віртуального світу, займаються технологічними дослідженнями, розуміють його переваги та реалізують його. всі умови технології.

Тому галузь бухгалтерського обліку найбільш гостро потребує інновацій. Вищезгадані технології повністю відповідають сьогоднішнім вимогам і повинні впроваджуватися з урахуванням їхнього розвитку.

Висновок. Прихильники технології блокчейну вважають, що цей новий інструмент може замінити не лише бухгалтерів, а й банківські установи та багатьох фінансових посередників. За даними Blockchain Institute, Україна входить до списку 14 країн, визнаних лідерами у прийнятті блокчейну. Однак для того, щоб використовувати цей інструмент, країні необхідно перебудувати свою величезну систему з величезною кількістю людей. Технологія блокчейн покликана покласти край традиційним методам бухгалтерського контролю, документації, обробки, реєстрації та систем управління запасами. Блокчейн дає змогу компаніям реєструвати обидві сторони угоди одночасно і в режимі реального часу в загальній бухгалтерській книзі, замість того щоб вести окремі записи про узгоджені фінансові операції в приватній базі даних. Необхідність у традиційній бухгалтерії з подвійним записом відпадає, оскільки перевірка легітимності обліку повністю автоматизована.

Список використаної літератури

1. Спільник І., Ярощук О. Інституалізація криптовалюти: регулювання, правовий статус, облік і оподаткування. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2020. Вип. 2. С. 81–92.
2. Спільник І., Палюх М. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2019. Вип. 1-2. С. 83–96. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2019.01.083>.
3. Белова І. М. Перспективи та ризики використання криптовалют в Україні. Цифрова економіка: тренди та перспективи: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 25 жовт. 2018 р. Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2018. С. 40–44.

Крот Юлія

к.е.н., доцент

Доценко Тетяна

здобувачка магістерського рівня вищої освіти
Черкаський державний технологічний університет

СУЧАСНИЙ АСПЕКТ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Виробничі запаси відіграють важливу роль у господарській діяльності підприємства для забезпечення ефективного та безперебійного процесу виробництва. До того ж, запаси використовуються для реалізації з метою отримання доходу, тому слід забезпечити їх повну та достовірну інформацію для зацікавлених користувачів. Отже, всі підприємства повинні вести бухгалтерський облік і внутрішній аудит запасів, який сформує повну та правдиву інформацію про їх кількість, склад та зможе забезпечити необхідний всебічний і своєчасний контроль за їх рухом та наявністю.

За сучасних умов необхідно організувати якісно нову систему обліку і специфіку управління запасами для забезпечення ефективного розвитку підприємств та підвищення їх виробничих потужностей [1].

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку та розкриття у фінансовій звітності інформації про запаси суб'єкта господарювання визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [2]. Запаси – це активи призначені для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності, перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва, а також утримуються для споживання під час виробництва, виконання робіт, надання послуг та управління підприємством. МСБО 2 визначає, що запаси – активи, призначені для продажу в ході звичайної діяльності, знаходяться в ході виробництва для такого продажу або існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг [3].

Функції внутрішнього аудиту полягають у моніторингу ефективності процедур внутрішнього контролю; перевірці фінансової та управлінської інформації; контролі економічності, ефективності та результативності, включаючи нефінансовий контроль суб'єкта господарювання; постійне спостереження за дотриманням законів України, нормативно-правових актів та інших вимог, а також політики, директив та інших внутрішніх вимог керівництва [4].

Метою внутрішнього аудиту виробничих запасів є надання висновку аудитора щодо повноти та достовірності відображення в бухгалтерській (фінансової) звітності інформації про запаси. Внутрішній аудит виробничих запасів підприємства можна провести в два кроки.

Перший крок – оцінити стан контролю над запасами, а саме слід:

- Вивчити правильність вибору місця зберігання виробничих запасів (чи є протипожежні та охоронні системи, чи захищені складські приміщення від доступу сторонніх осіб і т. д.);
- Визначити коло осіб, відповідальних за отримання, зберігання та відпуск запасів та укласти з ними угоду про їх матеріальну відповідальність;
- Проводити обов'язкову та планову (раптову) інвентаризацію виробничих запасів та зафіксувати її результати у відповідних документах.

Під час першого кроку аудитор в основному стикається з такими порушеннями: відсутність укладених угод про матеріальну відповідальність деяких осіб; відсутність належного захисту виробничих запасів та недотримання вимог або норм щодо зберігання запасів.

Другий крок – це проведення фактичного контролю, щодо достовірності відображення інформації про рух та стан виробничих запасів. Важливим елементом контролю запасів є їх оцінка. Внутрішні аудитори, щоб визначити правильність оцінки запасів, вибірково перевіряють правильність відображення первісної вартості під час оприбуткування. При цьому придбані виробничі запаси за плату оцінюються за фактичною собівартістю. Внутрішнім аудиторам потрібно перевіряти обґрунтованість оцінки собівартості виробничих запасів. До найпоширеніших помилок належить: не включення до фактичної собівартості витрат на матеріали та виробництво; невідповідність способів списання запасів, які закріплені в обліковій політиці підприємства.

Висновок. Таким чином, виходячи з наведеного вище можна сказати, що внутрішній аудит може виявити помилки в обліку запасів і тим самим отримати достовірну інформацію про них. Це необхідно для прийняття подальших управлінських рішень, адже запаси є оборотним капіталом підприємства. Достатній обсяг оборотного капіталу та структура його формування відіграють важливу роль у забезпеченні платоспроможності, фінансової стійкості та прибутковості підприємств усіх форм власності. Тому забезпечення правильного обліку та внутрішнього аудиту виробничих запасів є ключовою умовою реалізації планів з виробництва продукції, зниження її собівартості, підвищення рентабельності і прибутковості підприємства.

Список використаних джерел

1. Коваль Н.І. Проблеми ведення обліку виробничих запасів та шляхи їх подолання // Розвиток бухгалтерського обліку, фінансів та оподаткування в аграрному секторі економіки в умовах євроінтеграції: збірник матеріалів X Міжнар. наук.-практ. конф. (24 листоп. 2017 р.; м. Київ) / Відпов. за вип. Ю. С. Бездушна. Київ: ННЦ«ІАЕ», 2017. С. 72–75.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 (МСБО 2) «Запаси». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021#Text
4. Аудит (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту): підручник / В.В. Немченко, О.Ю. Редько, К.О. Редько та ін.; за ред. проф. В. В. Немченка. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 340 с.

Кучерява Мар'я

к.е.н.

Державна навчально-наукова установа
«Академія фінансового управління»
Київ, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Відповідальне використання природних ресурсів є одним із ключових завдань, що стоять перед урядами держав світу в умовах досягнення Цілей сталого розвитку (далі – ЦСР), зокрема, ЦСР 12 «Відповідальне споживання та виробництво», ЦСР 13 «Пом'якшення наслідків зміни клімату», ЦСР 15 «Захист екосистем суші». Одним із ключових елементів інформаційного забезпечення контролю ефективності використання природних ресурсів слугує звіт про платежі на користь держави, який, відповідно до ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV, містить «узагальнену інформацію про діяльність суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у видобувних галузях або заготівлю деревини, а також деталізовану інформацію про податки і збори, інші платежі, що були сплачені або належні до сплати на користь держави» [1].

Звіти про платежі на користь держави відповідно до ст. 5 Закону України «Про забезпечення прозорості у видобувних галузях» від 18.09.2018 № 2545-VIII підприємства розміщують на своєму веб-сайті та в електронній системі подання та аналізу звітності [2].

Проведений компаративний аналіз форми звіту про платежі держави підприємств, зайнятих у видобувних галузях, із Таксономією UA МСФЗ XBRL показав, що більшість показників звіту про платежі на користь держави підприємств, зайнятих у видобувних галузях, не може бути розкрита в електронному форматі шляхом перехресного посилання на статті фінансової звітності відповідно до Таксономії UA МСФЗ XBRL.

Окремі показники звіту можуть неповною мірою розкриватись шляхом перехресного посилання на фінансову звітність відповідно до Таксономії UA МСФЗ XBRL. Наприклад, показник «середньооблікова кількість працівників, які працювали протягом звітного періоду» має перехресні посилання на такі елементи Таксономії UA МСФЗ XBRL: «середня кількість працівників; розкриття інформації про працівників [текстовий блок]; кількість та середня кількість працівників [абстрактний тип]; кількість працівників».

Разом із тим, враховуючи законодавчо закріплену опцію подання визначеними типами підприємств звіту про платежі на користь держави через електронну систему подання та аналізу звітності, доцільним є формування окремого галузевого розширення в рамках електронного формату подання звіту під назвою «Звіт про платежі на користь держави підприємств, зайнятих у

видобувних галузях» та включення повного переліку елементів, потрібних для розкриття показників форми відповідного звіту.

Звіт про платежі на користь держави подають і підприємства, що здійснюють заготівлю деревини і при цьому становлять суспільний інтерес. Наказом Міністерства фінансів України від 13.08.2020 № 499 (далі – наказ № 499) затверджено форму звіту про платежі на користь держави підприємств, що здійснюють заготівлю деревини та Порядок складання звіту про платежі на користь держави підприємств, що здійснюють заготівлю деревини [3]. Наказом № 499 (п.6) визначено, що «звіт складається в електронній формі у XML-форматі та подається органам, до сфери управління яких належать підприємства, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів» [4].

Проведений аналіз показав, що форма звіту про платежі на користь держави підприємств, що здійснюють заготівлю деревини і при цьому становлять суспільний інтерес, не може бути повністю складена в електронному форматі шляхом перехресного посилання на статті фінансової звітності, підготовленої за Таксономією UA МСФЗ XBRL. Поясненням цьому може слугувати те, що форми фінансової звітності загального призначення не передбачають такого рівня деталізації податків (загальнодержавного та місцевого рівнів) та рентних платежів, у т.ч. рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів.

Тож, спираючись на положення наказу № 499 в частині складання звіту в електронній формі в XML-форматі, також доцільно розробити окреме галузеве розширення Таксономії UA МСФЗ XBRL – «Звіт про платежі на користь держави підприємств, що здійснюють заготівлю деревини» та включити до нього повний перелік елементів, потрібних для розкриття показників даного звіту.

Висновок. Результати проведеного дослідження показали наступне. Існує потреба у розкритті додаткових статей нефінансової звітності в XBRL форматі, що може бути реалізовано через внесення доповнень у розрізі розширень Таксономії UA МСФЗ XBRL. Реалістичними є пропозиції щодо внесення доповнень до Таксономії UA МСФЗ XBRL. Застосування електронного формату подання звіту про платежі на користь держави та консолідованого звіту про платежі на користь держав (підприємств, що здійснюють заготівлю деревини; підприємств, зайнятих у видобувних галузях) обумовлює доцільність розроблення відповідних галузевих розширень Таксономії UA МСФЗ XBRL.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 22.03.2023).
2. Про забезпечення прозорості у видобувних галузях: Закон України від 18.09.2018 № 2545-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2545-19#Text> (дата звернення: 22.03.2023).

3. Про затвердження форми та Порядку складання звіту про платежі на користь держави підприємств, що здійснюють заготівлю деревини: наказ Міністерства фінансів України від 13.08.2020 № 499. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0993-20#Text> (дата звернення: 22.03.2023).

4. Про затвердження форми та Порядку складання звіту про платежі на користь держави підприємств, що здійснюють заготівлю деревини: наказ Міністерства фінансів України від 13.08.2020 № 499. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0993-20#Text> (дата звернення: 22.03.2023)

Мостовенко Наталія

к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Луцьк, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

В системі оцінювання ефективності роботи банківських установ визначення прибутковості та рентабельності банку представляє певний дослідницький та практичний інтерес. Вивчаючи питання ефективності функціонування банківської установи, насамперед відштовхуються від поняття прибутку. Прибуток виступає показником базовим, є абсолютним у показниках вимірювання, дає уявлення про економічний ефект, а з облікової точки зору – фінансовий результат, одержаний в процесі функціонування банківської установи як господарюючого суб'єкта. Попри всю важливість цього показника для банківської установи та й для будь-якого суб'єкта господарювання, факт одержання прибутку чи сукупний обсяг одержаного прибутку не відповідають на питання: як ефективно працює банк та яким є рівень цієї ефективності. З метою визначення рівня ефективності (прибутковості) роботи банку, як фінансової установи, оперують певною системою відносних показників – показників рентабельності. Ці показники слугують підсумковою, узагальнюючою характеристикою для оцінки й аналізу ефективності функціонування банківської установи. Відтак загальний економічний зміст показників рентабельності полягає в тому, що вони демонструють обсяг прибутку, одержаного на кожен вкладену грошову одиницю у певний вид ресурсів або інших витрат. Вітчизняними дослідниками, серед яких: Т. О. Журавльова, Ю. П. Макаренко, Л. Л. Турова, А. Ю. Сірко, підкреслюється, що рентабельність розкриває: «ступінь окупності прибутком капіталу банку, активів, витрат» [1, с. 125].

Слід також підкреслити, що показники рентабельності мають важливе значення не лише для власників та управлінського персоналу банку. Рентабельність окремих банківських установ з погляду регулятора є підставою для поділу банків на групи. Так НБУ, позиціонуючи банки на ринку, здійснює їх поділ за показниками рентабельності та встановлює для кожної групи банків окремі порогові значення, а саме: «високорентабельні банки – рентабельність активів – більше 2%, рентабельність капіталу – більше 10%; достатньо

рентабельні банки – рентабельність активів – від 1% до 2%, рентабельність капіталу – більше 7%; низькорентабельні банки – рентабельність активів – від 0% до 1%, рентабельність капіталу – більше 0%; неприбуткові банки – рентабельність активів і капіталу – менше 0%» [2].

Нині рівень розвитку управлінського та фінансового обліку дозволяє значно розширити спектр вивчення рентабельності банку за різними напрямками та сферами діяльності. Так, за твердженням Т. Д. Косової, існує змога з'ясувати: «рентабельність відділень і філій банку; рентабельність центрів одержання прибутку (бізнес-центрів); рентабельність продуктів і послуг; рентабельність обслуговування клієнтів» [3, с. 311-312]. Звісно, така група показників є недоступною для широкого загалу користувачів та дослідників через недостатність обсягу оприлюдненої банками фінансової інформації, проте для внутрішнього користування та для визначення ефективності стратегічних рішень банку вони мають цінність. Крім того, такі показники можуть слугувати аналітичним підґрунтям для ухвалення управлінських рішень.

Слід зазначити, що в оцінці ефективності (прибутковості та рентабельності) банківських установ найпоширенішим є коефіцієнтний метод. Що стосується методики обчислення показників рентабельності, то окремі аспекти такої оцінки можна віднайти у нормативно-правовій базі, що регламентує банківську діяльність, а також у науково-методичній літературі. Основу нормативної бази закладено у: Рішенні Комісії з питань нагляду та регулювання діяльності банків «Про заходи щодо підвищення рентабельності діяльності банків» [2]; Положенні про плани відновлення діяльності банків України та банківських груп [4]; Методичних рекомендаціях щодо організації процесу формування управлінської звітності в банках України [5]. Узагальнення методичних підходів оцінювання прибутковості та рентабельності банку представлено на рисунку 1.

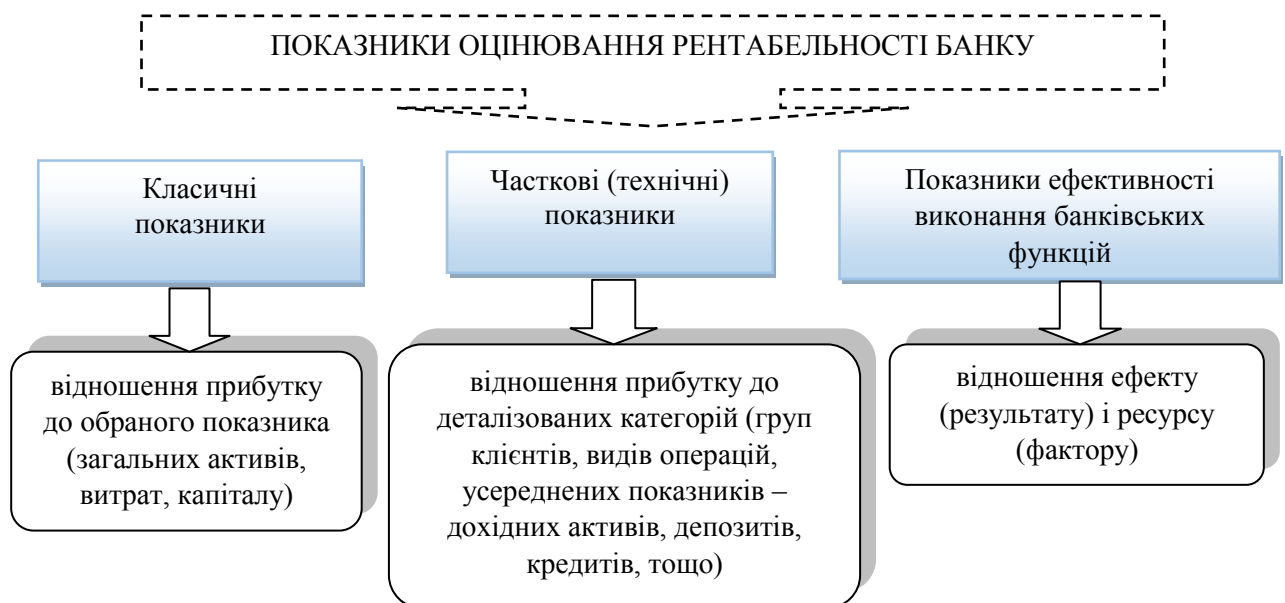


Рис. 1. Групування методичних підходів при визначенні показників рентабельності банку

Сформовано автором на основі [1, с. 125; 6, с. 250; 7, с. 407]

Висновок. Таким чином, за результатами розрахунків показників рентабельності та їх співставлення (порівняння) отримується важлива інформація про результативність надання банківських послуг. З огляду на необхідність оприлюднення банками своєї фінансової звітності, завжди можливо провести аналіз розрахованих показників рентабельності із аналогічними показниками банків-конкурентів, а отже виявити чинники впливу на ефективність роботи окремих фінансових установ, виявити резерви та шляхи підвищення ефективності надання ними банківських послуг. Це дозволяє підвищити якість менеджменту банку, зменшити операційні ризики, оцінити конкурентну позицію банку та його ефективність як господарюючого суб'єкта.

Список використаних джерел

1. Фінансовий менеджмент у банку: навч. посіб. / Журавльова Т. О., Макаренко Ю. П., Турова Л. Л., Сірко А. Ю. Дніпро: Пороги, 2021.
2. Про заходи щодо підвищення рентабельності діяльності банків»: рішення Комісії з питань нагляду та регулювання діяльності банків Національного банку України від 26.11.2003р. № 277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/vr277500-03#Text> (дата звернення: 09.03.2023).
3. Косова Т. Д. Аналіз банківської діяльності: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури. 2008. 486 с.
4. Інструкція про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України. Затверджена Постановою Правління НБУ від 24.10.2011 № 373 / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11#Text> (дата звернення: 11.03.2023).
5. Методичні рекомендації щодо організації процесу формування управлінської звітності в банках України: схвалено Постановою Правління Національного банку України від 06.09.2007р. № 324. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0324500-07#Text> (дата звернення: 09.03.2023).
6. Журавльова Т. О., Ткач О. В. Інформаційна модель оцінки та управління ефективністю роботи банку та «Карта оперативної оцінки управління показниками ефективності роботи банку» як допоміжні інструменти управління показниками ефективності роботи банку. Бізнес-моделі розвитку національної економіки та підприємницьких структур: сучасні реалії та перспективи: монографія з міжнародною участю / за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2018. 408 с. С. 246–255. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/19456> (дата звернення: 12.03.2023).
7. Аналіз банківської діяльності: підручник / за ред. А. М. Герасимовича. Київ, 2006. 600 с.

Павловська Ірина

к. е. н.

Університет митної справи та фінансів
Дніпро, Україна

КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Конкуренція компаній останнім часом набуває нового темпу у світі, оскільки зростає кількість однотипних компаній. В умовах сьогодення посилюється інтерес у компаній до нових підходів управління бізнесом, співробітниками та процесами. Для діагностики проблеми потрібне детальне

вивчення кожного бізнес-процесу підприємства. Особливо це стосується підприємств харчової промисловості. [1].

Головною метою будь-якого підприємства харчової промисловості є отримання прибутку за рахунок виробництва будь-якого продукту чи послуги. Для того, щоб досягти заявленої мети, необхідно розуміти взаємозв'язок безлічі факторів виробництва (технічні засоби, співробітники, фінансові складові). Тому, правильно побудовані бізнес-процеси допомагають досягти мети, а також підвищити конкурентність. Величезний плюс оптимізації бізнес-процесів – економне споживання людських ресурсів, яке дозволяє направити ресурси, що звільнилися, на інші. Тому дослідження та розуміння сутності бізнес-процесів, питання можливості їх переналаштування набувають гострої актуальності [2].

Бізнес-процес – це будь-яка операційна або адміністративна система, яка перетворює ресурси на бажані результати. Процес являє собою закінчену, змістовну і логічну послідовність операцій, тобто елементарних дій, необхідних для обробки економічно важливого об'єкту [2, 3].

Кількісний аналіз процесів містить аналіз всієї доступної інформації по процесах, змінах їх показників, порівняльний аналіз тощо. В аналізі бізнес-процесів підприємства виділяються кілька його видів: абсолютний аналіз; відносний аналіз; кількісний аналіз. Розглянемо кожен показник докладніше.

1. Абсолютні показники часу виконання процесу, зокрема, середній час виконання процесу загалом; середній час простоїв; середній час виконання окремих функцій процесу; інші. Для вимірювання показників необхідно розробити та впровадити систему обліку часу виконання окремих функцій процесу.

2. Технічні показники процесу – це показники, які характеризують технологію виконання процесу, використовуване устаткування, програмне забезпечення, середу тощо. Зрозуміло, що технічні показники будуть різними для бізнес-процесів компаній різних галузей харчової промисловості. Але можна виділити кілька показників, які підходять до різних галузей: кількість функцій процесу; чисельність персоналу процесу; кількість операцій за вибраний період; кількість спеціальних робочих місць та ін. Технічні показники добре показують ефективність компанії та можуть бути використані при виконанні порівняльного аналізу бізнес-процесів із процесами конкурентів.

3. Показники вартості процесу. Їх можна поділити на групи: вартість процесу; показники вартості процесу; показники вартості продуктів процесу. Розрахунок та аналіз вартості процесу вимагає застосування відповідних методик.

4. Показники якості процесу – це показники кількості дефектів; кількості повернень випущеної продукції; кількості скарг від клієнтів щодо якості обслуговування; кількості позаштатних ситуацій; швидкої адаптації; здатності зберігати особливості продукту; незмінності якості продукції під час заміни співробітників; якості управління процесом.

5. Тимчасові показники. До відносних показників часу виконання можна віднести: плановий / фактичний час процесу; середній час виконання процесу у нас / у конкурента; час обслуговування; час виконання процесу / кількість співробітників процесу; час виконання процесу / функції процесу.

6. Аналіз та оцінка бізнес-процесів на основі експрес-аналізу. Цей метод аналізу відноситься до нових методів. Особливість даного методу виражена у зміні підходу до аналізу та діагностики бізнес-процесів.

Кількісні показники оцінки бізнес-процесів підприємств харчової промисловості [1-4]:

1) Коефіцієнт складності. Цей показник відображає рівні у схемі бізнес-процесів, дозволяє визначити складність ієрархічної структури.

2) Коефіцієнт процесності – може показати процесність бізнес-процесів, або їх проблемність.

3) Коефіцієнт контрольованості. Дозволяє здійснити характеристику ефективності управління бізнес-процесів, які належать та керуються власниками процесів;

4) Коефіцієнт ресурсоємності. Дозволяє відобразити ефективність використання ресурсів у межах конкретного бізнес-процесу.

5) Коефіцієнт регульованості – показує, як співвідносяться кількість використовуваної регламентної документації, та визначає, чи є досліджуваний бізнес-процес регульованим чи нерегульованим нормативними регламентами.

Моделювання бізнес-процесів є одним із методів підвищення якості та ефективності організації. Даний метод базується на описі процесу через різні елементи (дії, дані, події, матеріали тощо), які нероздільні у процесі. Як правило, моделювання бізнес-процесів описує логічний взаємозв'язок всіх елементів процесу від його початку до кінця всередині організації [2].

У більш трудомістких ситуаціях моделювання може містити процеси або системи, що знаходяться за межами організації:

– функціональне моделювання бізнес-процесів описує їх як чітко структуровані та взаємопов'язані функції.

– об'єктне моделювання – бізнес-процеси показані у вигляді набору об'єктів, що взаємодіють. Такими об'єктами можуть бути робітники, засоби виробництва, елементи інформації тощо.

– імітаційне моделювання – у цьому випадку процеси подаються з прикладами їхньої поведінки в різних умовах, з аналізом властивостей у динаміці.

Існує безліч програм, які можна використовувати як інструменти для моделювання бізнес-процесів описаними методами: ARIS, Business Studio, MS Visio, Bizagi Process Modeler та ін. [2].

Можна виділити такі основні переваги процесного підходу щодо виділення бізнес-процесів.

По-перше, бізнес-процеси є одним із потужних інструментів підвищення ефективності бізнесу; технологія опису бізнес-процесів забезпечує прозорість всіх бізнес-операцій, дозволяє проводити аналіз можливих наслідків помилок на певному етапі роботи та усувати їх [3]. Концепція та шляхи вдосконалення бізнес-процесів спрямовані на здійснення гранично швидких, «проривних» змін у рамках окремого бізнес-процесу. Це вимагає зосередження уваги на виявленні, розумінні та вдосконаленні дій, що відбуваються в рамках основних процесів.

По-друге, у процесному підході відбувається зміщення акцентів з управління окремими ресурсами і, отже, центрами витрат компанії управління бізнес-процесами, що пов'язують діяльність взаємодіючих підрозділів компанії [2]. Такий процесний підхід до управління бізнесом дозволяє зосередитись на досягненні кінцевого результату процесу, підвищити рівень координації операцій, різко прискорити бізнес-процеси та покращити якість роботи [3].

Висновок. Отже, на сьогоднішній день існує чимало методів моделювання бізнес-процесів. Ці методи відносяться до різних типів моделювання та дозволяють зосередитись на різних аспектах. Вони містять як графічні, так і текстові інструменти, дозволяють візуалізувати основні складові процесу давати точні визначення параметрів і взаємозв'язків елементів.

Вітчизняна економіка спантеличена питаннями забезпечення високої ефективності діяльності підприємств харчової промисловості. Багато компаній досі використовують метод «проб та помилок» у розвитку власного бізнесу. Результат цих помилок відображається у випущеному продукті чи послугі. Для підтримки високого рівня конкурентоспроможності підприємствам харчової промисловості необхідно постійно проводити аналіз процесів для виявлення слабких місць та усунення їх негативних наслідків.

Список використаних джерел

1. Шалєва О. І., Шульга І. В. Вплив цифрових технологій на формування бізнес-процесів підприємств харчової промисловості. *Інфраструктура ринку*. 2020, Вип. 48. С. 289–295.
2. Чорна Н. П., Уніят Л. М. Теоретичні аспекти поняття бізнес-процесів, їх класифікації у діяльності підприємств. *Інноваційна економіка*. 2022. № 4. С. 46–54.
3. Тігарєва В. А., Станкевич І. В. Аналіз існуючих підходів та методів оцінювання бізнес-процесів підприємств та організацій. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2016. Вип. 3 (98). Част.1. С. 113–122.
4. Мірошник М., Сердюк М., Базарова Е. Бізнес-процеси маркетинг-орієнтованого управління підприємством харчової промисловості України. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2020. № 2. С. 60–67.

Пакуліна Алевтина

к.е.н., доцент

Літовка Кирило

здобувач бакалаврського рівня вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Харків, Україна

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Навчання персоналу – сфера управління персоналом, у якій вирішують завдання набуття первинних професійних навичок учнями, стажистами, набуття нових знань і навичок із застосування передових прийомів і методів роботи

досвідченими співробітниками, розвитку управлінських компетенцій керівників тощо. По суті, навчання і розвиток персоналу створює приріст професійно-кваліфікаційної складової людського капіталу, збільшуючи його вартість усередині організації та цінність на ринку праці.

Однак, підвищуючи вартість людського капіталу і віддачу від його функціонування, навчання і розвиток персоналу вимагають постійних витрат.

Оскільки витрати на навчання та розвиток персоналу становлять значну частку витрат сучасних підприємств, їх облік, аналіз, планування та оцінка ефективності є важливими завданнями управління персоналом.

Проблема аналізу цих витрат пов'язана з тим, що, з одного боку, навчання і розвиток персоналу є нагальною необхідністю для організацій, оскільки прямо впливають на їхню конкурентоспроможність, а з іншого – ці витрати доволі складно обліковувати, визначати ефект від навчання в грошовому еквіваленті ще складніше, і, крім того, віддачу від навчання нерідко можна отримати тільки у віддаленій перспективі.

Аналіз витрат на навчання включає вирішення таких завдань:

- калькуляція витрат на проведення навчальних заходів;
- виявлення додаткових витрат, пов'язаних із реалізацією;
- функцій навчання і розвитку системи управління персоналом;
- оцінка економічних результатів навчання і розвитку;
- оптимізація витрат на навчання і розвиток персоналу.

Напрямок та склад витрат, які пов'язані з навчанням персоналу наведено у таблиці 1.

Питанню про те, якими мають бути економічні показники навчання персоналу в успішній організації, не має однозначної відповіді. На думку фахівців-практиків, навчання в організації має бути стільки, скільки необхідно для підтримання якості персоналу на потрібному рівні та його розвитку. Успішність компанії сьогодні нерідко оцінюють не лише щодо її фінансового та майнового становища, а й з огляду на рівень підготовленості та потенціалу персоналу, тож показники навчання, вочевидь, напряду впливають на оцінку вартості компанії [1].

Економічна ефективність витрат на навчання і розвиток може бути оцінена, наприклад, через такі показники:

- співвідношення сумарних витрат на навчання персоналу і фінансових результатів організації;
- зростання продуктивності праці після навчання;
- зниження трудомісткості робіт;
- зниження витрат, пов'язаних із випуском неякісної продукції (послуг);
- зниження витрат на компенсацію шкоди здоров'ю працівників через зменшення кількості випадків травматизму та захворюваності на виробництві;
- зниження рівня виплат за невідпрацьований час тощо.

Узагальнена класифікація видів контролю витрат

Напрямок витрат	Склад витрат
Проведення (зовнішніх або внутрішніх) навчальних заходів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оплата послуг зовнішніх провайдерів; 2. Оплата праці викладачів з числа власних співробітників (керівників, наставників, фахівців); 3. Витрати, пов'язані з використанням технічних засобів навчання; 4. Витрати на виплату заробітної плати працівників, які направляються на навчання тощо
Додаткові витрати, пов'язані з реалізацією функцій навчання і розвитку системи управління персоналом	<ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення доплат працівникам за виконання функцій співробітників, зайнятих у навчальних заходах; 2. Оцінка зниження продуктивності праці, коли під час їхньої відсутності робота не виконувалася; 3. Витрати на утримання штату кадрової служби (менеджерів з навчання); 4. Вартісне вираження втрат від плинності кадрів, якщо навчений співробітник звільнився, не відпрацювавши обумовлений термін.
Витрати на роботу з кадровим резервом	<ol style="list-style-type: none"> 1. Витрати на формування кадрового резерву; 2. Витрати на залучення великої кількості потенційних кандидатів на заміщення керівних посад.

Оцінка цих показників може бути об'єктивною тільки за відсутності вираженого впливу інших чинників, наприклад зростання сезонного попиту на продукцію (послуги) компанії, запровадження нової продукції (послуг) тощо [2].

Висновок. Пряма віддача від витрат на навчання може бути виміряна тільки для програм, що мають безпосередній вплив на роботу співробітника. Однак навіть коли навчання має абсолютно конкретні цілі, наприклад, якщо для виконання роботи потрібно неухильно дотримуватися правил техніки безпеки, знати нові нормативні акти, застосовувати нові прийоми і методи вивчення задоволеності клієнтів компанії, будь-який метод оцінки віддачі буде давати викривлене уявлення про реальну ситуацію, оскільки в перелічених випадках жодних наслідків для фінансових результатів підприємства не настає.

Список використаних джерел

1. Управління персоналом: навч. посіб. / Т.І. Балановська, О.П. Гогоуля, Н.І. Драгнева, К.П. Драмарецька, А.В. Троян. 2-ге вид. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2018. 417 с.
2. Управління персоналом: підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямучич, О. В. Потьомкіна, О. В. Середа; за заг. ред. О. М. Шубалого. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

Пасенко Вікторія

к.е.н., доцент

Пересунько Софія

здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти
Черкаський державний технологічний університет
Черкаси, Україна

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

Зменшення податкового навантаження на суб'єктів малого підприємництва є одним з найважливіших факторів, що забезпечує їх стабільний і ефективний розвиток. Прогресування малого бізнесу сприяє сплаті податку, збільшення кількості робочих місць, стимулювання населення до розвитку бізнесу в Україні, розвитку галузей економіки тощо. У сьогоднішній час має місце питання про обрання підприємством системи оподаткування між спрощеною та загальною. Кожен суб'єкт господарювання має обрати систему оподаткування, відповідно до виду діяльності, кількості найнятих працівників, доходу та інших вимог. Саме тому розглянемо переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування та порівняємо її із загальною.

Дослідивши різні джерела інформації, проведемо аналіз двох систем оподаткування для загального розуміння їхніх відмінностей [1].

Таблиця 1

Порівняння спрощеної та загальної системи оподаткування

Критерії	Спрощена система оподаткування	Загальна система оподаткування
Оподаткування доходів та ставки податків	Єдиний податок (ставка залежить від обраної групи)	Фізособи: ПДФО (18%) і ВЗ (1,5%) ЄСВ (22%) Юрособи: податок на прибуток (18%)
Форма розрахунку	Фізособи: % від доходу (3 група) або фіксований щомісячний платіж (1-2 група) Юрособи: % від доходу (3 група) (% від оцінки землі – для с/г виробництв – 4 група)	Фізособи: % від чистого оподаткованого доходу (доходи-витрати) Юрособи: % від прибутку
Обмеження кількості найманих працівників	Фізособи: 1 гр. – 0 осіб; 2 гр. – до 10 осіб; відсутні обмеження у 3 гр. та у 4 гр. фермерським господарствам, заборонено використовувати найману працю Юрособи: обмеження відсутні (3-4 групи)	Відсутні обмеження
Обмеження граничного доходу	Фізособи: є у груп 1-3, немає у 4 групі Юрособи: є у 3 групі та немає у 4 групі	Відсутні обмеження

Продовження табл. 1

Критерії	Спрощена система оподаткування	Загальна система оподаткування
Обмеження виду діяльності	Юрособи: є заборонені види для 3 групи та частка 75% для 4 групи Фізособи: є заборонені види для 1-3 груп та для ФОП 4 групи тільки с/г виробництво у складі фермерського господарства	Фізособи: відсутні, окрім заборонених видів фізособам взагалі: фінансові послуги, організація телебачення і радіомовлення, операції з металобрухтом, загальна середньої та вища освіта, будівництво та експлуатація автодоріг Юрособи: відсутні обмеження, окрім заборонених.
Визначення доходів і витрат для оподаткування	Юрособи і фізособи: дохід визнається при надходженні коштів (виникненні доходу)	Фізособи: дохід визнається при надходженні, витрати – при витрачанні Юрособи: принцип нарахування
Сплата ЄСВ	Юрособи: - за найманих працівників Фізособи: сплачується, можна у мінімальному розмірі	Юрособи: - за найманих працівників Фізособи: сплачується 22% від чистого оподаткованого доходу
Реєстрація платником ПДВ	Юрособи і фізособи: можлива тільки для групи 3 (ставка ЄП 3%) та групи 4, 1-2 група – ні.	Юрособи і фізособи: загальні правила (обов'язкова реєстрація – якщо обсяг операцій сукупно більше 1 млн грн протягом 12 останніх календ. місяців)
Сплата земельного податку	Юрособи і фізособи: ні (пп. "4" п. 297.1 ПКУ),	Юрособи і фізособи: так
РРО, пРРО	Юрособи: у загальному порядку, якщо є розрахункові операції Фізособи: дозволено не використовувати на 1 групі ЄП	Юрособи і фізособи: у загальному порядку, якщо є розрахункові операції
Бартерні операції, вексельні розрахунки, взаємозаліки	Юрособи і фізособи: такі розрахунки заборонені для групи 1-3, але дозволені для групи 4	Юрособи і фізособи: дозволено
Заборона на торгівлю підакцизними товарами	Юрособи і фізособи: заборонено	Юрособи і фізособи: дозволено
Ведення бухгалтерського обліку	Юрособи: так Фізособи: ні (книга обліку доходів і витрат)	Юрособи: так Фізособи: ні (книга обліку доходів і витрат)

Тепер розглянемо переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування [3]. До переваг спрощеної системи оподаткування належать:

1. Фіксована ставка податку (1-2 й 4 групи), або сплачується невеликий % від доходу (3 група); та можливість самостійно обрати ставку.
2. Звільнення від земельного податку за землі, що використовуються у господарській діяльності (податок сплачують власники землі).
3. Можливість бути неплатником ПДВ.

4. Можливість не застосовувати РРО за певних умов.
5. Для сільськогосподарських товаровиробників – податок залежить лише від кількості землі (власної та орендованої) та її грошової оцінки й не залежить від доходу.
6. ФОП 1-2 груп можуть отримати відпустку на 1 міс. зі звільненням від сплати ЄП у цей місяць, також є можливість отримати лікарняний при хворобі більше 30 календарних днів.

Недоліками спрощеної системи оподаткування є:

1. Неможливість у проведенні бартерних операцій, вексельних розрахунків, взаємозаліку тощо.
2. Фізособи, які здають землю в оренду платнику ЄП, не мають пільги зі сплати земельного податку.
3. Сума податку не залежить від загального результату діяльності. Якщо витрати великі, то кращою може стати загальна система, де податок сплачується з прибутку.
4. Обмеження за обсягами доходу.
5. У 2 групі обмеження співпраці з контрагентами, а для 1 групи не можлива співпраця з суб'єктами господарської діяльності.

Висновок: аналізуючи вищенаведені дані, слід зауважити, що при прийнятті рішення щодо вибору системи оподаткування необхідно ретельно проаналізувати види діяльності, якими хоче займатися суб'єкт господарювання, необхідність бартерних операцій, вексельних розрахунків, взаємозаліків, потребу у найманій праці; розрахувати, якими орієнтовно будуть доходи та спрогнозувати податкове навантаження при різних системах оподаткування.

Список використаних джерел

1. Спрощена система оподаткування: переваги та недоліки. *Головбух*: веб-сайт. URL: https://buhplatforma.com.ua/article/7121-sproshchena-sistema-opodatkuвання#anc_2
2. Податковий кодекс України: Закон України від 18.03.2020р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
3. Системи оподаткування: переваги і недоліки. *Ibuhgalter.net*: веб-сайт. URL: <https://ibuhgalter.net/ru/articles/433>

Пастернак Ярослава

к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ

Переважає більшість фінансово-економічних відносин між суб'єктами господарювання так чи інакше відбувається в грошовій формі. Грошові кошти є важливим відокремленим об'єктом системи бухгалтерського обліку, вартісним

вимірником інших облікових об'єктів, і одночасно інструментом, що дає можливість об'єднати не лише різні верстви населення та підприємства, а також і галузі економіки, регіони та країни в єдиний економічний простір.

Підприємствам України законодавчо дозволено здійснювати розрахунки з юридичними та фізичними особами як у безготівковій формі, так і за готівку. Операції з готівкою є об'єктом підвищеної уваги як власників та керівництва підприємства, так і контролюючих органів, тому належна організація обліку готівкових коштів відіграє важливу роль у виробничо-господарській діяльності суб'єктів господарювання.

Згідно Положення Про ведення касових операцій у національній валюті в Україні готівка – це грошові знаки національної валюти України (банкноти і монети, у тому числі розмінні, обігові, пам'ятні банкноти та монети, які є платіжними засобами) [1].

Готівкові розрахунки – платежі готівкою суб'єктів господарювання і фізичних осіб за реалізовану продукцію (товари, виконані роботи, надані послуги), а також за операціями, які безпосередньо не пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) та іншого майна [1].

Слід зазначити, що готівковий обіг між юридичними особами незначний, адже основна частина розрахунків здійснюється безготівковим шляхом. Використання готівки на підприємствах в основному пов'язане зі здійсненням розрахунків за реалізовану продукцію, товари, роботи, послуги, а також за позареалізаційними операціями, зокрема:

- отримання готівкової виручки за реалізацію готової продукції, товарів, робіт, послуг;
- внесення підприємством грошових коштів, що надійшли в касу, на розрахунковий рахунок;
- отримання внесків до статутного капіталу;
- надходження поворотної та безповоротної фінансової допомоги від засновників;
- відшкодування завданих збитків;
- виплата заробітної плати та інших грошових доходів працівникам;
- видача підзвітних сум працівникам.

Наявність готівкових розрахунків у структурі платіжних інструментів пояснюється з одного боку психологічним аспектом (населення звикло розраховуватися готівкою), з іншого – привабливістю готівки, оскільки вона гарантовано приймається в місцях продажу товарів та послуг, є безпосереднім платіжним засобом та використовується в розрахунках у будь-яких умовах і не потребує улаштування відповідної інфраструктури [2, с. 367].

Готівкові розрахунки на сьогодні мають свої переваги, до яких з упевненістю можна віднести:

- універсальність готівки як засобу платежу;
- легкість використання;
- обов'язковість до приймання при здійсненні платежів на всій території держави в будь-який час;
- дотримання анонімності при здійсненні розрахунків тощо [3, с. 32].

Одночасно готівковий обіг спричиняє велику кількість порушень, які можна пов'язати із обслуговуванням тіньового капіталу, завищенням рівня витрат та зниженням рівня доходів суб'єктів господарювання, що впливає на визначення фінансового результату, і, як наслідок, зниження розміру податку на прибуток. З метою запобігання таких порушень розрахунки в готівковій формі можна проводити з урахуванням установлених обмежень. Зокрема: юридичні особи можуть проводити розрахунки готівкою між собою в сумі до 10000 грн.; із фізичними особами – до 50000 грн. Цей готівковий максимум застосовують протягом одного дня за одним або кількома платіжними документами [1].

Із цього загального правила маємо низку винятків, коли готівкою можна розраховуватися понад установлене обмеження:

- використання готівки, виданої на відрядження;
- виплати, пов'язані з оплатою праці;
- розрахунки суб'єктів господарювання з бюджетами та державними цільовими фондами;
- добровільні пожертвування та благодійна допомога;
- використання готівкових коштів зі спеціального фонду оперативно-розшукових (негласних слідчих) дій [1].

Встановлення граничної суми розрахунків готівкою сприяє: забезпеченню стабільних надходжень готівки до банківської системи й прискорення її обігу; звуженню сфери використання готівки та прискорення розвитку безготівкового сегменту [4, с. 236].

Висновок: організація готівкових розрахунків була і залишається важливою складовою загальної системи обліку сучасних підприємств. Готівкова форма розрахунків має свої специфічні особливості та позитивні сторони, пов'язані, зокрема, із легкістю використання готівки, забезпеченням повної гарантії платежів та їх високою швидкістю. Разом з тим, слід зважати на порушення, до яких може призвести надмірний готівковий обіг між суб'єктами господарювання. З метою зменшення готівкового обігу законодавчо встановлено граничні суми готівкових розрахунків, що є економічно обґрунтованим, оскільки сприяє не лише зниженню рівня «тіньової» економіки, а також має перспективи стимулювання економічного розвитку країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затверджене постановою Правління Національного банку України від 29.12.2017 р. № 148. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 22.03.2022).
2. Гайдаржийська О.М., Костюнік О.В., Вишневська В.С. Проблематика обліку, аналізу, аудиту та розвитку готівкових розрахунків в Україні. *Інфраструктура ринку*. Випуск 7. 2017. С. 366-369.
3. Бондаренко А.М. Організація та нормативно-правове забезпечення обліку готівкових коштів на сільськогосподарських підприємствах. *Молодий вчений*. № 3(18). 2015. С. 31-35.
4. Гайдаржийська О.М., Костюнік О.В., Вишневська В.С. Готівкові розрахунки підприємств в сучасних умовах господарювання. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 17. 2017. С. 234-237.

Байлова Олена

асистент

Дніпровський національний університет ім.О. Гончара

Дніпро, Україна

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ АНАЛІЗУ І КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Впровадження ефективної системи бюджетування є актуальною темою для українських підприємств як стратегічний напрям розвитку та аналізу і контролю в сучасних умовах господарювання. Даний бізнес-процес був реалізованим і автоматизованим на багатьох холдингах та великих підприємствах, та протягом тривалого часу успішно функціонує. Але існує багато підприємств, на яких навіть не замислюються про бюджетування як інструмент стратегічного розвитку підприємства.

Було проведено аналіз ринку інформаційних технологій та питання автоматизації бюджетування на підприємствах, а також досліджено, що таке «бюджетування», «управлінський облік» та «фінансовий аналіз». Існують певні труднощі, з якими стикаються при впровадженні системи бюджетування та її автоматизації. Опишемо варіанти рішення можливих проблем.

Бюджетування – стратегічний напрям розвитку підприємства, який підвищує значення аналізу та контролю; це виробничо-фінансове планування діяльності підприємства методом складання загального бюджету підприємства та бюджетів підрозділів з метою визначення їх фінансових результатів та витрат [1, с. 145]. Впровадження системи бюджетування на підприємстві сприяє підвищенню його керованості та вирішує такі завдання:

- збільшення фінансового результату;
- створення бази даних для прийняття управлінських рішень;
- підвищення ефективності інвестицій – має вплив на збільшення обсягів продажів, зниження собівартості продукції, послуг, зріст продуктивності праці;
- підвищує ефективність керування ресурсами підприємства [2, с. 28].

Тобто завдання, які виконує впроваджувана система бюджетування, сприяють виникненню додаткових механізмів підвищення прибутків і зростання обсягів продажів.

Виділяють декілька причин, чому більшість підприємств досі не впроваджують систему бюджетування:

1. Нерозуміння, що таке бюджетне планування і навіщо воно потрібне.
2. Незнання засобів автоматизації та за допомогою яких інформаційних систем можливо впровадити бюджетування на підприємстві.
3. Небажання витратити кошти та час на реалізацію і використання системи бюджетування.
4. Небажання впроваджувати бюджетування з боку співробітників та керівників структурних підрозділів, які будуть виконувати аналіз та контроль процесу планування бюджету та реалізації наданих завдань.

Перші дві причини свідчать про недостатню інформованість менеджменту та співробітників підприємства. Достатньо ознайомитися з відповідною літературою та джерелами в інтернеті стосовно питання бюджетування або поспілкуватися з ІТ-спеціалістами, які професійно займаються впровадженням бюджетування на підприємствах. Вони допоможуть автоматизувати бюджетування на підприємстві, побудувати або вдосконалити бізнес-процеси управління підприємством та ефективністю прийняття управлінських рішень. Також ІТ-спеціалісти можуть сприяти побудові на підприємстві найбільш ефективної структури управління та контролю [3, с. 118].

В третьому випадку можливо також за допомогою сторонніх професійних компаній, які займаються впровадженням системи бюджетування, або самостійно, за допомогою спеціалістів підприємства, дослідити вигоди, які отримає підприємство від бюджетування. Це допоможе в першу чергу керівництву підприємства переконатися у необхідності впровадження та автоматизації системи бюджетування.

Четверту причину можливо подолати рішенням менеджменту підприємства, яке буде доведено до відома та виконання всіх без винятку співробітників підприємства. Без цього не можливе впровадження бюджетування та більшості нових технологій на практиці. Протидія впровадженню бюджетування з боку співробітників пов'язана, по-перше, з тим, що з'являється додаткова робота та відповідальність за планування, яка покладається на працівників, відповідальних за виконання бюджетів та планових показників. По-друге, виконання навіть короткострокових планів є непрозорим при відсутності бюджетування. По-третє, не всі співробітники матеріально зацікавлені у підвищенні ефективності своєї роботи, структурного підрозділу і підприємства в цілому, деякі звикли працювати повільно, не роблячи спроб підвищити результативність своєї праці [4, с. 274].

Впровадження системи бюджетування як стратегічний напрям розвитку аналізу та контролю на підприємстві – це тривалий трудомісткий процес планування роботи підприємства, розробки механізмів прогнозування і засобів контролю та найважливіший інструмент реалізації стратегічного плану підприємства. В даному процесі приймають участь не тільки власники та топ-менеджери підприємства, які зацікавлені в покращенні фінансових результатів та ефективному функціонуванні підприємства в цілому, а і всі співробітники, які будуть приймати безпосередню участь у плануванні лімітів статей бюджетів структурних підрозділів підприємства або певних проектів.

Побудова бізнес-процесів стратегічного планування та виконання планів та бюджетних показників, всіх заходів для забезпечення підвищення ефективності роботи, є особливими для кожного підприємства. Але ж є і загальні рекомендації та інструменти, які дозволяють стандартизувати систему бюджетування та досягти найкращих результатів. Для автоматизації бізнес-процесів необхідно чітко знати специфіку роботи підприємства. Для цього треба залучати співробітників підприємства, які безпосередньо приймають участь в автоматизації бюджетних процесів на всіх етапах впровадження та

реалізації. Потім проводиться аналіз стратегічних та поточних бізнес-процесів та надаються відповідні рекомендації. При впровадженні системи бюджетування підприємство отримує нові схеми взаємодії між структурними підрозділами підприємства, чіткий розподіл права та обов'язків, а також отримує важливу аналітичну інформацію для успішної реалізації стратегічного плану підприємства.

Впровадження системи бюджетування було успішно реалізовано на багатьох українських підприємствах, що сприяло поліпшенню їхнього фінансового стану, а також скороченню часу на прийняття стратегічних управлінських рішень у галузі економіки та фінансів [5].

Список використаних джерел

1. Білик М. Д., Белялов Т. Є. Фінансове планування на підприємстві: навч. посіб. Київ : ПанТот, 2015. С. 143-236.
2. Ліхоносова Г. С., Нецвітаєва О. І. Механізми бюджетування діяльності підприємства : можливості управління фінансовою безпекою. Часопис економічних реформ. 2019. № 3. С. 24-30.
3. Паєнтко Т. В. Упровадження контролінгу в управлінні фінансами на макрорівні в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 6. С. 107–126.
4. Modern Ukrainian Financial Science: Theoretical Paradigm & Practical Concept of Public Finance. 2018, P. 254–320.
5. URL: <http://www.cfo.ua/> Фінансовий аналітик-сервіс. Обмін унікальними знаннями та побудова ефективних комунікацій.

Голубецький Павло

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Львівський національний університет ім. Івана Франка
Львів, Україна

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЩОДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ

Інноваційний розвиток є визначальним чинником підвищення ефективності функціонування підприємства, його пристосування до потреб ринкового середовища.

Сучасний період розвитку економіки характеризується розширенням діяльності підприємств, пов'язаної з інноваціями, що вимагає перегляду традиційних облікових об'єктів, методики їх дослідження та відображення у звітності.. Інноваційна політика є важливою частиною інвестиційної політики, сутність якої, на нашу думку, найбільш повно сформулював І. Бланк, визначаючи її як «...частину загальної стратегії розвитку активів підприємства, яка полягає у виборі та реалізації найбільш ефективних форм реальних і фінансових його інвестицій з метою забезпечення високих темпів його розвитку та розширення економічного потенціалу його розвитку» [1].

Інноваційна діяльність – це діяльність підприємства, спрямована на досягнення монопольного положення та отримання надприбутку шляхом створення та впровадження інновації за допомогою здійснення інноваційних процесів. Інноваційний процес – це сукупність певних послідовних змін стану наукової розробки від зародження ідеї до набуття нею форми готового продукту, що носить циклічний характер. Однак, кінцевим пунктом здійснення інноваційної діяльності може виступати не лише інновація, а й новий удосконалений продукт. Тому інноваційну діяльність слід розглядати як діяльність зі створення й впровадження не лише інновацій, а й вдосконалених продуктів.

У сфері перспективної інноваційної політики підприємства пріоритетним є запровадження механізму управління інноваційним розвитком, який включає в себе сукупність елементів зовнішнього і внутрішнього середовища, ефективної облікової системи й спрямований на розробку та прийняття стратегічних рішень. Питання розгляду інноваційних об'єктів та процесів в обліковій політиці підприємства є малодослідженим і вивченим.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» підприємство самостійно визначає облікову політику. При цьому під нею розуміється «сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності» [2]. Вважаємо, що таке визначення є досить вузьким і не відповідає всьому комплексу завдань, які повинна вирішувати облікова система, не тільки в частині фінансової звітності. Сучасний характер відносин підприємства і суспільства передбачає оприлюднення і іншої звітності, в якій задіяні облікові методики: екологічні звіти, звіти сталого розвитку, тощо.

На формування облікової політики на підприємстві впливає ряд факторів: форма власності (зобов'язання складати звітність та вести бухгалтерський облік до вимог міжнародних стандартів); вид діяльності (мають бути висвітлені тільки ті елементи облікової політики, які відповідають певному підприємству); організаційна структура управління (наявність консолідованої фінансової звітності); масштаби діяльності, наявність дочірніх підприємств та відособлених підрозділів; форми розрахунків з покупцями та постачальниками (впливають на величину прибутку); система оподаткування; автоматизована система (впливає на форму ведення обліку). Вказані чинники впливають і на зміст облікової політики щодо інновацій.

Зміст інноваційної природи облікової політики доцільно розглядати з двох позицій: по-перше, характер облікової політики підприємства як категорії бухгалтерського обліку формує потребу у цілеспрямованому оновленні внутрішніх положень обліку, оцінки, що застосовується бухгалтерією; по-друге, нові або суттєво поліпшені методи, використані у видах діяльності підприємства (застосування новітніх прийомів сучасного бухгалтерського обліку, перехід на МСФЗ, радикальна зміна облікової політики, бухгалтерський інжиніринг) можуть вважатися інноваційними процесами [3, с. 47].

Вибір підприємством того чи іншого варіанта облікової політики є визначальним у розрахунку фінансового результату діяльності.

Завданнями облікової політики підприємства стосовно інноваційної діяльності є такі: запровадження інноваційної моделі розвитку підприємства; облікове забезпечення реінжинірингу інноваційного процесу; раціоналізація документообороту та підходів до формування внутрішньої звітності; формування професійних суджень, щодо застосування інноваційних облікових методик, які мають найсуттєвіший вплив на суми, визнані у звітності

У якості загальної методології облікової політики вказаного напрямку необхідно передбачити встановлення критеріїв знецінення активів та отримання вигід; кількісних критеріїв суттєвості господарських операцій та подій, пов'язаних з інноваціями; оцінювання ризику; класифікація об'єктів обліку інновацій; розробка внутрішніх стандартів облікової практики інновацій.

Стосовно визначення методичних аспектів облікової політики інноваційної діяльності необхідно визначити вид інновацій:

1. Розробка новітньої технології, продукції, послуг
2. Організаційно-технічні рішення.

У межах першого напрямку в обліковій політиці щодо інноваційної діяльності повинні відображатись основні елементи обліку інноваційних витрат і порядок їх відображення. У рамках другого напрямку в обліковій політиці має бути закріплено бухгалтерський супровід процедур набуття авторських прав [4, с. 208].

При розробці облікової політики витрат інноваційної діяльності, результати якої передбачено капіталізувати, необхідно передбачити методику розмежування витрат на формування собівартості інноваційного продукту та додаткових витрат, які будуть виникати у результаті розповсюдження такої продукції.

Основними напрямками облікової політики в частині інноваційних витрат є теоретична частина (принципи організації обліку інноваційної діяльності), методична частина (методи розмежування основних і додаткових витрат, їх оцінки, списання; підходи до оцінки готового продукту інноваційної діяльності, методика амортизації та списання при введенні його в експлуатацію), організаційна (робочий план рахунків, розробка форм первинних документів, графік документообороту, форми звітності, відповідальні посадові особи).

Висновок. Підсумовуючи викладений матеріал, необхідно зазначити, що в сьогоднішніх умовах назріла нагальна потреба оновлення традиційних підходів до зведення мети облікової політики як набору процедур формування фінансової звітності. Облікова політика повинна включати облікові прийоми та методи відображення інформації щодо інших видів звітності, які підприємство виносить у публічний простір. Важливим елементом такої системи звітності є звіти, пов'язані з інноваційною діяльністю підприємства, наслідками впровадження інновацій на довколишнє середовище тощо.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Управление активами К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. 720 с.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
3. Пантелеєв В.П. Інноваційна природа облікової політики підприємства в умовах постіндустріальної економіки. *Облік і фінанси*. 2020. №2. С 39–49.
4. Смоквіна Г.А., Попович К.Ф. Організаційні аспекти щодо формування облікової політики інноваційних витрат на капітальні інвестиції. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2020. №9. С.205–211.

Кучерявий Артем

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
ДННУ «Академія фінансового управління»
Київ, Україна

РЕГУЛЮВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ВІРТУАЛЬНИМИ АКТИВАМИ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА

Європейським Парламентом нещодавно підписано угоду щодо створення нормативно-правової бази для криптоактивів під назвою «MiCA» (Markets in Crypto-Assets – ринки криптоактивів). Мета зазначеного документу полягає у забезпеченні захисту інвесторів і збереженні фінансової стабільності, залучаючи інновації та сприяючи привабливості сектору криптоактивів [1]. Згідно з цією угодою, постачальникам послуг криптоактивів (Crypto-Assets Service Providers, CASP) знадобиться дозвіл для роботи в ЄС, а національні органи державної влади повинні будуть видати дозвіл на провадження відповідної діяльності протягом трьох місяців.

Положення MiCA щодо криптовалют і віртуальних активів (далі – ВА) та операцій з ними відповідають глобальній тенденції запобігання незаконній діяльності, такій як відмивання доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансування тероризму та інших фінансових злочинів [6].

Світова практика демонструє різноманітність у підходах до оподаткування операцій з ВА і, відповідно, до їх відображення в бухгалтерському обліку. Деякі країни класифікують ВА як фінансові інвестиції, збільшення вартості яких обкладається податком на прибуток (корпоративним податком). Існують підходи, згідно яких ВА визнаються засобом платежу і відображаються у фінансовій звітності як грошові кошти (рахунки в банках).

Директива Ради (ЄС) 2011/16/EU «Про адміністративне співробітництво у сфері оподаткування» визначає правила обов'язкового автоматичного обміну інформацією у сфері оподаткування стосовно міжнародних угод і зобов'язує банки та інші фінансові установи передавати інформацію про клієнтів, що мають фінансові рахунки за межами їх країни, резидентами якої вони є. Положення зазначеної Директиви застосовуються наразі і до операцій з ВА [1].

Разом із тим відмітимо, що серед держав-членів ЄС наразі відсутній уніфікований підхід до регулювання ВА та операцій, пов'язаних із ними. Окремі країни (Мальта, Естонія) розробили нормативно-правові акти, якими

визначаються ліцензійні вимоги для суб'єктів, що здійснюють операції з криптовалютами, а також рекомендації щодо випуску їх первинних пропозицій (Initial Coin Offering, ICO) [2, 3]. Поширеною є також практика стримування торгівлі криптовалютою через накладання певних регуляторних обмежень (Німеччина, Франція). У Німеччині, наприклад, криптовалюти класифікуються як фінансові інструменти, і на них поширюються ті ж правила, що й на інші фінансові активи [3].

Сучасний міжнародний досвід показує, що ВА посідають центральне місце у схемах відмивання доходів, отриманих злочинним шляхом. Так, П'ята директива Європейського Союзу про боротьбу з відмиванням грошей (5AMLD) вимагає від провайдерів послуг обміну криптовалютами та провайдерів електронних гаманців дотримуватися тих же правил боротьби з відмиванням доходів, отриманих злочинним шляхом (AML – anti-money laundering) і фінансуванням тероризму (CTF – counter-terrorist financing), що і фінансові установи [4, 5]. Це означає, що транзакції з ВА повинні реєструватися, а інформація щодо них – повідомлятися відповідним контролюючим органам.

23 червня 2022 року лідери 27 країн-членів ЄС ухвалили рішення про надання Україні статусу кандидата на членство в Євросоюзі, тож національне законодавство України має бути гармонізоване із законодавством ЄС.

Закон України від 17.02.2022 № 2074-IX «Про віртуальні активи» (далі – Закон № 2074-IX) є першим комплексним нормативно-правовим актом, який регулює обіг ВА. В Законі наведено визначення ВА, встановлено вимоги до постачальників послуг, а також визначено заходи щодо протидії відмиванню доходів, одержаних злочинним шляхом, та фінансуванню тероризму на ринку ВА [7].

Визначення ВА або «криптоактивів» за МіСА є більш широким і включає будь-яке цифрове представлення вартості, яке не випускається або не гарантується центральним банком або державним органом. Українське законодавство визначає ВА як нематеріальні блага, що існують лише в електронній формі та використовуються як засіб обміну.

Що стосується вимог до постачальників послуг, то як в ЄС, так і в українському законодавстві встановлено конкретні вимоги до реєстрації та ліцензування надання послуг з ВА. Однак МіСА встановлює суворіші вимоги, включаючи вимоги до капіталу, вимоги до управління та обов'язкове розкриття інформації і підзвітність перед контролюючими органами. На противагу цьому, українське законодавство встановлює менш суворі вимоги і зосереджується переважно на процедурах, пов'язаних із фінансовим моніторингом [8].

Стосовно операцій з ВА МіСА встановлює вимоги до їх зберігання, торгівлі та випуску. Положення МіСА також містять правила для стейблкоїнів (так звані «токени з прив'язкою до активів» разом із «токенами електронних грошей») і встановлюють вимоги до звітності та оприлюднення офіційної інформації. Українське законодавство регулює передачу, купівлю та продаж ВА і встановлює вимогу щодо необхідності подання інформації про операції, які перевищують певний вартісний поріг, до Державної служби фінансового моніторингу України.

Підсумовуючи можна зазначити, що положення МіСА та Закону № 2074-IX мають певну схожість у підходах до регулювання операцій з ВА. Проте підхід, закладений у МіСА, спрямований на забезпечення правової визначеності для учасників ринку (постачальників послуг, пов'язаних з ВА), в той час як українське законодавство більше зосереджене на регулюванні механізму боротьби з відмиванням доходів, отриманих злочинним шляхом, та фінансуванням тероризму.

Список використаних джерел

1. Council Directive (EU) 2018/822 of 25 May 2018 amending Directive 2011/16/EU as regards mandatory automatic exchange of information in the field of taxation in relation to reportable cross-border arrangements. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L0822&rid=6> (дата звернення: 22.03.2023).
2. Siedentopf, D., & Hambach, D. (2021). Crypto regulation in Europe - overview and outlook. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 29(2), 275-292.
3. Adebayo, A. T., Salihu, I. A., & Shuaibu, A. I. (2021). Cryptocurrencies, blockchain and the challenges of regulating virtual assets. *Journal of Applied Accounting Research*, 22(3), 365-384.
4. Financial Action Task Force. (2023). The FATF Recommendations. URL: <https://www.fatf-gafi.org/content/dam/recommandations/FATF%20Recommendations%202012.pdf.coredownload.inline.pdf> (дата звернення: 22.03.2023).
5. European Commission. (2020). Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on Markets in Crypto-assets, and amending Directive (EU) 2019/1937. URL: https://ec.europa.eu/info/publications/markets-crypto-assets-mica-proposal-regulation_en (дата звернення: 22.03.2023).
6. Markets in crypto-assets (MiCA) (2022). OVERVIEW BRIEFING EU Legislation in Progress URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/739221/EPRS_BRI\(2022\)739221_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/739221/EPRS_BRI(2022)739221_EN.pdf) (дата звернення: 22.03.2023).
7. Про віртуальні активи: Закон України від 17.02.2022 № 2074-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20> (дата звернення: 22.03.2023).
8. Financial Action Task Force. (2019). Guidance for a Risk-Based Approach to Virtual Assets and Virtual Asset Service Providers. URL: <https://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/recommendations/RBA-VA-VASPs.pdf> (дата звернення: 22.03.2023).

Мінаєв Дмитро

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Львівський національний університет ім. Івана Франка
Львів, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ КАРТ В ОБЛІКУ АГРОДІЯЛЬНОСТІ

Діджиталізація земельних відносин призвела до розробки та імплементації загальнодержавних електронних геокадастрових карт. Проте, розвиток геоінформаційних технологій уможливив господарське використання агропідприємствами електронних кадастрових мап для цілей оптимізації агроменеджменту. Оскільки ефективне управління ґрунтується на обліковій

інформації, першочергово удосконалення потребує облік агродіяльності в умовах використання індивідуальних кадастрових карт.

Менеджменту кожного агропідприємства доцільно самостійно формувати індивідуальні проєкти електронних карт агродіяльності на основі інформаційної синхронізації з публічним геокадастром). Доступ до індивідуальних електронних мап агродіяльності доцільно надавати не усім стейкхолдерам. Оскільки інформація про агродіяльність може бути конфіденційною, електронні кадастрові карти можна надавати у використання особам тільки з доступом до комерційної таємниці кожного агропідприємства.

Окремі агропідприємства, їхні структурні підрозділи чи філії можуть обмінюватися кадастровою інформацією та створювати спільні електронні карти агродіяльності. При використанні інтегрованих електронних мап різні суб'єкти господарювання здатні оптимізувати агродіяльність, що веде до мінімізації витрат. За таких умов зменшуються перш за все витрати на обробіток землі та експлуатацію автотранспорту та спецтехніки. Різні відокремленні господарські структури можуть оптимізувати спільні виробничі ресурси. Наприклад, не доцільно переміщувати агротехніку на значні територіальні відстані, коли в інших структурних підрозділах чи філіях у володінні наявні основні засоби, розташовані значно ближче до місць виконання виробничих завдань. Або земельні угіддя різних структурних господарських інституцій розташовані поруч, що дає змогу спільно здійснювати агророботи основними засобами однієї зі сторін. В подальшому на основі внутрішніх взаєморозрахунків усі сторони спільної агродіяльності можуть мінімізувати загальні операційні витрати.

Завдяки електронним кадастровим картам значно спрощується проведення інвентаризації земельних ділянок на перманентній основі. В інвентаризації земельних угідь зацікавлені не тільки агропідприємства, але й місцеве самоврядування, державні інституції. Перед початком проведення земельної інвентаризації важливим є попереднє внесення даних про межі земельних ділянок у систему публічного кадастру. Інформаційну ідентифікація земельних об'єктів в Державній геокадастровій мапі здійснюють спеціалізовані акредитовані компанії, які проводять топографічні роботи з визначенням просторово-територіальних координат ділянок за допомогою системи глобального позиціонування. Іншими словами, зовнішній периметр земельних ділянок отримує прив'язку до GPS координат.

Аналітичний облік у розрізі прав розпорядження землею можна вести за субрахунками до основних рахунків бухгалтерського обліку або відповідними субконто, що особливо актуально в умовах автоматизованої обробки облікової інформації. Кожній відокремленій просторово-територіальній ділянці доцільно присвоювати окремий аналітичний рахунок або субконто. Субконто також ідентифікує земельну ділянку та усі господарські операції, пов'язані з нею в бухгалтерському обліку. Тому, відповідні субконто доцільно застосовувати до усіх рахунків обліку, пов'язаних з агродіяльністю на певній просторово-територіальній ділянці.

З метою організації більш повного обліку і контролю за агродіяльністю кожен відокремлений просторово-територіальний ділянку доцільно визнавати в обліку центром відповідальності та центром витрат. Іншими словами, облік витрат агродіяльності доцільно здійснювати за окремими земельними угіддями. Для цього важливо чітко визначати усі витрати, які пов'язані з обробітком землі та вирощуванням агропродукції на кожній ділянці землі. Облік агродіяльності з ідентифікацією кадастрового номеру (індивідуального ідентифікаційного номеру), аналітичного рахунку, матеріально-відповідальної особи сприяє позиціонуванню окремих угідь як центрів відповідальності та центрів обліку. При здійсненні господарської операції, потрібно чітко асоціювати її з виокремленими аналітичними субконто.

Для забезпечення надійності обліку необхідним є встановлення відповідальності за збереження та використання земельних ресурсів, що передбачає внесення в індивідуальні кадастрові карти даних про матеріально-відповідальних осіб. За кожною окремою просторово-територіальною ділянкою землі необхідно закріпити відповідального працівника агропідприємства. Регламентована прив'язка до матеріально-відповідальних працівників в обліку агродіяльності сприяє потенційному виявленню працівників, що призвели до випадкових помилок чи порушень у господарській діяльності підприємства.

Але, навіть в умовах обліку вирощування та збору урожаю за окремими центрами відповідальності і центрами витрат, перевезення агропродукції до місць зберігання чи переробки здійснюється спільним транспортом. Як наслідок, ускладненим є розподіл транспортно-заготівельних витрат для визначення остаточної повної собівартості агропродукції. Для достовірного обліку логістичних процесів в умовах імплементації електронних кадастрових мап у діяльність агропідприємств необхідним є використання автоматизованих систем глобального позиціонування та аеровізуального моніторингу дронами, що є предметом наступних наукових пошуків.

Висновок. Використання електронних кадастрових мап в обліку формує унікальну базу різносторонніх та деталізованих даних на мікро-рівні, необхідних для оптимізації агроменеджменту. Використання систем супутникового позиціонування та аеровізуального моніторингу в обліку агродіяльності потребує уникнення значних методичних та організаційних обмежень, що є предметом наступних науково-практичних пошуків.

Потьомкіна Антоніна
 провідний бухгалтер
 ТОВ «Власта КП»
 Одеса, Україна

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах реформування економіки України формування фундаментальних засад розвитку підприємств є важливим завданням. У цьому аспекті виникає необхідність використання інструментарію, який органічно поєднує математичні методи для вирішення економічних проблем з метою отримання кількісних оцінок і моделей у процесі прийняття управлінських рішень.

Проведені нами дослідження показують, що при моделюванні необхідно використовувати такий результативний показник, як фінансовий результат. Цей показник узагальнює всі процеси діяльності промислових підприємств. До переліку факторів, які впливають на його було обрано такі показники:

- 1) x_1 – матеріальні витрати;
- 2) x_2 – тривалість одного обороту кредиторської заборгованості;
- 3) x_3 – продуктивність праці одного виробничого робітника.

Якщо підприємство функціонує у промисловості, доцільно включити у модель матеріали та продуктивність праці виробничого робітника, оскільки на їх основі відбувається майже весь процес.

У наш час відносно даних бухгалтерії велику питому вагу займає кредиторська заборгованість. Таких підприємств дуже багато. У роботі були використані дані фінансової звітності одного з них у відповідності з оборотно-сальдовою відомістю по рахунку 201, а також відомості зі штатного розкладу.

Таблиця 1

Вихідна інформація для побудови регресійної моделі впливу факторів на зміну

№ з/п	Показники	Роки	
		2021	2022
01	02	03	04
1	Фінансовий результат	-144,7	-1342,3
2	Матеріальні витрати	0,5485	0,527
3	Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості	5,647	8,859
4	Продуктивність праці одного виробничого робітника	2406,87	4086,5

Джерело: Розраховано автором

Із таблиці 1 можна побачити на скільки змінилось значення фінансового результату у разі збільшення витрат.

Кореляційно-регресійний аналіз було здійснено за допомогою табличного процесора Excel. Більш детально, у розрізі кварталів, інформація надана у таблиці 2.

Рівняння регресії приймає такий вигляд, який наведено на формулі 1:

$$y = 3,98 - 5,49X_1 - 6,1X_2 + 0,055X_3 \quad (1)$$

Тобто при зменшенні матеріальних витрат на 5,49 тис. грн. фінансовий результат буде збільшено на цю суму, при зменшенні тривалості одного обороту на 6,1 тис. грн. теж буде збільшено фінансовий результат. Також при збільшенні продуктивності праці одного виробничого робітника фінансовий результат збільшиться у позитивний бік, що допоможе покрити витрати підприємства [1].

Таблиця 2

**Вихідна інформація щодо кореляційно-регресійного аналізу
(за кварталними даними)**

№	Y	x ₁	x ₂	X ₃
01	02	03	04	05
1	-124	0,5687	136,573	746,37
2	10,3	0,4575	39,574	797,23
3	-45,5	0,4123	21,768	1254,1
4	-144,7	0,5485	5,6467	2406,87
5	-126,9	0,6007	140,389	856,93
6	50,7	0,5828	44,309	836,533
7	-43,3	0,443	26,817	1382,1
8	-1342,3	0,527	8,859	4086,5

Джерело: Розраховано автором

У таблиці 3 наведено регресійну статистику, яку було отримано в ході розрахунку в Excel. Коефіцієнт кореляції $R = 0,956$ показує, що в рівнянні дуже тісний кореляційний зв'язок, який характеризує залежність результативного показника від факторів, які увійшли в модель. Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,914$, показує частку варіації результативного показника y , яка пояснюється зміною факторів x_1, x_2, x_3 [1]. Тобто R^2 показує, що 91,4% варіації рівня фінансового результату пояснюється змінами використаних факторів [2]. У таблиці 3 наведено результати щодо формування регресійної моделі залежності фінансового результату від відповідних чинників.

Таблиця 3

Регресійна статистика

№ з/п	Показник	Значення
01	02	03
1	Множинний R	0,956
2	R-квадрат	0,914
3	Нормований R-квадрат	0,851
4	Стандартна помилка	0,72
5	Спостереження	8

Джерело: Розраховано автором

Таким чином, найбільш значимий вклад на зміну фінансового результату діяльності протягом досліджуваного періоду здійснили матеріальні витрати та кредиторська заборгованість.

Позитивний фінансовий результат, який прагне отримати кожне промислове підприємство, певною мірою залежить від внутрішнього контролю. Для його ефективної діяльності необхідно постійно контролювати такі аспекти:

- 1) чи існує взагалі внутрішній контроль на підприємстві [3];
- 2) наскільки ефективно функціонує служба внутрішнього контролю;
- 3) кваліфікація та компетентність робітників, які відносяться до служби внутрішнього контролю;
- 4) вірність прийняття управлінських рішень відносно знайдених помилок службою контролю та багато іншого [4].

Висновок. Кожна здійснена господарська операція має безпосередній вплив на кінцевий результат діяльності підприємства. Саме тому внутрішній контроль фінансових результатів повинен охоплювати моніторинг всієї діяльності підприємства. Для ефективного контролю фінансових результатів недостатньо лише прослідкувати за правильністю обчислення прибутку або збитку, який отримало підприємство та проаналізувати причини його зміни, а дуже важливим є контроль протягом всіх циклів діяльності.

Список використаних джерел

1. Гострик О. М., Соловійов В.М. Моделювання фінансової безпеки банківської системи. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції аспірантів, молодих учених та науковців «Проблеми та перспективи розвитку економіки освіти регіону»: тези доповідей. Кременчук: ПП Щербатих, 2015. С. 39–40. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2880>. Назва з екрану.
2. Туз О.К., Бурковська А.В. Організація системи внутрішнього контролю фінансових результатів діяльності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 8. 2022. С. 640–648.
3. Потьомкін Л.М. Розвиток і удосконалення механізмів підвищення фінансово-економічного рівня та конкурентоспроможності переробних підприємств Збірник матеріалів XXXV International Scientific and Practical Conference «Science, development and the latest development trends», 06-09 September 2022, Paris, France p.98-108 https://isg-konf.com/science-development-and-the-latest-development-trends/?utm_source=eSputnik-promo&utm_medium=email&utm_campaign=NEW-EN+UKR-Sbornik_materialov_konferencii_dostupen&utm_content=1558861933
4. Потьомкін Л.М. Удосконалення механізмів по підвищенню фінансово-економічного рівня і мотивації персоналу переробних підприємств. Збірник матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конф. “Current trends in the development of modern scientific thought” 27–30 верес. 2022 р., Хайфа, Ізраїль. P.117–126. <https://isg-konf.com/current-trends-in-the-development-of-modern-scientific-thought/>

Ревега Олег
здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Західноукраїнський національний університет
Тернопіль, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ ЗАБОРГОВАНOSTI В УМОВАХ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШОВИХ ТРАНСАКЦІЙ

Діджиталізація соціально-економічних процесів та імплементація сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в валютно-банківську сферу стали причиною еволюції методики електронних розрахунків з контрагентами. Активізація розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, таких як: блокчейн, криптоактиви, Інтернет-чати, смарт-контракти, призвела до можливості інформаційної інтеграції усіх контрагентів, зацікавлених у бізнес співпраці, у єдину систему електронних трансакцій [1]. Новітнім етапом розвитку систем електронних трансакцій є інформаційна інтеграція контрагентів у єдине інформаційне середовище ділових взаємовідносин на принципах технології блокчейн.

Основою такого інформаційного середовища ділової взаємодії доцільно визнати систему електронних договорів, обговорення та оформлення яких доцільно дистанційно проводити через мережу Інтернет. Встановлення договірних взаємовідносин в електронній формі створює інформаційне підґрунтя для діджиталізації обліку розрахунку з контрагентами [2].

Відомості зі систем електронних договорів та електронних трансакцій акумулюються в базі постійних та змінних даних, організованої з використанням технології блокчейн. В подальшому єдину розподілену базу даних доцільно використовувати для автоматизованого обліку: виникнення та погашення дебіторської і кредиторської заборгованості; електронних розрахунків за заборгованістю; формування та використання резерву сумнівних боргів.

На основі облікової інформації від контрагентів та власних підрозділів підприємства рекомендовано за розробленим алгоритмом здійснювати внутрішній та зовнішній (аудиторський) контроль платіжної дисципліни, своєчасності та повноти погашення заборгованості, ділової активності та, в кінцевому випадку, визначати і рейтингувати бізнес-імідж контрагента. Рейтинг ділової надійності контрагента доцільно зазначати у інформаційній системі електронних трансакцій при пошуку бізнес партнерів для співпраці, що сприятиме попередженню та уникненню недобросовісного виконання або невиконання зобов'язань перед підприємством.

Фінальною перспективою інформаційної синхронізації усіх контрагентів з єдиною системою електронних трансакцій доцільно визнати можливість автоматичного взаємозаліку заборгованості [3]. За розробленим алгоритмом на принципах технології блокчейн доцільно здійснювати облік і контроль почергово списання дебіторської і кредиторської заборгованості контрагентів

до стану мінімізації їхнього загального рівня в економіці. Обов'язковою умовою взаємозаліку заборгованості є підписання контрагентами смарт-контрактів, в яких визначають параметри автоматичного пошуку і списання заборгованості.

Автоматичний взаємний залік дебіторської і кредиторської заборгованості сприяє формуванню унікального бізнес середовища, у якому мінімізована або відсутня заборгованість. Оптимізація загального рівня заборгованості є фундаментальною основою еволюції суспільства й глобальної економіки, у яких усі соціально-економічні процеси будуть максимально адаптовані до потреб людства, що є предметом майбутніх наукових досліджень та розробок.

Висновок. Фундаментальною основою системи електронних трансакцій є електронні договори, які формують базу даних для діджиталізації обліково-контрольних процесів. Запропоновано перелік постійних та змінних облікових даних, наданих системою електронних платежів та підрозділами підприємства для діджиталізації обліку виникнення, погашення дебіторської і кредиторської заборгованості. Використання системи рейтингування контрагентів за критерієм надійності сприяє автоматизації обліку формування та використання резерву сумнівних боргів. В таких умовах можливим є взаємний залік дебіторської та кредиторської заборгованості між усіма контрагентами на основі облікової інформації за попередньо оформленими смарт-контрактами. Взаємне погашення заборгованості в системі електронних трансакцій сприяє мінімізації загального рівня заборгованості в економічних системах об'єднання підприємств, міста, регіону тощо.

Автоматичний взаємозалік заборгованості забезпечує формування феномену безборгової (мінімально боргової) діяльності підприємств, що є важливим елементом становлення постіндустріальної економіки й суспільства оптимізації, у яких усі соціально-економічні процеси адаптовані до потреб людей, що є предметом наступних наукових досліджень.

Список використаних джерел

1. Muravskiy, Volodymyr. Accounting and Cybersecurity: Monograph. Scientific Editor – Z.-M. Zadorozhnyi. Kindle Publishing, KDP, Seattle. USA. 2021. 200 p.
2. Wiraguna Sidi, Santiago Faisal. The Implementation of Electronic Contract on Business to Business (B2B) Electronic Transaction. *Interdisciplinary Social Studies*. 2022. 2. 10.55324/iss.v2i1.304.
3. Pochynok N., Muravskiy V., Farion V. Implementation of electronic communications in accounting of public procurement. *Technology audit and production reserves*. 2021. 4. pp. 6–10. 10.15587/2706-5448.2021.238858.

ТЕХНОЛОГІЧНІ, ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Захарова Оксана

д.е.н., професор

Козирєв Дмитро

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

ІНФРАСТРУКТУРНІ ПОСЛУГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОБУДОВИ РОЗУМНОГО МІСТА

У повоєнний період вся територія України буде потребувати залучення цілого комплексу інноваційних технологій, матеріалів, підходів та управлінських рішень, які дозволять відновити всі зруйновані агресором об'єкти та модернізувати все, що вдалося зберегти задля комфортного та безпечного життя людини. Лише за таких умов мільйони українських біженців і внутрішніх переселенців будуть мати можливості та бажання повернутися до рідних міст. Реалізувати такий план досить складно з матеріального, фінансового, людського, інноваційного та техніко-технологічного аспектів і це до того ж буде потребувати тривалого періоду часу. Оптимізувати процедури відновлення міської інфраструктури можливо на засадах концепції розумного міста, тобто побудови життєвого простору людини на основі комплексного використання провідних знань, інформаційно-комунікаційних технологій, інформаційних технологій та різного роду інновацій, що дозволить підняти на новий рівень якість життя населення та раціоналізувати управлінській вплив міської влади на функціонування всіх інфраструктурних підрозділів міста. При цьому ця концепція може бути успішно використаною як для повністю зруйнованих міст (у цьому випадку здійснюється проектування та будівництво нової міської інфраструктури та житлових комплексів із чіткою орієнтацією на використання наявних у світі провідних технологій та інновацій), так і для міст, які частково постраждали від війни (у цьому випадку новітні технології будуть адаптованими до наявних умов і вбудовуватися у вже створену в місті інфраструктуру).

Відновлення українських міст за концепцією розумного міста також ґрунтується на використанні сучасних технологій з метою втілення у життя цілей сталого розвитку та реалізації сучасних інноваційних рішень для швидкого й раціонального вирішення актуальних проблем міських спільнот. Втіленню в життя концепції буде сприяти розвиток у місті інфраструктурних послуг [1-2], тобто виконання ІТ-фахівцями різного роду хмарних обчислень, користування інструментами обробки та надійного зберігання big data, ефективного управління знаннями тощо. При цьому інфраструктурні послуги охоплюють послуги супроводу та керування додатками та мережами, зв'язку, у

тому числі мобільного, контенту та медіа, безпеки даних, оновлення технічного обслуговування, моніторингу тощо. Отже, фахівці за допомогою інфраструктурних послуг створюють умови для безперебійної роботи суб'єктів господарювання та органів влади, суттєвого підвищення ефективності їх діяльності та досягнення на рівні міста цілей цифрової трансформації.

З метою створення сприятливих умов для гармонійного розвитку всіх сфер діяльності міста та більш ефективного впровадження концепції розумного міста важливо орієнтуватися на такі складові:

- поліпшення технологічної інфраструктури через вдосконалення процедур вибору та впровадження новітніх зразків устаткування;

- забезпечення легкого доступу до інфраструктурних послуг для всіх зацікавлених сторін;

- забезпечення постійного контролю та діагностики якості інфраструктурних послуг, що надаються в місті;

- поліпшення процесу керування інфраструктурними послугами на основі впровадження новітніх систем оцінювання та моніторингу;

- реалізація систем автоматизації з метою отримання стабільних тенденцій покращення якості інфраструктурних послуг;

- створення та просування програм та проєктів, спрямованих на покращення якості інфраструктурних послуг;

- створення системи підтримки та довідкової інформації для активних користувачів інфраструктурних послуг в місті;

- забезпечення доступу до професійної допомоги та навчання з надання якісних інфраструктурних послуг;

- проведення періодичних аудитів та ревізій якості інфраструктурних послуг, що надаються фахівцями в місті;

- стимулювання та розвиток програм покращення якості та охоплення більшого сегменту ринку міста інфраструктурними послугами.

Висновок. Кожна з перелічених складових активізує цифрову трансформацію, а отже створює умови для більш успішної реалізації концепції розумного міста. В загальному розумінні цифрова трансформація представляє собою процес, який міститься у використанні цифрових технологій для досягнення тенденцій кардинального підвищення продуктивності функціонування суб'єктів господарювання та органів управління міста. Це докорінні зміни суспільного погляду на інструменти вирішення нагальних проблем, розуміння того, що немає нічого такого, що не можна не розв'язати за допомогою новітніх технологій. Необхідно лише постійно ставити нові завдання та кидати виклик існуючому стану справ, експериментувати. Цифрова трансформація включає безліч різних аспектів діяльності, процесів, компетенцій і моделей організації діяльності. Безперервний процес адаптації міста до швидко змінних умов дозволить наблизити інтеграцію цифрових рішень у всі аспекти функціонування міста і тим самим максимально покращити рівень і якість життя пересічного містянина.

Список використаних джерел

1. Build an ever-ready infrastructure. URL: <https://www.accenture.com/us-en/cloud/services/infrastructure-index>.
2. 8 Examples of IT Infrastructure Services. URL: <https://pegasustechnologies.com/8-examples-of-it-infrastructure-services/>.

Каліна Ірина
д.е.н., професор
Міжрегіональна Академія управління персоналом
Київ, Україна

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день суспільство використовує Інтернет вдвічі більше, ніж десять років тому. На основі цього змінилися: спосіб для здійснення покупок, розрахунку, розповсюдження інформації, рекламування, навчання та праця. Це означає, що традиційний офлайн-маркетинг уже не такий ефективний, як раніше.

Маркетинг завжди полягав у встановленні контакту з цільовою аудиторією в потрібному місці та в потрібний час. Сьогодні це означає, що треба зустрічатися зі своїми клієнтами там, де вони проводять час, а саме в Інтернеті.

Цифровий маркетинг націлений на певний сегмент клієнтської бази та є інтерактивним. Цифровий маркетинг знаходиться на піку розвитку і включає рекламу в результатах пошуку, рекламу електронною поштою – все, що включає маркетинг із відгуками клієнтів або двосторонню взаємодію між компанією та клієнтом. Цифровий маркетинг – це загальний термін для всіх маркетингових заходів, які здійснюються в Інтернеті. Компанії використовують цифрові канали, як пошук Google, соціальні мережі, електронну пошту та власні веб-сайти, щоб зв'язуватися зі своїми клієнтами. Інтернет-маркетинг відрізняється від цифрового маркетингу. Інтернет-маркетинг - це реклама, яка здійснюється виключно в Інтернеті, тоді як цифровий маркетинг може здійснюватися через мобільні пристрої, на платформах в метро, у відеоіграх або через додаток для смартфона. На мові цифрового маркетингу рекламодавців зазвичай називають джерелами, тоді як учасників цільової реклами зазвичай називають приймачами. Джерела часто націлені на дуже конкретні, чітко визначені приймачі (в США є програма Restaurant Finder, яка надає всю інформацію про ресторани) [1, с. 76].

Цифровий маркетинг охоплює широкий спектр тактик і матеріалів – від веб-сайту до матеріалів для брендингу в Інтернеті, цифрової реклами, маркетингу електронною поштою, онлайн-брошур тощо. Практики маркетингологи добре розуміють, які матеріали чи тактики найкраще підходять для кожної цілі.

Найбільш поширені матеріали це інформація на сайтах, публікації в блозі, електронні книги та технічні документи, інфографіка, інтерактивні інструменти соціальні мережі (Facebook, Instagram, Tik-Tok, тощо), онлайн-висвітлення (піар, соціальні мережі), брендингові матеріали (логотипи, шрифти, рг-статті тощо).

Тактики у цифровому маркетингу: пошукова оптимізація (SEO), контент-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, плата за клік (PPC), партнерський маркетинг, автоматизація маркетингу, маркетинг електронною поштою, онлайн PR. Метою оптимізації веб-сайту є збільшення вашого безкоштовного трафіку на веб-сайт за рахунок вищого рейтингу в результатах пошукової системи. Метою створення та розповсюдження контент-матеріалів є збільшення трафіку, впізнаваності бренду, генерації потенційних клієнтів та кількості клієнтів. Завдяки маркетингу у соціальних мережах відбувається просування бренду і контенту в соціальних мереж, щоб збільшити трафік, поінформованість про бренд і залучити потенційних клієнтів для компанії. Плата за клік відноситься до методу виставлення рахунків за платну онлайн-рекламу, при якому сплачується сума за кожен клік на оголошення. Одним із найвідоміших постачальників PPC-реклами є Google AdWords [2, с. 320]. Партнерський маркетинг – це плата за рекламу на основі ефективності, коли ви отримуєте комісію за рекламу чужих продуктів чи послуг на веб-сайті. Автоматизація маркетингу – це термін для програмного забезпечення, яке використовується для автоматизації маркетингових кампаній. Багато відділів маркетингу мають повторювані завдання, які вони можуть автоматизувати, наприклад, електронні листи, публікації в соціальних мережах та інші дії, які виконуються на веб-сайтах. Маркетинг електронною поштою компанії використовують як спосіб зв'язку зі своєю цільовою аудиторією. Email маркетинг стає поширеним для реклами знижок та подій, а також для спрямування людей на веб-сайт компанії. Інтернет PR – це діяльність, яка має на меті просування або ініціювання звітів про власну компанію в цифрових медіа, блогах та інших веб-сайтах, що базуються на контенті. Це схоже на традиційний PR, але в Інтернеті.

Цифровий маркетинг дає змогу маркетологам бачити точні результати кампаній у режимі реального часу, що неможливо у більшості офлайн-маркетингових заходів. Наприклад, за оголошенням в газеті важко підрахувати, скільки людей перейшли на сторінку чи хоч помітили рекламу. У цифровому маркетингу, також, можна отримати рентабельність інвестицій майже завжди та виміряти аспект вашої маркетингової діяльності. Завдяки цифровому маркетингу можна в режимі реального часу побачити точну кількість людей, які переглянули домашню сторінку веб-сайту. Також можна побачити, скільки сторінок було відвідано, який пристрій було використано, щоб дізнатися більше даних цифрової аналітики. Ці дані допоможуть визначити, на яких маркетингових каналах потрібно зосередитися на основі кількості людей, які спрямовуються через ці канали на веб-сайт. Наприклад, якщо лише 10% трафіку надходить із звичайних результатів пошуку, то, швидше за все, доведеться витратити більше часу на SEO, щоб збільшити цей відсоток [3, с. 7].

У офлайн-маркетингу дуже важко визначити, як люди взаємодіяли з брендом, перш ніж зв'язатися з продавцем або купити щось. За допомогою цифрового маркетингу можна визначити тенденції та моделі поведінки цільових клієнтів до того, як вони досягнуть останнього етапу покупки. Ефективна стратегія цифрового маркетингу в поєднанні з правильними інструментами та технологіями дає змогу зв'язати всі ваші продажі з бізнесом за допомогою першої цифрової точки дотику клієнта. Це називається «атрибуцією». Це може допомогти визначити тенденції того, як клієнти шукають продукт і купують його, а також допоможе приймати більш обґрунтовані рішення щодо того, на яких частинах маркетингової стратегії зосередитися, а які частини циклу продажів потребують покращення.

Тип контенту, який потрібно створювати, залежить від потреб цільової аудиторії на різних етапах шляху покупця. Перше, що слід зробити, це створити портрети покупців. Таким чином, визначити цілі та завдання цільової групи стосовно компанії. По суті, онлайн-контент має бути спрямований на те, щоб допомогти потенційним клієнтам досягти своїх цілей і подолати їхні проблеми.

З цифровим маркетингом можна відчути, що успіх приходить набагато швидше, ніж з офлайн-маркетингом. Це тому, що легше виміряти рентабельність інвестицій. Однак реальний успіх зрештою залежить від обраного критерію та ефективності вашої стратегії цифрового маркетингу. Варто приділити достатньо часу, щоб створити широкі портрети покупців і визначити потреби цільової аудиторії. Потім треба зосередитися на створенні якісного онлайн-контенту, який буде привабливим для цільової аудиторії та ввести її у конверсію. Тоді, ймовірно, з'являться хороші результати протягом перших шести місяців. Коли платна реклама є частиною цифрової стратегії, результати відобразатимуться ще швидше. Ще одним важливим компонентом цифрового маркетингу є маркетинг через мобільні пристрої. Сьогодні 60% цифрових медіа споживається на мобільних пристроях. Решта 40% припадає на настільні пристрої. Ось чому так важливо оптимізувати цифрову рекламу, веб-сайти, зображення та інші цифрові матеріали для мобільних пристроїв.

Цифровий маркетинг дозволяє спілкуватися зі своїми клієнтами в режимі реального часу. Це чудово, коли цільова аудиторія бачить останню публікацію компанії, але ще краще, коли вона коментує її або ділиться нею. Це означає більше галасу навколо продукту чи послуги, а також підвищену видимість кожного разу, коли хтось приєднується. А також він дає змогу клієнтам вжити заходів одразу після перегляду оголошення чи вмісту. У традиційних рекламних оголошеннях найшвидший результат, на який можна сподіватися, - це телефонний дзвінок після того, як хтось перегляне вашу рекламу. За допомогою цифрового маркетингу вони можуть натиснути посилання або зберегти допис у блозі й одразу рухатися за воронкою продажів. Вони можуть зробити покупку не відразу, але вони залишаться на зв'язку, і дадуть можливість взаємодіяти з ними далі. Цифровий маркетинг повинен бути одним із основних напрямків загальної маркетингової стратегії майже будь-якого бізнесу. Ніколи раніше не було способу підтримувати такий послідовний контакт зі своїми клієнтами, і ніщо інше не пропонує рівень персоналізації,

який можуть забезпечити цифрові дані. Чим більше ви використовуєте можливості цифрового маркетингу, тим більше ви зможете реалізувати потенціал зростання компанії.

Список використаних джерел

1. Каліна, І.І., Мазур Ю.В. (2022). Організаційно-економічний механізм реалізації засад маркетингу на підприємстві в адаптаційний період. *Економічний простір*, (182), 73-78. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/182-10>
2. Каліна І.І. Сучасна парадигма інформаційного забезпечення маркетингу інновацій. *Вчені записки університету КРОК. Серія: Економіка*, 2013, 316-323
3. Kalina I., Khurdei, V., Shevchuk, V., Vlasiuk, T., & Leonidov, I. Introduction of a Corporate Security Risk Management System: The Experience of Poland. *Introduction of a Corporate Security Risk Management System: The Experience of Poland. JRFM*, 15(8), 2022, pp. 1-27. <https://doi.org/10.3390/jrfm15080335>

Лищенко Маргарита

д.е.н., професор

Сумський національний аграрний університет

Суми, Україна

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Управління маркетинговим потенціалом – це процес, який орієнтований на забезпечення ефективного використання всіх можливостей компанії в області маркетингу для досягнення її стратегічних цілей.

Методологічні засади управління маркетинговим потенціалом включають такі основні принципи:

Системність. Управління маркетинговим потенціалом повинно бути розглянуте як система, що складається з різних елементів, які взаємодіють між собою.

Комплексність. Управління маркетинговим потенціалом повинно охоплювати всі аспекти маркетингу, включаючи продукт, ціну, промоцію та розподіл.

Стратегічність. Управління маркетинговим потенціалом повинно бути спрямоване на досягнення довгострокових цілей компанії, а не тільки на тимчасові результати.

Орієнтованість на клієнта. Управління маркетинговим потенціалом повинно бути орієнтоване на потреби та бажання клієнтів.

Аналітичність. Управління маркетинговим потенціалом повинно базуватись на аналізі даних та оцінці результатів маркетингових заходів.

Гнучкість. Управління маркетинговим потенціалом повинно бути гнучким, здатним до адаптації до змін у маркетинговому середовищі та потребах клієнтів.

Інноваційність. Управління маркетинговим потенціалом повинно включати постійний пошук нових ідей та інновацій в області маркетингу.

Контроль. Управління маркетинговим потенціалом повинно бути оснащене системою контролю, яка дозволяє оцінювати ефективність маркетингових заходів та вчасно вносити корективи у стратегію компанії. Контроль має бути систематичним, ретельним та об'єктивним.

Для забезпечення ефективного контролю маркетингового потенціалу компанії можуть використовуватися такі інструменти:

1. Маркетингові дослідження, які дозволяють збирати та аналізувати дані про ринок, споживачів, конкурентів та маркетингові заходи.

2. Ключові показники ефективності (KPI), які дозволяють оцінювати результати маркетингових заходів та встановлювати цілі.

3. Аналіз конкурентного середовища, який дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони конкурентів та враховувати їх при формуванні маркетингової стратегії.

4. Оцінка задоволеності клієнтів, яка дозволяє з'ясувати їхні потреби та бажання, оцінити якість обслуговування та зрозуміти, чого не вистачає

5. Моніторинг маркетингових заходів, який дозволяє відстежувати їхній прогрес та вчасно коригувати стратегію.

6. Аналіз фінансових показників, який дозволяє оцінити ефективність маркетингових заходів та їх вплив на фінансові результати компанії.

Усі ці інструменти дозволяють підвищити ефективність управління маркетинговим потенціалом та досягати стратегічних цілей компанії.

Одним з основних завдань підвищення ефективності виробничої та збутової діяльності підприємства є аналіз наявних ресурсів, розроблення і реалізація комплексного плану заходів щодо поліпшення управління ресурсами підприємства. Аналіз видів ресурсів у виробничій і збутовій діяльності показує, що потреба в ресурсах безпосередньо залежить від попиту на готову продукцію. У практичній діяльності підприємства в ринковому середовищі планування основних видів ресурсів формується відповідно до граничної рентабельності та граничних витрат.

Цілеспрямоване здійснення виробничої та збутової діяльності підприємства на основі вивчення ринку та адаптації виробництва до нього забезпечують самостійні структурні підрозділи підприємства.

Рентабельність підприємства є показником ефективності його виробничої та збутової діяльності, що досягається шляхом мінімізації витрат (витрати на сировину, матеріали, енергію, оплата праці, фінансування) і максимізації доходу від випуску продукції та послуг, які є результатом виробництва [1, с. 28].

Основними показниками, на величину яких робить вплив маркетинг, є наступні (табл. 1).

Щоб зробити висновок про рівень ефективності роботи підприємства, отриманий прибуток необхідно порівняти з фактичними витратами. Тому, прибутковість підприємства вимірюється за двома показниками – прибутком і рентабельністю. Прибуток відображає абсолютний ефект без урахування

використаних ресурсів, а щоб проаналізувати діяльність підприємства, його ефективність доповнюють показником рентабельності.

Таблиця 1

Показники ефективності визначення маркетингового потенціалу

Назва показника	формула розрахунку	значення
Частка валового прибутку в об'ємі продажів	$ЧВП = \frac{ВП}{ОП} \times 100$	де <i>ЧВП</i> – частка валового прибутку в об'ємі продажів, %; <i>ВП</i> – валовий прибуток, тис. грн.; <i>ОП</i> – об'єм продажів за життєвий цикл або за певний період часу, тис. грн.
Частка чистого прибутку в об'ємі продажів	$ЧЧП = \frac{ЧП}{ОП} \times 100$	де <i>ЧЧП</i> – частка чистого прибутку в об'ємі продажів, %; <i>ЧП</i> – чистий прибуток, тис. грн/рік
Прибуток від реалізації	$ПР = (Ц - С) \times W$	де <i>ПР</i> – прибуток від реалізації продукції, грн/рік; <i>Ц</i> – продажна ціна товару, грн/од.; <i>С</i> – собівартість товару, грн/од.; <i>W</i> – об'єм товару
Рентабельність товарної продукції	$P = \frac{Ппр}{С рп} \times 100$	де <i>Ппр</i> – прибуток від реалізації продукції за певний період; <i>С_{рп}</i> – повна собівартість реалізованої продукції. Характеризує ефективність витрат на її виробництво та збут
Рентабельність продажу	$Pп = \frac{Ппр}{В р} \times 100$	де <i>В_р</i> – виручка від реалізації продукції.
Індекс ефективності	$E = ЧР \times (1 + П \div С)$	де <i>E</i> – індекс ефективності підприємства; <i>ЧР</i> – індекс частки ринку; <i>П</i> – прибуток від реалізації продукції; <i>С</i> – собівартість реалізованої продукції.
Індекс частки ринку	$x = \frac{O}{O_{заг}}$	де <i>O</i> – обсяг продажу даного підприємства; <i>O_{заг}</i> – загальний обсяг продажу на ринку
Зведений індекс ефективності по групі товару	$E_{jз} = \sum \frac{E_i}{n} = \frac{(E_1 + E_2 + \dots + E_n)}{n}$	де <i>E_i</i> – індекс ефективності по <i>i</i> -тому виду продукції; <i>n</i> – кількість видів продукції підприємства.
Зведений індекс для розрахунку ефективності окремої галузі в межах району чи області	$E_{кг} = \sum \frac{E_{jз}}{m} = \frac{(E_{j1} + E_{j2} + \dots + E_{jm})}{m}$	де <i>E_{jз}</i> – зведений індекс ефективності <i>j</i> -того підприємства, який входить до <i>k</i> -того регіону (галузі); <i>m</i> – кількість підприємств, які входять до регіону (галузі).

Джерело: сформовано автором на основі [2].

Висновок. Управління маркетинговим потенціалом є важливим елементом успішної стратегії розвитку будь-якої компанії. Для ефективного управління маркетинговим потенціалом необхідно визначити маркетингову стратегію, яка

відповідає потребам споживачів та сприяє досягненню стратегічних цілей компанії.

Крім того, важливо мати систему контролю, яка дозволяє оцінювати ефективність маркетингових заходів та вчасно вносити корективи у стратегію компанії. Для забезпечення ефективного контролю можуть використовуватися такі інструменти, як маркетингові дослідження, ключові показники ефективності, аналіз конкурентного середовища, оцінка задоволеності клієнтів, моніторинг маркетингових заходів та аналіз фінансових показників.

Отже, ефективне управління маркетинговим потенціалом є ключовим фактором успіху будь-якої компанії, що дозволяє не тільки забезпечити конкурентоспроможність на ринку, але й досягати стратегічних цілей.

Список використаних джерел

1. Атаманюк І. В. Сучасні підходи в управлінні виробничо-збутовою діяльністю підприємства: *Міжнародна науково-практична Інтернет конференція молодих науковців, аспірантів та студентів «Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти»* (10 листопада 2017 року). Економічний факультет, ПДАТУ. Кам'янець-Подільський. 2017. С. 27–29.

2. Іваненко В.О., Ковальчук О.Р. Оцінка маркетингового потенціалу підприємства: компаративний аналіз наукових підходів. 2019. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/handle/123456789/7498;jsessionid=3802DEAF50B7685F95D1A80E36853070>

Потьомкін Леонід

академік УАЕК, д.е.н., професор
Міжнародний гуманітарний університет
Одеса, Україна

АНАЛІЗ ПОТЕНЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Вказаний аналіз функціонування підприємств щодо підвищення їх рівня функціонування повинен складатися з наступних елементів:

- 1) якісної характеристики інформації про можливості збільшення рівня мотивації персоналу;
- 2) напрямку діяльності персоналу на підвищення рівня функціонування виробництва.

Суперечливий характер цього процесу полягає в тому, що, по-перше, досить складно підвищити рівень ефективності виробництва без наявності конкретних даних щодо основних напрямів функціонування підприємства [1] і, по-друге, їх необхідно аналізувати і постійно поліпшувати в сучасних умовах економічної кризи. Така постановка питання дозволить не тільки ретельно вивчити процес підвищення ефективності функціонування підприємства, а й постійно вдосконалювати його будь-який часовий період.

Характеризуючи взаємодію розглянутих компонентів «підвищення ефективності функціонування виробництва» і «мотивація найманого персоналу» необхідно постійно підтримувати зворотний зв'язок між ними [2].

Оскільки вищезгадані компоненти постійно змінюються (параметри, структура, алгоритми функціонування підприємства і мотивації, а також інші), необхідно забезпечувати оптимальність їх співвідношення, незважаючи на різноманітність і рівень впливу зовнішніх кризових відносин.

Така постановка питання вимагає запровадження принципово нових компонентів в процес підвищення ефективності функціонування підприємством Пфп на основі вдосконалення систем мотивації персоналу. Структурна схема провідних компонентів представлена на рис. 1. Вона являє собою послідовність складових частин проблеми, яка характеризує можливість підвищення рівня функціонування харчових підприємств за рахунок фактора «мотивація найманого персоналу». Цей підхід складається з компонентів, які визначають складові частини і відповідні їм показники:

1) ступінь ефективності функціонування підприємства (темів зміни обсягів виробництва і реалізації продукції, балансового прибутку, співвідношення між рівнями продуктивності праці працівників і їх мотивації, а також цілого ряду інших);

2) трансформації його виробничо-господарських підрозділів до виконання функціональних призначень в умовах економічної кризи.

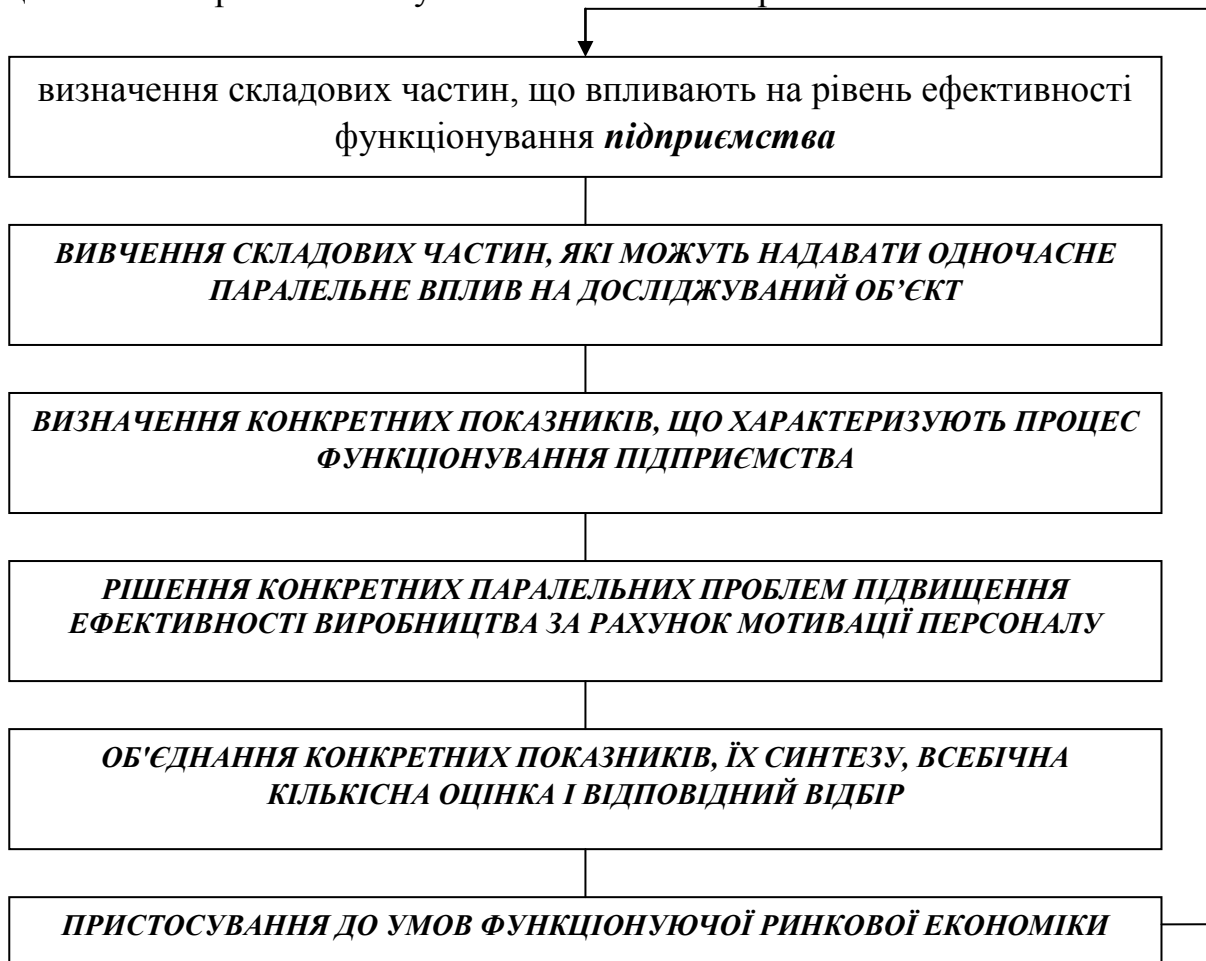


Рис. 1. Складові частини декомпозиційно-координаційного підходу до проблеми підвищення ефективності функціонування підприємств за рахунок посилення мотивації найманого персоналу

Джерело: складено автором.

Необхідність послідовного з'єднання в пропонованому підході взаємокоордінації провідних і другорядних цілей, визначення та вирішення конкретних проблем на основі відповідних показників дозволяє його використовувати в якості основного мотиватора розвитку сучасного виробництва. До його переваг належить наступне:

1) в якості фундаментальної основи закладено поєднання двох методів комплексно-системного аналізу найважливіших показників і економічного моделювання процесів функціонування промислових підприємств за рахунок посилення мотиваційних процесів;

2) відбір, розрахунок, комбінаторика напрямків розвитку підприємства ведеться одночасно всіма відомими науці методами (від часткового до загального і навпаки, по вертикалі і горизонталі, а також іншими).

Процес, який підвищує рівень ефективності функціонування харчових підприємств, являє собою систему багатьох функцій (мотивація – одна з них), які можуть бути представлені в різноманітних видах. З них необхідно виділити найбільш суттєві і розмежувати по паралельних рівнях. Поетапне підвищення ефективності вимагає здійснення системних перетворень господарських функцій і координації зусиль господарських керівників з метою отримання оптимальної суми прибутку за рахунок розширення застосовуваних систем мотивації. Цей процес може бути представлений в наступному вигляді:

$$M_{\text{пер}} \rightarrow \text{опт} \rightarrow E_{\text{пр. под}}, \quad (1)$$

$$E_{\text{пр. под}} \rightarrow E_{\text{пред.}}, \quad (2)$$

$$P_{\text{с.б.}} \rightarrow \text{опт} \rightarrow \infty \quad (3)$$

Де: $M_{\text{пер}}$ – мотивація найманого персоналу;

опт – оптимальний варіант;

$E_{\text{пр. под}}$ – ефективність функціонування виробничого підрозділу;

$E_{\text{пред}}$ – ефективність функціонування підприємства;

$P_{\text{с.б.}}$ – ринок збуту продукції;

∞ – нескінченне прагнення підприємства до підвищення рівня свого функціонування.

Значна кількість аналізованих компонентів, період часу дії яких не збігається, а діюча методологія розрахунку не враховується в процесі їх порівняння, призводить до отримання неповних і спірних оцінок.

Значна кількість аналізованих компонентів, період часу дії яких не збігається, а діюча методологія розрахунку не враховується в процесі їх порівняння, призводить до отримання не повний і спірних оцінок.

Висновок. Для підвищення ефективності функціонування підприємства на основі вдосконалення принципів мотивації персоналу необхідно вважати, що:

1) усі основні фонди і оборотні кошти підприємства задіяні в різного ступеня в виробничому процесі і сприяють його нормальному функціонуванню;

2) найбільшу ефективність функціонування підприємства забезпечує раціональна організація форм і систем мотивації персоналу;

3) різноманітні економічні кризи впливають на специфіку організації виробництва, об'єднуючи виробничі підрозділи для досягнення необхідного рівня протидії зовнішньому впливу.

Список використаних джерел

1. Potemkin L.N. Conceptual foundations of material motivation of hired staff. *FIRMS's International Journal of Economics and Management Studies*, India. №1. P. 47–59. <https://www.firmsindia.org/journals/index.php/fliems>
<https://www.firmsindia.org/journals/index.php/fijems/article/view/13>
2. Шандова Н. В., Дощенко О. В., Ожго М. В. Теоретичні аспекти забезпечення процесу розвитку підприємств. Методи та інструменти аналізу і прогнозування ринкової ситуації в забезпеченні стійкості суб'єктів господарювання / за ред. Н. В. Шандової. Херсон, 2021. С. 178–190. URL: <http://kntu.net.ua/ukr/content/view/full/67303>

Жарінова Алла

д. е. н., доцент

Ковбаско Ольга

к.т.н., доцент

Кузнецова Тетяна

к.е.н., доцент

Струнгар Артур

к.соц.ком.

Державна науково-технічна бібліотека України
Київ, Україна

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ПОСТІЙНИХ ІДЕНТИФІКАТОРІВ АКАДЕМІЧНИХ ЗАХОДІВ У МІЖНАРОДНИХ ПЛАТФОРМАХ КОНФЕРЕНЦІЙ

Характерною рисою наукових досліджень в умовах цифрової трансформації науки і освіти, реалізації політики відкритої науки є використання різних інформаційних систем, у яких відображаються результати цих досліджень. Одним з важливих елементів наукового дослідження є оперативне оприлюднення та розповсюдження його результатів за допомогою академічних заходів.

Академічні заходи (конференції, семінари, конгреси, симпозиуми, вебінари та ін.) є формою наукової комунікації дослідників, що виконує різноманітні функції: оприлюднення та апробації результатів наукових досліджень, розвиток співпраці у науковій сфері, сприяння впровадженню наукових розробок у виробництво, залучення студентської молоді до наукової роботи, опанування молодими вченими навичок презентації, академічної поведінки та ін. В Україні участь у наукових заходах використовується в якості показника при оцінці дослідницької діяльності наукових та науково-педагогічних працівників, а проведення наукових заходів є одним з показників при атестації та оцінці

ефективності наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності наукових установ та закладів вищої освіти.

З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій значна частина роботи з підготовки та фіксації результатів наукових заходів здійснюється за допомогою інтернет-сервісів та WEB-ресурсів. В Україні та за кордоном широко застосовуються сайти конференцій, як правило, інтегровані з офіційним сайтом організатора конференції.

Для акумулювання інформації про академічні заходи, забезпечення їх доступності, відкритості та тривалого зберігання за кордоном створені і функціонують електронні платформи конференцій. Вони представлені на різних рівнях: закладів вищої освіти та наукових установ, загальнодержавному, міжнародному рівнях, у тому числі за окремими тематичними напрямками досліджень. Такі інформаційні системи (платформи) високого рівня стають у певному сенсі наукометричними базами наукових заходів, з відповідними інструментами ідентифікації та пошуку інформації. Їх характерною ознакою є структурована база метаданих та наявність постійного ідентифікатора наукового заходу, що дає змогу автоматизувати процес пошуку потрібної інформації на платформі, забезпечує взаємодію з іншими інформаційними системами наукової інформації.

Постійні ідентифікатори (PID) широко застосовуються у науковій царині. Це незмінне посилання на цифровий об'єкт, яке містить інформацію, необхідну для його ідентифікації, перевірки та правильної локалізації даних. Він виконує три основні функції: унікальне вирізнення об'єкта з-поміж інших, схожих за назвою; забезпечення незмінного механізму для пошуку об'єкта, навіть якщо він змінив своє місце розташування у мережі і сприяння виявленню об'єктів, які описані у метаданих ідентифікаторів та встановлення взаємозв'язків між інфраструктурами на інституційному, національному та глобальних рівнях [1]. На думку деяких дослідників постійні ідентифікатори можна умовно поділити на три групи:

- постійні ідентифікатори для науковців, до яких належать ORCID ID, Researcher ID, Scopus ID;
- постійні ідентифікатори для організацій ROR (Research Organization Registry), GRID (Global Research Identifier Database), Ringgold IDs, ISNIs (International Standard Name Identifiers);
- постійні ідентифікатори для дослідницьких об'єктів і результатів досліджень, як наприклад, широко відомий DOI (digital object identifiers), Archival Resource Key identifiers (ARKs) [1].

Найбільш поширеним вважається цифровий ідентифікатор об'єкта (DOI), який застосовується для різних типів результатів досліджень, зокрема конференцій.

Постійні ідентифікатори з моменту появи і поетапної адаптації у процесі дослідницької роботи заощаджують час науковців, зменшують адміністративне навантаження, допомагають виконувати моніторинг публікаційної активності, мобільності науковців та сприяють процесу оцінювання наукових досліджень. Вони дають змогу науковцям швидше знаходити відповідні дані, полегшують

взаємодію між інформаційними системами, спрощують відстеження результатів наукових досліджень. Тому для усіх суб'єктів наукової діяльності є важливим забезпечення якості своїх ідентифікаторів та пов'язаних з ними метаданих.

На відміну від офіційно опублікованих журнальних статей для академічних заходів присвоєння постійних ідентифікаторів не є загальноприйнятою практикою. Відомості про академічні заходи зберігаються на різних інформаційних ресурсах, що також негативно впливає на можливість обміну інформацією та ускладнює науковцям пошук необхідних заходів. Непоодинокими є випадки припинення діяльності сайтів (або сторінок сайтів), що містять інформацію про науковий захід, після його проведення. Ще однією суттєвою проблемою в академічному середовищі України та світу є проведення «хижацьких» конференцій, які організують без забезпечення відповідного наукового рівня і мають на меті виключно отримання прибутку їхніми організаторами. Такі заходи часто «маскуються» під маркою відомих конференцій та їх організаторів.

Розміщення інформації про академічні заходи на єдиній платформі, з певною процедурою валідації заходу значною мірою забезпечує розв'язання зазначених проблем.

Оскільки стандартизованої системи постійних ідентифікаторів для академічних заходів немає, WEB-платформи, пов'язані з конференціями, застосовують різні методи ідентифікації. Деякі платформи намагаються використовувати аббревіатуру конференції або серії як ідентифікатор, але потім повинні усувати неоднозначність, коли аббревіатури не є унікальними. Приклади використання постійних ідентифікаторів для академічних заходів вперше було описано робочою групою Crossref/DataCite для конференцій і представлено у проекті FREYA[2].

Система Crossref протягом багатьох років підтримує низку постійних ідентифікаторів (PID), пов'язаних з публікаціями конференцій - наразі в системі можна зареєструвати PID для публікацій матеріалів конференцій та серії конференцій. Також збираються деякі обмежені метадані, які описують саму конференцію, наприклад тему, місце та дату, усі серії конференцій чи потокові метадані, але не використовують ідентифікатор DOI. Планується впровадити для публікацій у межах конференцій ідентифікатор DOI з метою розширення метаданих.

Було проаналізовано міжнародний досвід використання платформ академічних заходів. Найбільш цікавими і прийнятними для застосування в Україні виявилися ConfiDent, GND, CONFERENCE INDEX.

GND – німецька платформа класифікації та систематизації культурних і наукових заходів, яка має найбільший в Німеччині обсяг метаданих і оцифрованої літератури, використовується переважно бібліотеками, об'єднує

усі німецькомовні країни, відкрита для інших країн, кожна подія на ній має свій унікальний ідентифікатор GND ID.

ConfiDent – німецька платформа, що об'єднує виключно академічні заходи, має 35 класів метаданих, структура яких більш гнучка порівняно з GND, відкрита для інших країн, найближчим часом планує додати до своєї діяльності також семінари. Кожна подія на платформі має свій унікальний ідентифікатор. Особливістю ConfidDent є те, що вона дає змогу користувачеві переглянути події (конференції), які вже відбулися, зберігати матеріали конференцій (текстові, аудіо, відео), ідентифікувати серії подій конференцій та присвоює DOI. Надалі планується автоматично імпортувати дані з GND та інших перевірених джерел.

CONFERENCE INDEX – міжнародна платформа, яка допомагає індексувати конференцію у наукометричних базах. Структура метаданих досить обмежена порівняно з GND і ConfidDent, Знайти академічний захід можна за назвою країни, містом де вона буде проводитися, дисципліною та назвою, кожна конференція має свій унікальний ідентифікатор.

Висновок. В Україні наразі немає платформи, здатної автоматизувати отримання масиву інформації про академічні заходи, хоча її наявність, безперечно, є важливою складовою наукової діяльності. Отже, на наш погляд, було б вкрай доцільним розробити українську платформу, яка б містила унікальні ідентифікатори академічних заходів, забезпечувала накопичення і збереження інформації про конференцій у стандартизованій формі в єдиний базі даних, автоматизацію процесу реєстрації заходів та підтримку відкритого доступу до інформації про них, у т.ч. щодо їх провайдерів для широкого загалу науковців та інших стейкхолдерів.

Перевагами використання платформи є: заощадження часу науковців та убезпечення їх від участі у «хижацьких» наукових заходах; зменшення адміністративного навантаження; допомога у здійсненні моніторингу публікаційної активності; підтримка мобільності науковців та сприяння процесу оцінки наукових досліджень та ін.

Список використаних джерел

1. Meadows A., Naak L., Brown J. Persistent Identifiers: The Building Blocks of the Research Information Infrastructure. *Insights* 2019. № 32 (1). DOI: <http://doi.org/10.1629/uksg.457>
2. Valle M., Heughebaert A., Kotarski R., Weigel T., Ritz R., Matthews B., Manghi P., Sparre Conrad A., Hellström M., Wittenburg P. A Persistent Identifier (PID) policy for the European Open Science Cloud (EOSC) - Report from the European Open Science Cloud FAIR and Architecture Working Groups. 2020. <https://openportal.isti.cnr.it/doc?id=people::b1f705125f428ae389d8ecfad4e654be>
3. Stocker. M., et al. 2020. Persistent identification of instruments. *Data Science Journal*, 19. DOI: <https://doi.org/10.5334/dsj-2020-018>

Зоря Олексій

д.е.н., професор

Мауер Діана

здобувачка освітньо-наукового рівня вищої освіти

Самар Оксана

здобувачка освітньо-наукового рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет

Полтава, Україна

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ ДЕРЖАВИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах воєнного стану в Україні, питання підвищення інвестиційно-інноваційної активності в галузях сільського господарства сильно загострюється, оскільки на ряду із зростанням потенційних можливостей для розвитку галузей у відповідь на виклики сьогодення, так само збільшуються і ризики для інвестиційних вливань. Розвиток сільського господарства в Україні, як аграрної країни і гаранта продовольчої безпеки світу не втрачає свого пріоритетного значення, а враховуючи наслідки збройного конфлікту на території країни – активізація інноваційної діяльності є одним із ключових завдань. Потреба у інвестиційно-інноваційних рішеннях загострюється внаслідок значних збитків довікллю через військові дії:

- зміни мікроклімату, що несуть загрозу екосистемам та біорізноманіттю;
- зростання викидів небезпечних речовин в атмосферу через пожежі;
- забруднення чорноземів та водних об'єктів вибухонебезпечними речовинами та іншими хімічними сполуками;
- втрата частини лісового фонду та ряд інших проблем.

Окрім того сільське господарство потерпає від втрати посівних та зрошуваних площ, замінування значних територій, нищення посівів, врожаїв, худоби та техніки.

Одним з аспектів економічного розвитку України є підтримка еко-практик для сільського господарства та громад, наприклад, стратегії Європейського Зеленого Курсу, отже, все, вище зазначене, зумовлює необхідність розвитку інновацій у сфері відновлювального сільського господарства, з метою інтегрування регенеративного сільського господарства як засобу покращення впливу на навколишнє середовище, а також і ланцюгів поставок [2].

Регенеративне сільське господарство має на меті відновити або оновити виснажений ґрунт, намагаючись покращити продовольчу безпеку та виробництво, одночасно здійснюючи більш позитивний вплив на екосистему [1].

Враховуючи умови сьогодення, в яких здійснюється сільськогосподарська діяльність України, і той факт, що вона є одним із провідних експортерів продовольства, процес переходу від інтенсивного виробництва до альтернативних технологій землеробства (ґрунтозахисного,

ресурсозберігаючого, органічного та «точного» тощо), звісно, не може бути швидким, в порівнянні з іншими європейськими країнами, але це має бути пріоритетною стратегією в розвитку аграрного сектору

Інноваційні технології у даних напрямках можуть впливати не лише на покращення стану навколишнього середовища та мікроклімату, але і мають позитивний вплив на характеристики безпечності та якості виробленої продукції, що є важливим питанням оскільки це один із основоположних елементів продовольчої безпеки.

За даними Глобального індексу продовольчої безпеки [4], можна зробити висновок, що серед основних категорій за якими розраховується індекс, у категорії якість та безпечність – Україна має найкращі показники, хоча залишається потреба у суттєвому покращенні результатів, зокрема бачимо що:

- у загальному рейтингу Україна займає 71 місце серед 113 досліджуваних країн, і 26 місце з 26 країн Європи;
- у категорії економічної доступності – 65 місце у світі та 26 в Європі;
- у категорії фізичної доступності (наявності) – 93 місце у світі та 26 в Європі;
- у категорії якості та безпечності – 52 місце у світі та 25 в Європі;
- у категорії стійкості та адаптації – 94 місце у світі та 25 в Європі [3].

Отже, як бачимо Україна, потребує інвестиційно-інноваційних рішень в аграрній сфері, що мають поліпшити її економічний, екологічний та продовольчий стан. Інновації в сільському господарстві сприятимуть покращенню якості продукції та зменшенню впливу на навколишнє середовище, а також можуть допомогти у вирішенні проблем спричиненими природно-кліматичними чинниками, які можуть бути особливо гострими під час війни.

Список використаних джерел

1. Зоря О.П., Мауер Д.Р., Авраменко Д.І. Природоорієнтовані рішення для інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 2(02). С. 104–109. URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/76>
2. Іванюта С. П., Якушенко Л. М.. Європейський зелений курс і кліматична політика України: аналіт. доп.; за заг. ред. А. Ю. Сменковського. Київ: НІСД, 2022. 95 с. URL: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2022.12>
3. Global Food Security Index 2022. Country report: Ukraine. *The Economist Impact 2022*. URL: https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/reports/Economist_Impact_GFSI_2022_Ukraine_country_report_Sep_2022.pdf.
4. Global Food Security Index 2022. *The Economist Impact 2022*. URL: https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/reports/Economist_Impact_GFSI_2022_Global_Report_Sep_2022.pdf

Загоруйко Іван

к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Черкаси, Україна

МОДЕЛЬ ВЗАЄМОДІЇ АРБИТРАЖЕРІВ ТА ВІТЧИЗНЯНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ СУБ'ЄКТІВ

Вступ. Після завершення російської агресії та відновлення територіальної цілісності України на перший план вийде проблема відновлення її національної економіки. Україна потребуватиме велетенського імпорту інвестиційних товарів, передових технологій та фінансового капіталу. Ці процеси відбиватимуться на стані національних ринків країни – товарного, позичкового та валютного. В ході їхньої взаємодії визначатимуться такі основні макроекономічні показники, як національний рівень цін, курс національної валюти, ставка відсотка та інші. Основою для теоретичного аналізу та прогнозування цих показників можуть виступати як традиційні, так і нові макроекономічні моделі.

У сучасній економічній літературі представлені різноманітні моделі динаміки як номінальних, так і реальних валютних курсів. Переважним чином, ці моделі складаються з системи лінійних економетричних рівнянь, що описують вплив макроекономічних та низки інших факторів.

Певний виняток становить стаття Серрано Ф., Сумми Р. та Айдара Г. [9], що присвячена динаміці ставки відсотка та валютного курсу в умовах еластичних очікувань. Пропонована в цій статті модель будується на основі рівнянь платіжного балансу та відсоткового паритету (з урахуванням ризику даної країни). Автори розрізняють коротко- та довгострокові потоки капіталу, курси спот та форвард. Модель авторів відображає короткостроковий період, тому сальдо балансу поточних операцій в ній задається екзогенно. Короткостроковий потік капіталу задається як функція багатьох аргументів – внутрішньої та іноземної ставок відсотка, ризику даної країни та очікуваної зміни валютного курсу. Очікуваний валютний курс визначається за допомогою простого рівняння адаптивних очікувань. Замінюючи фактичний поточний курс на цільовий (визначений центральним банком), автори отримують рівняння зміни офіційних валютних резервів.

У даній доповіді пропонується дещо відмінний підхід до моделювання валютного ринку. У пропонованій моделі не розрізняються коротко- та довгострокові потоки капіталу, курси спот та форвард. Фактор ризику не враховується. Для спрощення, очікуваний валютний курс та світова ставка відсотка задаються екзогенно. Натомість акцент зроблено на впливі товарного та позичкового ринків.

Вихідні припущення моделі. В залежності від ролі, яку господарські суб'єкти виконують на товарному, позичковому та інших ринках, їх можна поділити на дві групи – основні учасники та посередники.

Основними є такі учасники, які створюють даний ринок і без яких він не може існувати. З макроекономічної точки зору, основними господарськими суб'єктами є домашні господарства та фірми. Домашні господарства споживають, але не виробляють. Через це на товарному ринку вони виступають як покупці споживчих товарів. Фірми, навпаки, виробляють, але не споживають. На товарному ринку вони виступають як продавці споживчих товарів, а по відношенню до інвестиційних товарів – і як продавці, і як покупці. На ринку капіталу обидві групи суб'єктів можуть здійснювати протилежні операції, проте для спрощення будемо вважати, що фірми є тільки дебіторами (боржниками), а домашні господарства – тільки кредиторами.

Крім основних учасників, на ринках діють і такі, які не створюють їх, а лише використовують їхню неефективність. Зокрема, такими учасниками є арбітражери. Вони використовують різницю в цінах, ставках відсотка або валютних курсах на різних ринках. Арбітражери не інвестують отриманий прибуток в розширення галузей реальної економіки і цим відрізняються від основних учасників ринку. Хоча арбітражними операціями можуть займатися й основні учасники (в тому числі домашні господарства), для зручності будемо вважати, що арбітражем займаються виключно професіонали.

Якщо вітчизняні товари є ідеальними субститутами іноземних, і навпаки, то єдиним стимулом міжнародної торгівлі буде арбітражний прибуток. Арбітражери вивозитимуть товари з країн, в яких вони дешевші, і ввезитимуть в країни, в яких вони дорожчі. Якщо в країні є власна валюта, то умовою вивозу товарів буде нижчий рівень цін, перерахований у світову валюту: $P \times e < P^*$.

Порівняно з товарами, фінансові активи мають дві важливі властивості. По-перше, вони значно більше наближені до ситуації ідеальної субституції, ніж товари. По-друге, на відміну від операцій з товаром, операції з капіталом дають прибуток лише через деякий час. Тому умова відпливу капіталу за кордон включає не тільки відмінність у внутрішній та світовій ціні капіталу (ставка відсотка), але й в поточному та очікуваному курсі національної валюти. Умова вивозу капіталу в реальних величинах виражається в тому, що обмін вітчизняного товару Q_0 на іноземний Q^*_0 за поточним реальним курсом ε_0 з подальшим інвестуванням під світову реальну ставку відсотка r^* має бути більш вигідним, ніж інвестування вітчизняного товару під національну реальну ставку r з подальшим обміном майбутнього отриманого доходу за реальним курсом ε^E_1 , що очікується на момент завершення операції: $Q_0 \varepsilon_0 (1+r^*) > Q_0 \times (1+r) \varepsilon^E_1$.

За відсутності перешкод, діяльність арбітражерів призводить до вирівнювання умов на світовому та внутрішньому ринках. На товарному ринку досягається ціновий паритет, а на позичковому – відсотковий. На практиці це не виключає арбітражних операцій, але на макрорівні їхнє сальдо стає нульовим.

Проте, досягнення цих паритетів не виключає нерівноваги на внутрішніх ринках. Це пояснюється як об'єктивними особливостями національної економіки (поведінкою її основних господарських суб'єктів), так і впливом

валютного курсу. В результаті внутрішні ціни та внутрішня ставка відсотка відхилятимуться від рівноважного рівня. Якщо національний рівень цін перевищуватиме рівноважний рівень цін закритої економіки: $P > P_{CE}$, то обсяг національного виробництва перевищуватиме внутрішній попит: $Y > DAD = C + I + G$. Надлишок товарів $QES = Y - DAD$, що утвориться в результаті цієї нерівноваги, країна буде змушена експортувати. Аналогічним чином, якщо внутрішня ставка відсотка перевищить рівноважну величину: $r > r_{CE}$, пропозиція заощаджень на позичковому ринку країни перевищить інвестиційний попит: $DSS = Y - C - G > I$. Надлишок заощаджень $SES = DSS - I$ утворить капітал, який країна буде змушена експортувати.

Експорт цих надлишків відбудеться, якщо це буде вигідно арбітражерам. Таким чином, на товарному та позичковому ринках мають виконуватися умови рівноваги надлишкової пропозиції (з боку вітчизняних господарських суб'єктів) та спекулятивного попиту (з боку торгових та фінансових арбітражерів): $QES = TQD$, $SES = FKD$.

За умови, що центральний банк країни не здійснює інтервенцій на валютному та грошовому ринках, офіційні резервні активи країни (золотовалютний запас) не змінюються і реальний експорт товарів буде дорівнювати реальному експорту капіталу: $QX = KX$.

Рівняння моделі та її геометрична інтерпретація. Пропонована модель складається з чотирьох вихідних функцій (у найпростішому вигляді вони можуть бути логарифмічними):

— обсяг спекулятивного попиту на товари є спадною функцією реального валютного курсу: $Q_D = f(\varepsilon)$;

— обсяг спекулятивного попиту на капітал є спадною функцією реальної ставки відсотка та зростаючою функцією реального валютного курсу: $K_D = f(r, \varepsilon)$;

— обсяг надлишку товарів на внутрішньому товарному ринку є зростаючою функцією рівня цін: $Q_S = f(P)$;

— обсяг надлишку капіталу (заощаджень) на внутрішньому позичковому ринку є зростаючою функцією реальної ставки відсотка: $K_S = f(r)$.

Прирівнюючи відповідні величини вихідних функцій, дістаємо «вторинні» функції, що описують інші залежності між макроекономічними величинами. Так, з рівності $Q_D = Q_S$ впливає функція рівноваги обсягів попиту та пропозиції на товарному ринку $\varepsilon = f_Q(P, P_{CE})$, графік якої є спадною гіперболою в системі координат « ε, P ». З рівності $K_D = K_S$ впливає функція рівноваги обсягів попиту та пропозиції на позичковому ринку $\varepsilon = f_K(r, r^*, r_{CE}, \varepsilon^E)$, графік якої є параболою, вітка якої «витагнута» вздовж осі $O\varepsilon$. Прирівнюючи їхні ліві частини, дістанемо $r = f_\delta(P, P_{CE}, r^*, r_{CE}, \varepsilon^E)$ – функцію рівноваги валютних курсів позичкового та товарного ринків. Її графік має спадну гіперболічну форму. Тепер, прирівнюючи $Q_S = K_S$, отримаємо функцію рівноваги надлишків вітчизняної пропозиції товарів та заощаджень $r = f_{QK}(P, P_{CE}, r_{CE})$. В системі координат « $(1+r), P$ » її графік буде променем. Ці дві останні функції $r = f_\delta(P)$ та $r = f_{QK}(P)$

визначають розв’язок моделі загальної рівноваги трьох ринків. Оскільки графік першої з них є спадним і не перетинає осей координат, а графік другої є зростаючим і виходить з початку координат, то вони обов’язково перетнуться і до того ж тільки в одній точці.

Геометрична інтерпретація запропонованої моделі в системі координат « $(1+r), P$ » зображена на рисунку 1. Стан спільної рівноваги позичкового, товарного та валютного ринків є точкою перетину кривої рівноваги валютних курсів позичкового та товарного ринку (EER) та променя рівних надлишків пропозиції товарів та заощаджень на внутрішньому ринку (EES). На верхній половині рисунку точка рівноваги закритої економіки E_{CE} розташована ближче до початку координат, ніж точка рівноваги відкритої економіки E_{OE} . В цій ситуації країна стає експортером товарів та капіталу. На нижній половині рисунку ситуація протилежна. Точка рівноваги закритої економіки розташована далі від початку координат, ніж точка рівноваги відкритої економіки. В цій ситуації в країні існує дефіцит товарів та капіталу, який вона покриває за рахунок імпорту.

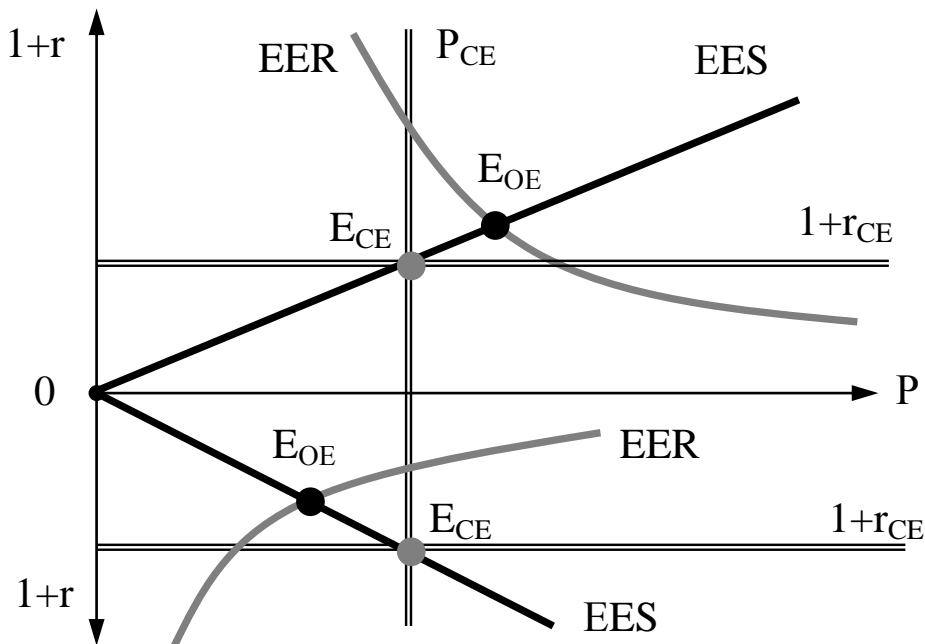


Рис. 1. Стан спільної рівноваги позичкового, товарного та валютного ринку в моделі взаємодії арбітражерів та вітчизняних господарських суб’єктів

Зміна екзогенних величин зрушує графіки функцій на рисунку 1. Так, збільшення внутрішньої рівноважної ставки r_{CE} і зменшення рівноважного рівня цін P_{CE} збільшує кут нахилу променя EES відносно осі OP . Точка рівноваги закритої економіки рухатиметься вгору-вліво (відносно початку координат). На криву EER ці два процеси впливатимуть протилежним чином: внаслідок зростання r_{CE} вона відділятиметься від початку координат, а внаслідок зменшення P_{CE} – наблизатиметься до нього. На цю криву впливатимуть ще два чинника – світова ставка r^* та очікуваний курс \mathcal{E}^E .

Зростання першого з них зрушуватиме криву *EER* далі від початку координат, а підвищення другого – ближче до початку координат.

Пропонована модель може відображати й ситуацію зміни офіційних резервів: $\Delta R \neq 0$. В цьому випадку зв'язок між надлишками пропозиції товарів та капіталу виражатиметься рівнянням $Q_S - K_S = \Delta R$. Збільшення офіційних резервів ($\Delta R > 0$) зменшує кут нахилу променя *EES* відносно осі *OP*. Точка рівноваги відкритої економіки рухатиметься вздовж кривої *EER* вправо-вниз: рівень цін зростатиме, а ставка відсотка – падатиме.

Висновки. Таким чином, модель взаємодії трьох ринків здатна відобразити як довоєнний, так і майбутній післявоєнний стан економіки України. Будучи доповнена елементами моделі Серрано – Сумми – Айдара, вона може бути використана і для більш докладного аналізу наслідків валютних інтервенцій Національного банку України.

Список використаних джерел

1. Engel C., Mark N. C., West K. D. (2007). Exchange rate models are not as bad as you think. *NBER Working Paper*, no. 13318. URL: <https://www.nber.org/papers/w13318>
2. Engel C., West K. D. (2005). Exchange rates and fundamentals. *Journal of Political Economy*, vol. 113, no. 3, pp. 485–517. URL: <https://www.ssc.wisc.edu/~cengel/PublishedPapers/EngelWestJPE.pdf>
3. Filardo A., Gelos R.G., McGregor T. (2022). Exchange-rate swings and foreign currency intervention. *IMF Working Papers*, vol. 2022, iss. 158. URL: <https://doi.org/10.5089/9798400215322.001>
4. Ishii H. (2018). Modeling and predictability of exchange rate changes by the extended relative Nelson–Siegel class of models. *International Journal of Financial Studies*, vol. 6, iss.3. URL: <https://doi.org/10.3390/ijfs6030068>
5. Jin Z., Wang H., Zhao Y. (2021). The macroeconomic impact of foreign exchange intervention: some cross-country empirical findings. *IMF Working Papers*, no. 2021/126. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4026301
6. Rime D., Sarno L., Sojli E. (2008). Exchange rate forecasting, order flow, and macroeconomic information. *IMF Conference on international macro-finance*, 24-25.04.2008. URL: <https://www.imf.org/External/NP/seminars/eng/2007/macrofin/drlses.pdf>
7. Longaric P.A. (2022). Foreign currency exposure and the financial channel of exchange rates. *ECB Working Paper Series*, no 2739. URL: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb.wp2739~7644717754.en.pdf>
8. Obstfeld M., Zhou H. (2022). The global dollar cycle. *Brookings papers on economic activity*. BPEA Conference Drafts, 8-9.09.2022. URL: <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2022/09/Obstfeld-Zhou-Conference-Draft-BPEA-FA22.pdf>
9. Serrano F., Summa R., Aidar G. (2021). Exogenous interest rate and exchange rate dynamics under elastic expectations. *Investigación económica*, vol. 80, no. 318, p. 3–31. URL: <https://www.scielo.org.mx/pdf/ineco/v80n318/0185-1667-ineco-80-318-3.pdf>

Боровик Тетяна

старший викладач

Палієнко Альона

викладач

Черкаський державний бізнес-коледж

Черкаси, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Визнаним постулатом сталого розвитку суспільства є доктрина, що саме освіта відіграє вагомую роль економічного зростання і розвитку країни. Стан та розвиток освіти окремої країни дає поштовх для розвитку науки та супроводжується безпосереднім впливом держави, яка здійснює фінансування та підтримку на законодавчому рівні, зазначених процесів. За підрахунками вітчизняних та зарубіжних дослідників витрати на освіту та науку складають майже третину валового національного продукту в розвинених країнах світу. Для України цей показник становить 6% у 2019 році, 6,6% у 2021 році. Виклики. З якими зіткнулася Україна з початку 2022 року кардинально змінили сталі вектори розвитку національної економіки, зокрема, витрати на освіту зменшилися на 21 млрд. грн. або на 12%. У 2023 році уряд визначив освіту третьою статтею видатків державного бюджету після національної безпеки та охорони здоров'я, і склали на поточний рік 156 млрд. грн., що складає 2,48% номінального ВВП [1]. В сучасних реаліях змінюються і підходи до розподілу коштів між закладами вищої освіти, що посилює конкурентну боротьбу між ними за розподіл ресурсів.

В умовах невизначеності та постійних суспільно-політичних викликів відбуваються зміни в урядовій політиці щодо розвитку вищої освіти на найближчу перспективу. Зазначені трансформації посилюють конкурентну боротьбу між закладами вищої освіти, відбувається пошук дієвих інструментів підвищення конкурентних переваг на ринку освітніх послуг. Згідно національної стратегії розвитку освіти України освіту визначено ключовим ресурсом соціально-економічного розвитку держави [1]. Реалізація стратегічних цілей передбачає «ефективність управління в системі вищої освіти, ... забезпечення якісної освітньо-наукової діяльності, конкурентоспроможної вищої освіти, ... привабливість закладів вищої освіти для навчання та академічної кар'єри» [2]. Посилення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг сприяють перегляду та оновленню стратегії розвитку закладу освіти, одним із важливих аспектів якого є формування позитивного іміджу, ділової репутації серед потенційних споживачів та стейкхолдерів [4, с. 106].

Важливим фактором посилення конкурентних переваг наразі є розширення можливостей міжнародного співробітництва. Світова спільнота відкрита до діалогу з українськими закладами вищої освіти через грантові програми, програми академічної мобільності, стипендії на навчання у провідних світових вузах, волонтерські освітні проекти тощо для учасників освітнього процесу.

Одним із чинників успіху (конкурентною перевагою) закладу вищої освіти є його позиція у авторитетних у міжнародному освітньому середовищі рейтингах, зокрема таких як, Webometrics Ranking of World's Universities, AD Scientific Index, UniRank Times Higher Education World University Ranking, оунд University Ranking, Scimago Institution Ranking тощо [5, с. 11].

Головною конкурентною перевагою закладу вищої освіти виступає людський капітал – учасники освітнього процесу: науковий потенціал та здобувачі освіти. Ключовими компетентностями для конкурентноспроможного фахівця затребуваного на ринку праці є:

- культура ведення бізнесу (володіння основами підприємницької діяльності і менеджменту);

- інформаційна культура (володіння основами інформаційної діяльності та знання новітніх інформаційних технологій);

- культура ділового спілкування (знання норм ділового етикету, норм усної та письмової ділової комунікації);

- правова культура (володіння основами права і нормами правової поведінки);

- іншомовна культура (здійснення міжкультурної ділової комунікації);

- психологічна культура (розуміння психологічних явищ, пов'язаних з діловими стосунками людей);

- економічної культури (володіння основами економічних теорій, мікро- і макроекономіки, маркетингу тощо) [6, с. 46]. І саме на заклад вищої освіти покладено функцію підготовки такого фахівця.

Висновок. Побудова конкурентного освітнього середовища та управління ним в умовах сучасних викликів є одним із ключових завдань формування стійких позицій закладу освіти, адже саме побудова інноваційного освітнього середовища спрямована на реалізацію стратегії розвитку та глобальну колаборацію.

Список використаних джерел

1. Бюджет 2023 року. Міністерство фінансів України. Веб-сайт. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_2023-582 (дата звернення 15.03.2023).

2. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року : Указ Президента України від 25 черв. 2013 р. № 344/2013. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/344/2013#Text> (дата звернення 13.01.2023).

3. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2022—2032 роки : розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 лют. 2022 р. № 286-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text> (дата звернення 13.01.2023).

4. Боровик Т.М., Устиченко С.В., Залозна Т.Г., Волощенко О.В. Інноваційне освітнє середовище як інструмент брендингу. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7 № 1. С. 96–106. DOI: 10.15276/mdt.7.1.2023.7

5. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021-2031 роки. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf> (дата звернення 15.03.2023).

6. Іванова І.В. Формування культурологічної компетентності майбутніх фахівців бізнес сфери у процесі навчання іншомовного професійного спілкування. *Вісник Житомирського державного університету. Педагогічні науки*. 2008. С. 45–46.

Дронова Тетяна

к.е.н.

Університет митної справи та фінансів

Дніпро, Україна

ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ – МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

З появою Інтернету інформаційні технології досягли свого максимального розвитку. Сьогодні безліч підприємств не тільки активно використовують інтернет-технології для бізнесу, а й поступово відмовляються від стандартних методів ведення діяльності, поступово перетворюючи основні ресурси у віртуальний сегмент. Багато компаній сьогодні у своїй діяльності використовують інтернет-технології.

На відміну від традиційних маркетингових методів просування продукції чи послуг використання всесвітньої павутини дає низку переваг: миттєвий доступ до інформації з будь-якої точки світу; можливість пошуку цільової аудиторії у цілодобовому режимі; більш ефективні методи просування товарів; ціна вкладень у маркетингову кампанію значно нижча, ніж за традиційного варіанту.

На прикладі інтернет-магазинів нами досліджено спосіб просування віртуальних підприємств з використанням ІТ-технологій (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз сайтів інтернет-магазинів

Показники	Estro	Vitto Rossi	Miraton
Індекс якості сайту (ІКС)	0,43	0,49	0,69
Назва сторінки	довжина: 53 символа	довжина: 43 символа	довжина: 20 символів
Картинки	12 картинок	25 картинок	0 картинок
Співвідношення Контент/HTML	30%	7%	57%
Flash	Flash контент на сторінці не складний	Flash контент на сторінці не складний	Flash контент на сторінці не складний
Iframe	вікно Iframe на сторінці не зафіксовано	вікно Iframe на сторінці не зафіксовано	вікно Iframe на сторінці не зафіксовано
Правильні ЧПУ посилання	всі посилання правильні	всі посилання правильні	всі посилання правильні

Продовження табл. 1

Показники	Estro	Vitto Rossi	Miraton
Внутрішні посилання	66 посилань, 0 посилань на файли	183 посилання, 2 посилання на файли	3 посилання, 0 посилань на файли
Favicon	сайт має іконку favicon	сайт має іконку favicon	сайт має іконку favicon
Застарілий код HTML	код HTML не застарів	код HTML не застарів	код HTML не застарів
Оптимізація під моб. телефон	Apple іконки Flash контент	Flash контент	Flash контент
XML карта сайта	сайт має правильну XML карту сайта	немає	немає
Robots.txt	веб-сайт має робочий файл robots.txt	веб-сайт має робочий файл robots.txt	немає
Аналітика	Є аналітичні програми Google Analytics	немає	немає

Джерело: складено автором за [1-3]

Провівши веб-аналіз трьох сайтів інтернет-магазинів, можна зробити висновок, щодо їх функціонування. У цілому, функціонал сайтів дуже схожий, у тому числі і в недоліках роботи веб-сайтів.

Висновок: для подальшого покращення функціонування сайтів інтернет-магазинів:

- підвищення конверсії сайту, покращення юзабіліті сайту, підвищення читабельності текстового контенту, сприйнятливості рекламних оголошень, корекція поведінки відвідувачів сайту та інше;
- регулярно проводити поглиблений та деталізований аналіз сайту;
- результати аналізу сайту треба втілювати на практиці у вигляді конкретних оптимізаційних заходів.

Список використаних джерел

1. Estro. URL: <https://www.estro.ua>
2. Miraton. URL: <https://www.miraton.ua>
3. Vitto Rossi. URL: <https://vittorossi.ua>

Крупський Олександр

канд. психол. наук, доцент

Стасюк Юлія

ст. викладач

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Дніпро, Україна

КОМІКС ЯК РУШІЙ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА

Економічна культура – це сукупність знань, умінь та цінностей, які визначають ставлення суспільства до економіки та регулюють його економічну поведінку [1]. Розвинута економічна культура є важливою передумовою для ефективного розвитку економіки та підвищення рівня життя людей. У цьому контексті, комікс вже відіграє важливу роль як інструмент формування загальної культури суспільства. Згідно з дослідженнями 2019 року майже половина (46%) респондентів у віці від 18 до 29 років вважали себе прихильниками коміксової культури [2], а це представники саме того покоління, яке має суттєво інші очікування від роботи, й створює своєрідний виклик традиційним поглядам роботодавців [3, 4]. Зараз економічна культура розглядається як складова сукупності культурних цінностей, що відображає особливості взаємодії суспільства та економіки [5]. Зміцнення економічної культури сприятиме розвитку економічної грамотності та фінансової культури населення.

Комікс вже давно вийшов за межі презентації пригод супергероїв, і є присутнім практично в кожному напрямі професійної діяльності [6]. Комікс пройшов довгий (майже 100-річний) шлях від суто розважального продукту до продукту, який став носієм інноваційних наукових поглядів та новітніх соціальних тенденцій [7]. Він є важливим культурним продуктом, який суттєво впливає на сучасне суспільство. Головним фактором, що зумовлює вплив коміксів на економіку, є їх високий рівень популярності. Комікси мають велику кількість шанувальників, що, з одного боку, сприяє розвитку ринку коміксів, і, з іншого боку, завдяки великій аудиторії прихильників створює нові можливості для формування культурних паттернів. Комікс має відповідати потребам суспільства та містити повідомлення, які можуть стимулювати потребу до освоєння, застосування та підтримання необхідних поведінкових норм, тим самим впливаючи на культурний фон суспільства.

В економічній культурі традиційно виділяють кілька рівнів. Перший рівень – це знання про економічну систему, її роль, функції, можливості та засоби впливу на прийняття рішень (когнітивні орієнтації). Другий рівень – це відчуття економічної системи, її структури, ролей та функцій. Третій рівень – це судження, думки та уявлення про економічну систему, які складаються з комбінації ціннісних стандартів і критеріїв, інформації та емоцій (оцінні орієнтації). Четвертий рівень – найбільш поширені в конкретному суспільстві

моделі економічної поведінки. На всіх рівнях формуються економічні цінності, ідеали, норми, стереотипи та міфологеми [8].

У процесі дорослішання людина засвоює основні складові елементи економічної культури, а саме:

1. Економічні цінності, які є функцією від життєво-побутових, предметно-матеріальних та соціально-економічних цінностей, та впливають на економічну активність особистості. Економічні цінності завжди загальноприйняті у свідомості сталих груп, завдяки чому і формується «мода» на цілі, які повинна досягти людина в своїй економічній діяльності [9].

2. Економічні норми – це загальні стандарти, які формують поведінку людей в економічній сфері в певних умовах; визначають, які дії вважаються прийнятними та регулюють економічні відносини в суспільстві.

3. Економічні стереотипи – це спрощені, узагальнені та часто вкорінені у переконаннях уявлення про економічні об'єкти, явища та процеси, які забарвлені особистими ціннісними орієнтаціями людини.

4. Економічні міфологеми – це статичні уявлення, що базуються на віруваннях, та допомагають систематизувати факти та події, та структурувати колективні уявлення про сучасне та майбутнє в економіці.

Саме в час дорослішання людина звертається до коміксу. Культурна соціалізація дитини (набуття та відтворення дитиною соціально-культурного досвіду, заснованого на її діяльності, спілкуванні та взаєминах) формується шляхом спроб і помилок. І комікс, як звичний інструмент пізнання світу [10] може допомогти візуалізувати складні економічні концепції та процеси, зробити їх доступнішими та зрозумілішими для широкої аудиторії. Крім того, за рахунок використання героїв та сюжетних ліній для передачі етичних принципів та практик в економічній поведінці можна сформувані загальні шаблони та очікування в економічній сфері. Наприклад, комікс про бізнес-лідерів, які дотримуються високих стандартів корпоративної соціальної відповідальності, сприятиме формуванню етичних норм у бізнес-середовищі [11]. Комікс впливає на формування економічних норм через візуалізацію складних економічних концепцій та процесів, передачу етичних принципів та практик в економічній поведінці та соціальну мобілізацію [12].

Комікс є важливим культурним продуктом, який впливає на суспільство, і як наслідок, на економічну культуру і особистості, і суспільства. Завдяки популярності, комікс-культура впливає на економіку, через, наприклад:

1) рекламу: комікси часто використовують для прямої та/або прихованої реклами товарів і послуг, що дозволяє стимулювати попит та збільшити обсяги продажів. Аналогічно і для інших напрямів, комікс є провідником як конструктивних, так і деструктивних поглядів на процеси у суспільстві;

2) створення нових ринків: комікси можуть сприяти ситуації «створення незадоволеної потреби» на товари та послуги, зокрема в галузі видавництва, продажу фігурок, іграшок, одягу, геройського мерча (продукції) тощо;

3) створення робочих місць: розвиток комікс-індустрії може створити нові робочі місця, зокрема для художників, письменників, редакторів, видавців, акторів, модельєрів та інших фахівців;

4) розвиток технологій: видання та розповсюдження коміксів вимагає розвитку технологій друку, зберігання та передачі даних, що сприяє розвитку відповідних галузей економіки. Крім того, комікси є популяризаторами як класичної науки, так і наукового мейнстріму [7].

5) культурний туризм: комікс-культура стає каталізатором зацікавленості щодо місць, локацій, будівель, де відбуваються відповідні сюжетні колізії.

Отже, комікси мають важливе значення для економічної культури суспільства, вони впливають на соціальну та культурну сфери суспільства, сприяючи розвитку освіти та креативної індустрії, а також формуючи моральні та соціальні цінності. Подальший розвиток та популяризацію коміксів необхідно використовувати як інструмент формування свідомої економічної культури.

Список використаних джерел

1. Крупський О.П., Стасюк Ю.М. Економічна культура як фактор інноваційного розвитку економіки країни. *Інноваційна економіка*. 2012. №9(35). С. 56–60. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/293755661.pdf>.
2. Watson A. Fans of comic books in the U.S. 2019, by age group. *STATISTA*. 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/1005439/comic-book-fans-us-by-age/>.
3. Aldjic K., Farrell W. Work and Espoused National Cultural Values of Generation Z in Austria. *European Journal of Management Issues*. 2022. №30(2). P. 100–115. <https://doi.org/10.15421/192210>.
4. Ganner J., Kerschbaumer L., Tanzer C. Enhancing and Restricting Factors of Formal Voluntary Engagement in Tyrol and the Impact of the Pandemic. *European Journal of Management Issues*. 2021. №29(2). P. 73–82. <https://doi.org/10.15421/192107>.
5. Москаленко В. В., Шайгородський Ю. Ж., Міщенко О. О. *Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект [монографія]*. К.: Вид-во „Центр соціальних комунікацій”. 2012. 348 с.
6. Kuttner P. J., Weaver-Hightower M. B., Sousanis N. Comics-based research: The affordances of comics for research across disciplines. *Qualitative Research*. 2020. №21(2). P. 195–214. <https://doi.org/10.1177/1468794120918845>.
7. Hudoshnyk O., Krupskyi O. P. Science and comics: from popularization to the discipline of Comics Studies. *History of Science and Technology*. 2022. №12(2). P. 210–230. <https://doi.org/10.32703/2415-7422-2022-12-2-210-230>.
8. Zubiashvily I. Essence of the Economic Persons' Culture and its Role in The Economic Socialization. *Psychological Journal*. 2019. №5(2). С. 163–183.
9. *Еволюція цінностей в епоху глобалізації: збірник наукових праць*. За заг. ред. О. В. Зернецької. Державна установа «Інститут всесвітньої історії НАН України». К.: ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України», 2019. 214 с.
10. Hudoshnyk O. Comics as a Tool of Modern Scientific Communication. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. №22. P. 54–60. <https://doi.org/10.15421/292206>.
11. Rapp A., Ogilvie J., Bachrach D. G. Sales leadership icons and models: How comic book superheroes would make great sales leaders. *Business Horizons*. 2015. Vol. 58. №3. P. 261–274.
12. Gerde V. W., Foster R. S. X-Men ethics: Using comic books to teach business ethics. *Journal of Business Ethics*. 2008. Vol. 77. PP. 245–258.

Муштай Валентина

к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет

Суми, Україна

НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК НАПРЯМ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Сучасні умови функціонування суб'єктів туристичного бізнесу потребують від них використання в практичній діяльності інноваційних та вдосконалених інструментів маркетингу, механізмів формування попиту споживачів туристичних продуктів засобами маркетингових комунікацій, інноваційних підходів, особливо, що стосується прощтовхування туристичних продуктів на ринку. Впровадження туристичними підприємствами новітніх маркетингових технологій щонайменше обумовлює збільшення продажів туристичних продуктів та задоволення попиту клієнтів на якісні туристичні послуги, а в кінцевому підсумку створює передумови та можливості розвитку туристичних підприємств та покращує результативність їх діяльності. Саме тому, традиційний маркетинг в туристичній галузі поступово витісняється нетрадиційним маркетингом, який базується на інноваційних підходах та принципах. Серед новітніх напрямів туристичного маркетингу слід виокремити нейромаркетинг, який зовсім нещодавно увійшов в індустрію туризму і сьогодні успішно використовується багатьма відомими туроператорами.

Серед основних завдань, що вирішуються туристичними підприємствами в процесі їх діяльності є привертання уваги максимальної кількості туристів, задля отримання запланованого прибутку, чому власне й сприятиме саме використання нейромаркетингу як нового напрямку інноваційного туристичного маркетингу, що дозволяє сформувати прихильність споживачів до сприйняття бренду туристичної компанії чи регіону.

Нейромаркетинг будується на дослідженні свідомості споживача. Методи нейромаркетингу спрямовані на е, щоб викликати у споживачів позитивні емоції й запускати приховані образи метафори, які й стимулюють купівлю.

Нейромаркетинг – персонально-диференційований маркетинговий підхід у вивченні споживчої поведінки, нова область практики, яка використовує досягнення неврології, які дозволяють визначити особливості споживчої поведінки у відповідь на різноманітні маркетингові стимули [1, с. 23].

Для впливу на споживчу поведінку у нейромаркетингу використовують різні канали сприйняття інформації, а саме зір, нюх, слух, смак, дотик тощо. Такий підхід обумовлено тим, що основним джерелом емоцій та вражень які прагне отримати турист в процесі споживання туристичного продукту є саме сенсорні системи або органи чуття людини.

У зв'язку з цим, варто використовувати нові технології просування, концепція яких полягає у врахуванні вічуттів, емоцій та вражень споживачів, тобто впливу на сенсорні системи, а це методи нейромаркетингу. Щоб використовувати такі технології, необхідно визначити на які індикатори

відчуттів вплив повинен бути більший, на які менший, а на які потрібно впливати водночас для підсилення ефекту [2]. Такий підхід вимагає складання так званого «сенсорного» портрету уподобань споживача туристичних послуг. В самому портреті мають відображатися саме ті сенсорні чуття людини, спрямований вплив на які дозволить туристичному підприємству більш ефективно впливати на поведінку клієнтів, забезпечуючи в такій спосіб більше емоцій та вражень як кількісно, так і якісно.

Туризм, у якому використовуються технології нейромаркетингу, зараз набирає обертів, проте в переважній більшості використовується вплив на одну або декілька сенсорних систем людини. Прикладами можуть бути звукові технології нейромаркетингу (музичний супровід та звукові повідомлення), технології впливу через задіяння сенсорних систем дотику (матеріал меблів в готелі), смаку (дегустації їжі та напоїв, добавки) та запаху (аромамаркетинг), технології візуального сприйняття (кольори, упаковка, відеореклама) [3, с. 26].

Найчастіше маркетологи туристичних підприємств, використовують зорові та слухові методи впливу на споживачів своїх цільових сегментів, проте зараз все більшої популярності набуває аромамаркетинг та маркетинг смаку, які впливають на нюхову та слухову сенсорні системи клієнтів. Всі ці методи нейромаркетингу впливають на асоціативну пам'ять індивідуума, що надалі впливає підсвідомо на здійснення вибору та дозволяє в подальшому туристичному підприємству створити власну постійну клієнтську базу та працювати над залученням потенційних споживачів.

Методи нейромаркетингу дозволяють вимірювати фізіологічні та нейронні сигнали, задля отримання уявлення про мотивацію та уподобання споживачів туристичних продуктів, рішення клієнтів, щодо купівлі турів. Зібрана в такий спосіб інформація має стратегічне значення для туристичного підприємства, оскільки сприяє інформуванню та розробці креативної реклами, створенню конкурентоспроможного туристичного продукту якого потребує ринок, формуванню адекватного ціноутворення тощо.

Висновок. Туристичні підприємства мають більше застосовувати в своїй практичній діяльності психоемоційні методи нейромаркетингу задля створення інноваційних напрямів та дестинацій в туризмі, що обумовлюватиме вибір споживачів, забезпечуватиме задоволення їх туристичних потреб, сприятиме підвищенню іміджу та конкурентоспроможності підприємств туристичного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Касенкова К.В. Нейромаркетинг як інноваційний стратегічний інструмент маркетингової діяльності підприємств в сфері обслуговування. *Комунальне господарство міст*. 2020. Т 2. Вип. 155. С. 23–28.
2. Кулиняк І. Я., Коваль С. О. «Сенсорний» портрет уподобань туриста: маркетингові дослідження. *Економіка і суспільство*. 2022. Вип. 44.
3. Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Коваль С.О. Соціологічне дослідження сприйняття респондентами впливу технологій нейромаркетингу під час туристичної подорожі. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 23. С. 25–31.

Острияніна Світлана

к.е.н., доцент

Єгоришев Іван

здобувач бакалаврського рівня вищої освіти

Вищого навчального закладу Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСНОВНІ ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Трансформаційні зміни в економіці України передбачають основні тенденції і концепції, які пред'являють нові вимоги до організаційної структури підприємства, що полягають, головним чином, у вдосконаленні системи управління в цілому та організаційної структури зокрема як однієї з найважливіших її складових.

Проблемам формування та вдосконалення організаційних структур підприємств присвячені роботи багатьох вітчизняних і закордонних авторів.

Швейцарські економісти Й. Рюегг-Штюрм та Л. Ахтенхаген [4, с. 49] вважають, що організаційна структура – це цільна система взаємозалежних структурних, культурних, просторових і технологічних компонентів, яка надає внутрішньому потоку подій певне спрямування, образ і порядок. Організаційна структура забезпечує функціонування та розвиток підприємства як єдиного цілого. Завдяки організаційній структурі менеджер одержує потрібну інформацію для ухвалення управлінських рішень та доводить свої розпорядження до відповідних підрозділів підприємства.

На думку Л.І. Шваб, організаційна структура управління підприємством – форма системного управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів із використанням лінійних, функціональних і міжфункціональних зв'язків у процесі спілкування [3, с. 59].

У дослідженнях інших науковців зазначено, що під структурою управління розуміється упорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що забезпечують функціонування і розвиток організації як єдиного цілого. Її визначають також як форму розподілу і кооперації управлінської діяльності, в рамках якої здійснюється процес управління за відповідними напрямками, спрямованими на вирішення поставлених завдань [2, с. 18].

Водночас, в процесі формування чи вдосконалення організаційної структури підприємства необхідно враховувати чинники, що впливають на її якість.

Серед чинників є група регульованих і нерегульованих, а також таких, що виявляють безпосередній або опосередкований вплив. До найбільш вагомих чинників належать: розміри виробничої діяльності підприємства (середнє, мале, велике); виробничий профіль (спеціалізація на виробництві одного виду

продукції або широкої номенклатури виробів різних галузей); характер продукції, що виробляється, та технологія її виробництва (продукція видобувних чи обробних галузей, масове чи серійне виробництво); сфера інтересів підприємства (орієнтація на місцевий, національний чи зовнішній ринок); масштаби зарубіжної діяльності і форми її здійснення (наявність дочірніх підприємств за кордоном, в т. ч. виробничих, збутових тощо); характер об'єднання (концерн, фінансова група тощо).

Варто відмітити, що структурні зміни повинні носити стратегічний характер, тобто ефективність структурних перетворень буде багато в чому залежати від того, наскільки запропонований варіант організаційної структури відповідає стратегії розвитку підприємства.

Розробку програми структурних перетворень підприємства автори вважають доцільним розглядати як процес, етапи якого представлені на рис. 1.



Рис. 1. Рекомендовані етапи розробки програми структурних перетворень на підприємстві*

** Джерело: укладено автором на основі [1]*

Здійснення першого етапу розробки – діагностики, аналізу та оцінки організаційної структури – має здійснюватись із використанням системного підходу до методики дослідження організаційної структури.

Виділення етапу виявлення проблем організаційної структури та визначення її стану обумовлено тим, що тільки при наявності чіткого формулювання проблеми можливе її найбільш повне вирішення.

Етап визначення цілей є невід'ємною частиною процесу розробки програми структурних перетворень, оскільки саме на цьому етапі відбувається формування майбутнього образу організаційної структури і очікуваних результатів діяльності підприємства в цілому з урахуванням всіх виявлених недоліків та перспектив розвитку.

Побудова дерева цілей є наступним етапом в процесі створення програми структурних змін і передбачає деталізацію вибраної мети на під цілі, а потім поділ продовжується до відносно простих робіт та заходів. Враховуючи невдачі організаційних перетворень, у визначенні варіантів досягнення намічених цілей мають приймати участь не тільки менеджери підприємства, але й рядові співробітники, оскільки інколи найбільш оптимальне рішення можуть запропонувати якраз спеціалісти, які безпосередньо займаються виконанням тієї чи іншої задачі.

Заключним етапом розробки програми структурних перемін є документальне оформлення програми і представлення її на узгодження та затвердження. Варто зазначити, що ефективність розробленої програми буде багато в чому залежати від якісного виконання кожного розглянутого етапу.

Висновок. Таким чином, послідовність та реалізація на підприємстві наведених етапів вдосконалення організаційної структури передбачає закріплення за основними підрозділами і посадовими особами підприємства функцій щодо вирішення завдань структурного вдосконалення, розподілу між ними відповідних повноважень і відповідальності.

Список використаних джерел

1. Мартиненко В.П. Програма структурних перетворень промислового підприємства. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. К., 2008. № 26. С. 77-79.
2. Продіус І.П., Пріступа М.П. Удосконалення організаційної структури управління промислового підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2012, № 3-4 (4-5). С. 17-22. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>
3. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-е вид. Каравела. 2005, 568 с.
4. Шорохов В. Особливості еволюції організаційних структур управління підприємством. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 44. С. 48–57.

Пакуліна Алевтина

к.е.н., доцент

Шумаков Б.

здобувач магістерського рівня вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Харків, Україна

ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Перехідною фазою від дитини до дорослої особи є молодість. Це перехід особистості до незалежності. Трудовий статус є важливою ознакою під час цього переходу. Молоде покоління вважає, що робота є одним із факторів незалежності від батьків, та може надати їм власний вибір. Але знайти роботу є не найлегшим завданням.

До однієї з важливих макроекономічних проблем відноситься безробіття. Оскільки безробіття не нова проблема, але у воєнний час серед молоді вона набуває особливого значення в соціальній сфері, а тому вона стає особливо актуальною в наш час. В сучасних умовах молодь нашої держави, яка закінчила навчальний заклад, все частіше стикається з невдачами і відчуває себе зайвою на ринку праці. Недостатня кількість вільних робочих місць, незадовільні умови праці, висока конкуренція на ринку праці, відсутність державних гарантій зайнятості та багато інших чинників, усі вони підштовхують до невизначеності молоді у своєму майбутньому та вимагає шляхів вирішення.

Воєнний стан завдав великих змін ринку праці. Значна кількість працездатного населення залишилась без робочих місць та коштів для існування, хтось змушений був стати ВПО чи мігрувати за кордон, а деяка частина населення продовжує працювати на території де проводяться військові дії.

Найважливішою складовою працездатного населення є молодь, яка є двигуном соціально-економічного розвитку України.

Основні причини безробіття молоді:

- низька заробітна плата;
- відсутність престижу обраної професії;
- небажання роботодавців брати без досвіду роботи;
- відсутність кар'єрного росту;
- неофіційна робота.

Усі ці причини впливають на мотивацію та на небажання працювати в Україні, що призводить до міграції працездатного населення.

Зайнятість молоді частини суспільства займає важливе місце у загальній сфері зайнятості. Але вона має свої певні проблеми та специфічні заходи їх вирішення. Окремі виміри зайнятості молоді мають дещо свою специфіку та різновиди:

- стать;
- вік;
- етнічне походження;
- рівень освіти;
- стан здоров'я.

Це все є важливим, тому що вразлива група молоді може перестати шукати роботу, бо вони втрачають надію та довіру до системи управління, яка у свою чергу може призвести до економічної та політичної нестабільності.

Основні передумови виникнення безробіття під час воєнного стану:

- демографічна криза під час воєнного стану;
- нестабільна економічна ситуація;
- зниження темпу економічного розвитку;
- інфляція (зниження реальних доходів населення) ;
- сезонні коливання виробництва.

Тому можемо сказати, що безробіття молоді частини населення призводить до зниження економічного розвитку держави, поширення нелегальних робіт, трудової міграції тощо.

Способи вирішення проблем зайнятості молоді:

- збереження ефективно функціонуючих робочих місць та створення нових;
- розвиток малого бізнесу та підприємницької діяльності;
- гарантування працевлаштування після закінчення навчання;
- зниження податків за умови збереження робочих місць;
- відповідність законодавства України до міжнародних норм;
- надання державою пільгових кредитів для виплати зарплати додатково зайнятим на виробництві, які за розміром будуть дорівнюватись зарплаті.

Таким чином, розглядаючи усі ці способи вирішення проблеми працевлаштування може підштовхнути до розвитку усієї економіки в країні, та сприятиме становленню України як розвиненої та стабільної держави.

Висновок. Отже, можна сказати, що з початком бойових дій ринок праці України опинився у певному колапсі та відчув на собі панічні настрої населення щодо подій, котрі відбуваються в країні. Але ж все таки проблема працевлаштування була та залишилася, і якщо держава не буде достатньо звертати увагу на дану проблему, то неможливо буде нормалізувати економіку. Для покращення даного становища потрібно: створення робочих місць, сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, створення оплачуваних місць при проходженні практики студентам тощо. Чинне законодавство надає широкі гарантії для підтримки молоді. Проте немає механізму реалізації в повному обсязі. Держава повинна враховувати інтереси цієї молоді вікової групи.

Список використаних джерел

1. Слюсар С.Т. Аналіз безробіття в Україні проблеми і шляхи вирішення його подолання. *Економіка АПК*. 2018. № 5. С. 86
2. Кваша О. С. Ринок праці в Україні: аналіз сучасного стану та перспективи розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. URL: Кваша О.С. Ринок праці в Україні: аналіз сучасного стану та перспективи розвитку (global-national.in.ua)

Пасенко Вікторія

к.е.н, доцент

Крот Юлія

к.е.н, доцент

Павелко Яна

здобувачка магістерського рівня вищої освіти
Черкаський державний технологічний університет
Черкаси, Україна

ІННОВАЦІЇ ЯК ПОКАЗНИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ

У сучасних умовах глобалізації та тісної співпраці між країнами, забезпечення конкурентоспроможності є ключовим питанням ведення господарської діяльності. Кожна держава бажає збільшити свою конкурентоспроможність на міжнародному ринку, а це призводить до зростання торгівлі, інвестицій, довіри громадян та їхнього добробуту. Однак, володіння великою кількістю ресурсів не є достатньою умовою для забезпечення конкурентоспроможності. Досвід розвинених країн показує, що інноваційна активність допомагає покращувати виробничі та управлінські процеси, а також створювати нові продукти, що задовольняють потреби людей. Ці зміни на основі інновацій надають конкурентну перевагу перед іншими, що є метою кожної компанії або країни [1-2].

Існує безліч визначень поняття «інновації» у роботах вітчизняних та зарубіжних дослідників, але вони збігаються в тому, що інновації передбачають втілення нової ідеї, яка відповідає на нові вимоги суспільства або вирішує існуючі проблеми. Реалізація інновацій має позитивний вплив на всі сфери життя, як на мікрорівні (наприклад, окремі компанії, промислові галузі), так і на макрорівні (наприклад, економіка країни, світове господарство).

У країнах, що розвиваються, коли всі ресурси спрямовані на базові компоненти, запозичення технологій з інших країн може стати корисним інструментом. Погоджуємося з думкою А. Касич, який у своїй праці зазначив, що «Дійсно, всі країни, що розвиваються, в сучасних умовах можуть імпортувати однакові технології. Однак далеко не всі використовують це для забезпечення технологічного розвитку. Важливо не залишатися пасивним користувачем технологічно місткої імпортової продукції, а на її основі стимулювати розвиток аналогічних вітчизняних виробництв» [3]. Тобто, не достатньо просто імпортувати технологію – важливим є активне використання і стимулювання розвитку вітчизняних технологій на основі запозиченої технології.

Від виробників України вимагають відповідності стандартам якості та виробничих процесів, а на державному рівні – наявності необхідної нормативно-правової бази, сприяння та необхідного фінансування, щоб відповідати європейській спрямованості країни. У той же час, для підвищення конкурентоспроможності на макрорівні та мікрорівні, для досягнення успіху на міжнародних ринках, Україні необхідно створити свої власні переваги, використовуючи інновації для досягнення мети (рис. 1).

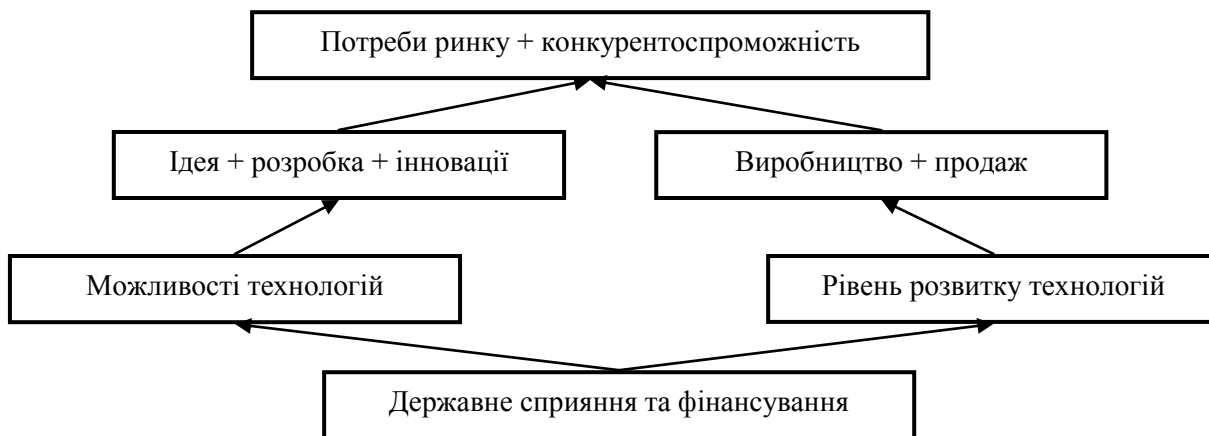


Рис. 1. Залежність складових інноваційного процесу

Незважаючи на те, що інноваційна діяльність отримала увагу в регіональних та національних стратегіях розвитку, законах та концепціях, питання стимулювання інноваційної діяльності не є пріоритетом державної політики в Україні, а це призведе до недостатньої конкурентоспроможності на глобальному ринку. Тому потрібно дослідити зв'язки між конкурентоспроможністю та інноваціями, їхню взаємодію та вплив одне на одного, визначити інструменти для посилення їх інноваційного потенціалу [4].

Сучасний стан економічного зростання характеризують такі елементи: інновації, конкурентоспроможність та конкуренція, які тісно пов'язані між собою (рис. 2). Можна визначити рівень конкурентоспроможності підприємств, порівнюючи їх найбільш суттєві показники діяльності, а визначення рівня конкурентоспроможності є результатом такого порівняння.



Рис. 2. Взаємозв'язок елементів економічного зростання

Серед завдань, які потрібно здійснити для досягнення успіху, можна назвати наступні: забезпечення фінансових та матеріальних ресурсів для інновацій, особливо у стратегічних галузях промисловості; проведення аналізу конкурентоспроможності в різних галузях, в разі необхідності розробити та впровадити заходи для їх підвищення; розробити пропозиції щодо розвитку

пріоритетних напрямів інноваційної діяльності; участь у створенні та виготовленні сучасної конкурентоспроможної продукції; управління науково-технічною та інноваційною діяльністю, а також координація та контроль за реалізацією інноваційної політики [5].

Необхідно створити умови для чесної конкуренції в усіх сферах економіки, яка є ключовим стимулом для інноваційного розвитку, адже конкуренція змушує суб'єкти господарювання створювати та впроваджувати нові види продукції та інноваційні технології у різних сферах діяльності. Інновації допомагають збільшити конкурентоспроможність товарів і послуг, їх успішне виведення на внутрішній та міжнародний ринки стає мотивацією для подальшого інноваційного розвитку.

Висновок: Ключовим фактором успішного курсу є програма, що націлена на стимулювання інноваційного розвитку, що й повинно стати основним пріоритетом для нашої країни. Для досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку, необхідно привести у відповідність нормативно-правові інструменти, які містять в собі розробку стратегій та програм для інноваційного розвитку, захист прав на інтелектуальну власність, підтримку інвестиційної діяльності підприємств, міжнародну торгівлю новими технологіями та переглянути норми оподаткування.

Список використаних джерел

1. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: монографія. Вип. 2 / за ред. К. В. Ковтуненко. Херсон: Грінь Д.С., 2017. 906 с.
2. Терешко Ю. В., Петрашевська А. Д. Економічне обґрунтування інноваційних рішень: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ, 2016. 116 с.
3. Касич А. О. Досвід формування національних інноваційних систем у країнах, що розвиваються. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 5. С. 46-49.
4. Зянько В. В., Спіфанова І. Ю. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2015. 168 с.
5. Закон України від 26 листопада 2015 року № 848-VIII «Про наукову і науково-технічну діяльність». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>.
6. Єрмакова О.А. Інструменти державної інноваційної політики України в контексті впровадження європейського досвіду. *Механізм регулювання економіки*. 2016. № 1. С. 85-96.

Пікулик Оксана

к.е.н., доцент

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Луцьк, Україна

ІННОВАЦІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ В КРАЇНАХ ЄС В УМОВАХ СУЧАСНИХ БЕЗПЕКОВИХ ЗАГРОЗ

Інновації та дослідження відіграють важливу роль в сучасному розвитку держав. Ефективна інноваційна діяльність сприяє економічному зростанню як країни загалом, так і окремих її компаній та підприємств.

Важливість інновацій в розвитку країн ЄС обумовлюється не тільки користю для споживачів та підтримки конкурентоспроможності ЄС на світових ринках, але і покращенням якості життя, створенням більш привабливих робочих місць та побудови суспільства з сприятливим екологічним та безпечним середовищем. Інноваційна політика сприяє виведенню ідей на ринок та базується на взаємодії між політикою технологічного розвитку й досліджень та промисловою політикою [1]. Адже інновації повинні забезпечувати перетворення результатів дослідження на нові та кращі продукти і послуги. Це дозволяє покращити рівень життя й безпеки та займати конкурентні позиції та світових ринках.

Важливими факторами для інновацій є також такі елементи, як маркетинг, покращення організаційної продуктивності, розробка процесів і продуктів, дизайн. Інноваційна політика більший акцент робить на створенні та розвитку систем підтримки та інфраструктури, які сприяють збільшенню можливостей засвоювання технологій. В цьому контексті важливими є не тільки розповсюдження передових виробничих технологій та усунення внутрішніх перешкод для поширення технологій на рівні фірми, а також і підтримка системно-орієнтованих та інтегрованих підходів до інновацій [2].

Дослідження та інновації в ЄС відіграють важливу роль у вирішенні питань безпеки. Зокрема, в рамках реалізації таких проєктів для органів влади ЄС та національних урядів, окремих компаній та підприємств надаються сучасні технології та дані, які відіграють стратегічну роль у забезпеченні європейської безпеки. У рамках програми досліджень та інновацій ЄС Horizon Europe на період 2021-2027 рр., для досліджень цивільної безпеки передбачено 1,6 млрд євро. Зокрема, акцент робиться на таких пріоритетах політики:

- ефективно управління зовнішніми кордонами ЄС;
- підвищення рівня кібербезпеки;
- захист від тероризму та злочинності;
- стійкість європейського суспільства до стихійних лих;
- надійна робота інфраструктури [3].

Країни ЄС беруть участь у проведенні щорічних заходів (подій) з дослідження безпеки (Security Research Event – SRE), на яких представники урядів, промисловості, науково-дослідницьких установ обговорюють поточні виклики для безпекових досліджень в Європі. Зокрема, у 2018 р. SRE продемонструвала результати досліджень та інновацій, пов'язаних із безпекою, на тему «Зробити Європу безпечнішим місцем – демонстрація впливу досліджень безпеки, що фінансуються ЄС». У 2019 р. SRE присвячено темі «Налагодження мостів: сприяння виходу на ринок шляхом зміцнення синергії між дослідженнями безпеки та іншими інструментами фінансування». Зокрема, акцент було зроблено на необхідності поглиблення взаємозв'язків співпраці між схемами фінансування з метою успішного впровадження на ринку позитивних результатів досліджень безпеки. Важливим також є розгляд країнами ЄС загроз, що породжуються новими тенденціями та досягненнями технологічного розвитку, зокрема такими, як штучний інтелект [4].

В рамках програми ЄС Horizon Europe створена Європейська рада інновацій (EIC). Її бюджет становить 10,1 млрд євро на підтримку інновацій,

протягом усього життєвого циклу – від дослідження на ранніх стадіях до підтвердження концепції, передачі технологій, а також фінансування та розширення стартапів та малих і середніх підприємств. Програма Європейської ради інновацій на 2023 р. містить оновлений набір «Викликів ЕІС». Понад півмільярда євро надається стартапам для розробки майбутніх технологій, які сприятимуть досягненню цілей ЄС щодо прискорення розгортання відновлюваних джерел енергії, забезпечення безпеки постачання напівпровідників і безпеки ланцюгів постачання харчових продуктів, а також екологічно чистого будівництва [5].

З метою оцінки сильних та слабких сторін інноваційних систем країн, а також визначення проблем у даній сфері, здійснюється порівняльний аналіз ефективності інновацій в європейських країнах, а також їх сусідів. Такі дані відображені в Європейському Інноваційному табло (European Innovation Scoreboard) [6]. Комплексна оцінки ефективності інновацій базується на системі 32 показників, які згруповані за 12 окремими параметрами. В першу чергу, враховуються інвестиції підприємств та фірм у дослідження та нові наукові розробки, привабливі дослідницькі системи, а також використання інформаційних технологій.

Аналіз Європейського інноваційного табло 2022 р. свідчить, що протягом 2015-2022 рр. практично всі країни члени ЄС зуміли покращити інноваційні показники. Найбільше зростання за даний період спостерігалось на Кіпрі, у Литві, Греції, Естонії та Чехії. До країн, в яких зростання ефективності інновацій відбувалось швидше, ніж в середньому в ЄС, відносяться Польща та Хорватія.

Протягом 2015-2022 рр. країни ЄС певною мірою скоротили розрив у інноваційній ефективності з такими країнами, як Канада, США, Австралія та Південна Корея. Також загалом покращилися відносна позиція інноваційної ефективності щодо глобальних конкурентів, за винятком Китаю [6].

Таким чином, дослідження та інновації залишаються важливою сферою співпраці ЄС в контексті сучасних загроз. Спільні зусилля країн у даній галузі сприяють вирішенню як важливих безпекових питань, так і збільшенню можливостей засвоєння технологій. Зростання ефективності інновацій у країнах ЄС протягом останніх років свідчить про ефективну організацію співпраці у сфері досліджень та технологій.

Список використаних джерел

1. Innovation policy. European Parliament. URL: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/67/innovation-policy>
2. Broad-based Innovation Policy for All Regions and Cities. OECD-iLibrary. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9748266c-en/index.html?itemId=/content/component/9748266c-en> (Accessed 20 March 2023)
3. European Commission. Directorate-General for Research and Innovation. Making EU countries more secure : EU research and innovation tackles challenges to civil security, Publications Office of the European Union, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2777/700269> (Accessed 20 March 2023)

4. European Commission. Security Research Event. URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/policies/internal-security/innovation-and-security-research/security-research-event_en (Accessed 20 March 2023)

5. European Innovation Council. URL: https://eic.ec.europa.eu/eic-2023-work-programme_en (Accessed 20 March 2023)

6. European innovation scoreboard. European Commission URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard_en#european-innovation-scoreboard-2022 (Accessed 18 March 2023).

Рибалко-Рак Леся

к.е.н., доцент

Кужель Наталія

старший викладач

Цюпа Анастасія

здобувачка магістерського освітнього рівня

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Полтава, Україна

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Прикладні аспекти альтернативного вибору та формування стратегій реалізації конкурентних переваг підприємства мають ґрунтуватися на результатах моніторингу та діагностики фінансово-господарського стану господарюючого суб'єкту та його споживчої привабливості, що можливо реалізувати в межах оцінки конкурентоспроможності.

Дослідження теоретико-практичних аспектів конкурентоспроможності започатковано в наукових доробках Адама Сміта («Дослідження про природу і причини багатства народів», 1786 р.), та набуло розвитку в працях Давида Рікардо, яким було введено поняття порівняльних переваг держав, що й до тепер є базисом основ теорії міжнародної торгівлі. В умовах сьогодення вітчизняними та іноземними вченими створено методологію вибору альтернатив конкурентної стратегії підприємства, що відображено в дослідженнях І. Ансоффа, А. Марченко, Л. Шимановської-Діанич, О. Виноградової, Г. Козаченко, Т. Лепейко, М. Рогози, М. Книша, А. Дайана, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Мінцберга, М. Портера, А.Дж. Стрікланда, А.А. Томпсона і інших. Стратегія конкуренції підприємства є основою конкурентної поведінки на ринку і визначає напрями забезпечення переваг над конкурентами, тому її дослідження лишається важливим і своєчасним у сучасних ринкових умовах господарювання.

Гостра конкурентна боротьба супроводжується постійною прогресуючою появою, як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, значної кількості конкуруючих підприємств, динамічним зростанням вимог ринку до підприємств, які займають його частку, це змушує суб'єктів господарювання систематично розвивати і акумулювати свій стратегічний потенціал, знаходити можливі альтернативи ефективного використання власних резервів та

потенціалу, створювати інноваційні конкурентні переваги та формувати сучасні конкурентні стратегії [1].

Існують різноманітні підходи до трактування конкурентної стратегії, які різнобічно доповнюють та в різних контекстах розкривають сутність поняття. Найбільш поширеними та узгодженими із них є такі. Зокрема, В. Павлова визначає конкурентну стратегію як таку, що концентрується на діях та підходах, які пов'язанні із управлінням та спрямовані на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу – стратегічній зоні [2]. М. Портер зазначає, що конкурентна стратегія спрямована на те, щоб зайняти стійку і вигідну позицію, яка дасть змогу організації протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі [3].

Якщо розглядати процес формування конкурентної стратегії, то слід зауважити, що він являє собою процес поетапного моделювання, за якого визначається та встановлюється взаємозв'язок конкурентоспроможності підприємницької структури із факторами зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування. Переважно, основними етапами формування конкурентної стратегії є такі: визначення місії й цілей діяльності підприємства, аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення мети формування стратегії та її ключових завдань, аналіз стратегічних альтернатив та вибір стратегії, планування реалізації стратегії та її безпосереднє впровадження, проміжний та підсумковий контроль та аналіз ефективності обраної стратегії.

На вибір конкурентної стратегії підприємства впливає низка чинників, які потрібно враховувати суб'єкту управління, такими чинниками є: поточна ситуація на ринку, типи конкурентів, фаза життєвого циклу підприємства, сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, його можливості та загрози, забезпечення її якості тощо.

Найбільш поширеними видами конкурентних стратегій, що обираються в якості альтернатив суб'єктами господарювання є такі [4]:

стратегії скорочення – стратегія ліквідації, «збору врожаю», скорочення витрат;

стратегії диверсифікаційного зростання – стратегія центрованої диверсифікації, горизонтальної диверсифікації;

стратегії інтегрованого зростання – стратегія зворотної вертикальної інтеграції, стратегія йде вперед вертикальної інтеграції;

стратегії концентрованого зростання – стратегія посилення позицій на ринку, розвитку ринку, розвитку продукту.

Конкурентоспроможність підприємства відображає становище суб'єкта господарювання в конкурентному полі, в просторі і часі, тобто є динамічною величиною, яка постійно змінюється під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. За сучасних ринкових умов конкурентна боротьба фактично перетворюється в боротьбу стратегій, а реалізація конкурентних стратегій характеризує конкурентоспроможність підприємства.

Висновок: розробка ефективної і дієвої конкурентної стратегії є складним і багатоаспектним процесом, ключовою передумовою досягнення сталого розвитку підприємства. Реалізація конкурентної стратегії на засадах системного та ситуаційного підходів, що передбачає комплексну та своєчасну реакцію

суб'єкта управління на відхилення від цільових орієнтирів, зміни чинників зовнішнього й внутрішнього середовища, дозволить підприємству сформувати та розвинути власні конкурентні переваги і забезпечить їх практичну цінність.

Список використаних джерел

1. Кузнецова І. О. Сучасні підходи до формування конкурентної стратегії організації. Методологія та практика стратегічного управління розвитком сучасних організацій : монографія. за ред. І. О. Кузнецової. Одеса: ОНЕУ, 2016. С. 24–34.
2. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: Монографія. Дніпропетровськ: ДУЕП, 2006. 276 с.
3. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. Київ: Основи, 1997. 390 с.
4. Смерічевський С. Ф., Ареф'єва О. В., Пілецька С. Т. Формування стратегічних рішень при управлінні змінами на підприємстві. Бізнес Інформ. 2022. № 6. С. 108–117. URL: https://www.businessinform.net/article/?year=2022&abstract=2022_6_0_108_117. (дата зверення: 5.03.2023)

Старушенко Галина

к.т.н., професор

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Дніпро, Україна

УЗАГАЛЬНЕНА ЦИФРОВА МОДЕЛЬ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ

Класичною моделлю розрахунку оптимального розміру замовлення є модель Харріса – Уілсона (Harris – Wilson) [1, 2], яку називають також моделлю Economic Order Quantity (EOQ), або основною чи класичною моделлю.

Аналітичне співвідношення для обчислення оптимального розміру партії товару, яке називається формулою оптимального запасу, або формулою Харріса – Уілсона, записується у вигляді:

$$q = \sqrt{\frac{2sd}{h}}, \quad (1)$$

де позначено: s (у. о.) – організаційні витрати на одну партію товару, які не залежать від розміру поставки; d (одиниць товару на рік) – інтенсивність попиту, що вважається постійним і безперервним; h (у. о.) – постійні витрати на зберігання одиниці запасу товару за рік; q (одиниць) – постійний розмір однієї партії товару; вважається, що партія товару надходить миттєво в той момент, коли виникає його дефіцит.

Формула класичної моделі (1) виведена при низці припущень і обмежень, тобто описує деяку ідеалізовану систему та умови її функціонування. Обмеження моделі при її практичному використанні детально проаналізовані в книзі [3, с. 125, 126]; на них указував також і автор публікації [2]. У цьому зв'язку є доцільним узагальнення моделі Харріса – Уілсона на більш загальні випадки вихідних даних.

При побудові основної моделі передбачалося, що організаційні витрати s і витрати на зберігання запасу товару h є постійними і не залежать від кількості одиниць товару q в одній партії.

Узагальнимо основну модель на випадок змінних організаційних витрат і витрат на зберігання запасу товару, тобто в залежності їх від розміру поставки:

$$s = s(q); h = h(q). \quad (3)$$

Тоді функція загальних витрат $C = C(q)$ записується у вигляді:

$$C(q) = cd + \frac{ds(q)}{q} + \frac{qh(q)}{2}, \quad (4)$$

де c (у. о.) – ціна одиниці товару, постійна для одного його виду.

Побудову цифрової моделі оптимізації управління запасами проілюструємо на прикладі задачі за таких умов:

- інтенсивність рівномірного попиту d становить 75 одиниць товару на рік;
- організаційні витрати s (у. о.) та витрати на зберігання запасу h (у. о.) залежать від розміру поставки q й описуються відповідно співвідношеннями:

$$s(q) = \frac{40}{\ln(q \ln q)}; h(q) = \frac{1}{60} \left(\frac{3}{2} \right)^q; \quad (5)$$

– ціна товару c складає 8 (у. о.).

Тоді вираз функції загальних витрат (4) приймає вигляд:

$$C(q) = 600 + \frac{3000}{q \ln(q \ln q)} + \frac{q}{120} \left(\frac{3}{2} \right)^q. \quad (6)$$

За критерієм оптимальності поставок – мінімізації сукупних витрат підприємства – з математичної точки зору приходимо до задачі знаходження локального мінімуму функції загальних витрат (6), тобто до оптимізаційної задачі нелінійного програмування.

В математичному редакторі Mathematica 11.3 побудовано узагальнену цифрову модель задачі оптимізації управління запасами при змінних організаційних витратах і витратах на зберігання запасу товару:

1) Операція знаходження локального мінімуму функції (6) формулюється таким чином (рис. 1):

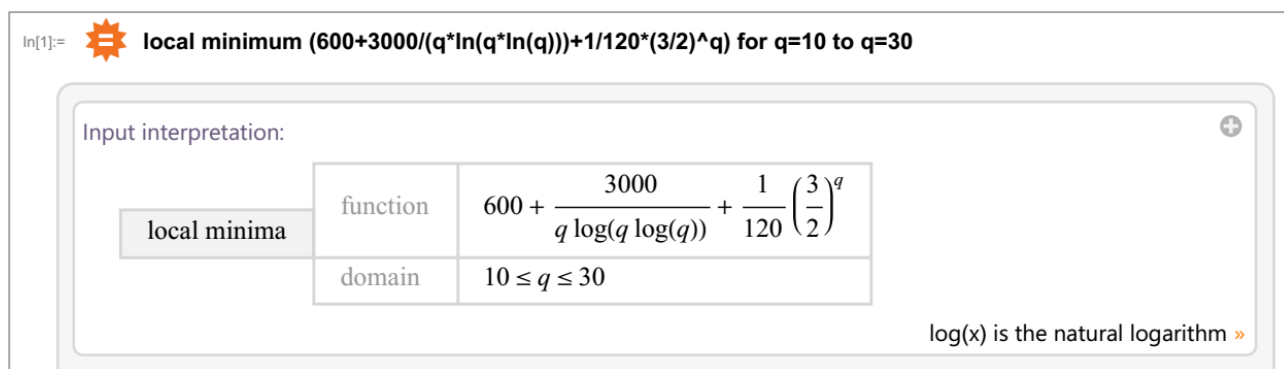


Рис. 1. Математичний запис задачі знаходження локального мінімуму функції загальних витрат (6) в математичному редакторі Mathematica 11.3

2) Для визначення критичних точок функції загальних витрат $C(q)$ (6) використовуємо необхідну умову екстремуму функції однієї змінної: $C'(q) = 0$. Для цього слід знайти першу похідну функції $C(q)$ (6) і, прирівнявши її нулю, розв'язати отримане трансцендентне рівняння. За достатньою умовою екстремуму функції однієї змінної отримуємо, що функція загальних витрат $C = C(q)$ (6) має в критичній точці

$$q^* = 17,1497; C^* = 653,734. \tag{7}$$

екстремум – мінімум (рис. 2).

Find the critical points of $f(q)$:

Compute the critical points of $600 + \frac{1}{5} \times 2^{-q-3} \times 3^{q-1} + \frac{3000}{q \log(q \log(q))}$

To find all critical points, first compute $f'(q)$:

$$\frac{d}{dq} \left(600 + \frac{1}{5} \times 2^{-q-3} \times 3^{q-1} + \frac{3000}{q \log(q \log(q))} \right) = -\frac{1}{5} \times 2^{-q-3} \times 3^{q-1} \log(2) + \frac{1}{5} \times 2^{-q-3} \times 3^{q-1} \log(3) - \frac{3000 (\log(q) + 1)}{q^2 \log(q) \log^2(q \log(q))} - \frac{3000}{q^2 \log(q \log(q))}$$

$$f'(q) = -\frac{1}{5} \log(2) 2^{-q-3} \times 3^{q-1} + \frac{1}{5} \log(3) 2^{-q-3} \times 3^{q-1} - \frac{3000 (\log(q) + 1)}{q^2 \log(q) \log^2(q \log(q))} - \frac{3000}{q^2 \log(q \log(q))}$$

Solving $-\frac{1}{5} \times 2^{-q-3} \times 3^{q-1} \log(2) + \frac{1}{5} \times 2^{-q-3} \times 3^{q-1} \log(3) - \frac{3000 (\log(q) + 1)}{q^2 \log(q) \log^2(q \log(q))} - \frac{3000}{q^2 \log(q \log(q))} = 0$ yields $q \approx 17.1497$
 $q = 17.1497$

Mark each interval according to the sign of $f'(q)$:

interval	sign of $f'(q)$	behavior of $f(q)$
(10, 17.1497)	-	decreasing
(17.1497, 30)	+	increasing

For $q = 17.149720286511286$:

- If the sign of $f'(q)$ changes from positive to negative, f has a local maximum at q
- If the sign of $f'(q)$ changes from negative to positive, f has a local minimum at q
- If the sign of $f'(q)$ does not change, f has no extremum at q

q	class
17.1497	min

$f(q) = 600 + \frac{1}{5} \times 2^{-q-3} \times 3^{q-1} + \frac{3000}{q \log(q \log(q))}$ has one local minimum for $10 \leq q \leq 30$:

Answer:
 $f(q)$ has a local minimum at $q = 17.1497$

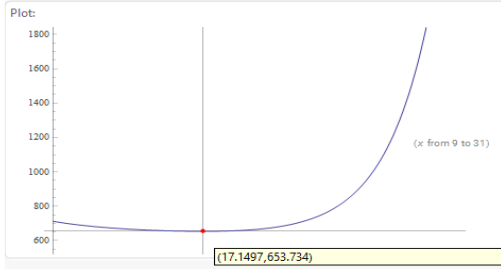


Рис. 2. Розв'язок задачі знаходження локального мінімуму функції загальних витрат (6) в математичному редакторі Mathematica 11.3

Висновок: Проведено узагальнення моделі управління запасами Харріса – Уілсона на випадок змінних організаційних витрат і витрат на зберігання запасу товарів на складі.

Критерієм оптимальності поставок є мінімізації сукупних витрат підприємства.

Розроблено цифрову модель оптимізації управління запасами та практично реалізовано алгоритм її застосування в математичному редакторі Mathematica.

Список використаних джерел

1. Harris F. W. How many parts to make at once. *The magazine of management*. 1913. Vol. 10, № 2. P. 135–136, 152.
2. Wilson R. H. A scientific routine for stock control. *Harvard Business Review*. 1934. Vol. 13, № 1. P. 116–128.
3. Lambert D. M., Stock J. R., Ellram L. M. *Fundamentals of Logistics Management*. Boston : McGraw-Hill, 1998. 611 p.

Стещенко Леся

к.е.н.

Волинський фаховий коледж НУХТ

Луцьк, Україна

ТУРИСТИЧНИЙ ПОРТАЛ МІСТА ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Туристична індустрія нашого регіону постійно розвивається у напрямі використання сучасних інформаційних технологій. Важливими ресурсами надання інформаційних послуг щодо туристичних можливостей міст і регіонів виступають туристично-інформаційні портали.

На сьогоднішній день важливого значення набуває розбудова єдиної інформаційної платформи, що могла б задовольнити, як потреби кожного суб'єкту туристичних відносин так і регіональної сфери туристичних послуг. Дана платформа повинна являти собою єдиний інформаційний портал, який би включав до свого складу веб-сайт туристичних послуг регіону із інформаційним та маркетинговим спрямуванням.

Саме тому в даний час активно створюються туристичні портали, які містять комплексну туристичну інформацію як про місцевість, так і загальну інформацію про розвиток туризму в Україні (про готелі та інші заклади розміщення туристів, про музеї, театри, концертні зали, парки, виставкові зали, туристичні підприємства; інформацію про заклади харчування: ресторани, кафе, заклади харчування з національною кухнею; інформацію про культурні заходи міста, регіону та країни: про фестивалі, концерти, виставки, ярмарки тощо; інформацію про можливість замовлення послуг екскурсоводів та гідів (для груп чи індивідуально); інформацію про транспортні послуги: таксі, громадський транспорт, водний транспорт, автобусні перевезення та замовлення квитків; інформацію про екскурсійні маршрути по місту та за його межами; інформацію про спеціальні пропозиції туристичних підприємств міста та регіону: тури вихідного дня, програми сімейного та інших видів відпочинку; спеціальну інформацію про лікарні, міліцію, аптеки, консульства, урядові установи тощо [3].

Сьогодні про можливості внутрішнього туризму Волині недостатньо поширена інформація на внутрішніх і зовнішніх ринках. Існує нагальна потреба у всебічному інформаційно-рекламному забезпеченні громадськості України та зарубіжжя про розвиток існуючих та перспективних напрямків туристичної галузі у Волинській області, насамперед у сфері туристично-екскурсійних, санаторно-курортних, спортивно-оздоровчих послуг.

Поширення інформації та приваблення туристів до нашого міста стало можливе за допомогою створення нового, сучасного туристичного сайту міста Луцька в рамках кампанії по брендингу всіх міст України. Сайт поєднав всі головні компоненти туризму нашого міста і частково регіону, контент та наповнення якого відповідає очікуванням туристів.

Туристичний сайт надає туристам можливість: дізнатися про визначні пам'ятки міста; ознайомитися з історією міста та його культурою; переглянути можливі місця розміщення (готелі, апартаменти, хостели); дізнатися де турист зможе смачно та ситно поїсти і провести час із близькими людьми; обрати напрямок туризму, який йому найближче до душі (гастрономічний, культурно-історичний, спортивний, сільський, екологічний, освітній, релігійний, пізнавальний, діловий тощо); ознайомитися із запропонованими активностями в місті, на основі власних уподобань; подивитися всі визначні пам'ятки міста та області на карті та самостійно прокласти собі маршрут для майбутньої подорожі; придбати брендову сувенірну продукцію (працює інтернет-магазин); прочитати актуальні новини міста; ознайомитися з найближчими подіями міста (концерти, фестивалі, театральні вистави тощо); дізнатися телефони «гарячих ліній» України, а також туристичного інформаційного центру Луцька; ознайомитися з представленими на сайті гідами міста та обрати запропоновані екскурсії; отримати кваліфіковану допомогу та консультацію від професійних гідів [1].

Метою створення сайту є сприяння розвитку туризму в місті Луцьку; покращення рівня туристичного обслуговування мешканців та гостей Луцька; посилення і стабілізація співпраці із складовими елементами індустрії гостинності міста: музеями, готелями, закладами харчування, навчальними закладами тощо; проведення інтелектуально-просвітницьких та пізнавально-розважальних заходів; підвищення ефективності використання туристичних об'єктів шляхом створення нових туристичних маршрутів; забезпечення належного рівня промоції міста в Україні та за кордоном; покращення рівня туристичного інформування про історико-культурну спадщину міста та його культурно-мистецький потенціал. Цифрове просування дестинації здійснюється також через сторінки в соціальних мережах.

«Vizit Lutsk» – це унікальний сайт, створений спеціально для організації і забезпечення ефективного та швидкого виконання поставлених задач. Він дозволяє накопичувати потрібну інформацію, будувати власні маршрути за допомогою мережі Інтернет з використанням Google maps. Цільова аудиторія користувачів розробки: туристи; культурні діячі; жителі міста, які бажають дізнатися більше про Луцьк; школярі та студенти, люди різних вікових категорій, які прагнуть створити індивідуальний маршрут за інтересами без залучення туристичних агентств.

У нинішню інформаційну еру значення інформації для туристичної індустрії важко переоцінити, тому надзвичайно актуальною проблемою сьогодні є створення механізму інформаційного забезпечення, формування привабливого міжнародного іміджу, бренду та популяризації туристичних територій, чому сприяє створення туристичних інформаційних порталів [2].

Отже, на туристичному сайті Луцька турист зможе дізнатися всю необхідну йому інформацію про майбутню подорож, і віртуально ознайомитися з містом перед поїздкою.

Створення та діяльність національної мережі туристичних сайтів демонструє реальне спрямування туристичних потоків у певний регіон та збільшення фінансових надходжень до державного та місцевих бюджетів.

Список використаних джерел

1. Богачук В. Г. Створення сайту «Вінниця – туристична перлина Поділля» URL: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fitki/all-fitki-2016/paper/view/1275>, <http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/10904>
2. Галась Н. Електронно-маркетингове забезпечення туризму на Львівщині // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції. Львів, 2020. С. 434–437.
3. Шевчук М.М. Окремі положення розробки бренду туристичної дестинації міста Вінниця // Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: ред.-вид. відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. Вип.98. С. 165–175.

Барвінко Вадим

здобувач магістерського рівня вищої освіти

Устік Тетяна

д.е.н., професор

Сумський національний аграрний університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА БІОЛОГІЧНОЇ ГАЛУЗІ

Сучасність у теоріях маркетингу оперує різноманітністю економічних прийомів, термінів, моделями, алгоритмами, схемами, оцінками та методами при організації та плануванні маркетингової діяльності на підприємстві. Однак, не зважаючи на різноманіття економічного інструментарію лише невелика частина з наведеного переліку використовується у сучасності українськими підприємствами. Однією з основних причин може виступати складності інструментів маркетингу, відсутність досвіду в використанні сучасних інструментів маркетингу та низький рівень кваліфікації, через що вони не користуються попитом у серед маркетологів підприємств [1-3].

На цьому тлі підприємства часто неповністю використовують свій маркетинговий потенціал. На сьогодні поняття «маркетингового потенціалу» повністю нерозкрито. Погляди науковців на це поняття мають розбіжності, одні

називають маркетинговий потенціал як здатність підприємства реалізовувати свої можливості, інші визначають як спроможність підприємства продавати більше ніж реалізується в даний момент. Ще одна група в маркетинговому потенціалі вбачає максимально ефективне використання можливостей, що виникають у підприємствах [4-7].

Отже, можемо сказати, що маркетинговий потенціал підприємства являє собою сукупність можливостей та ресурсів, якими володіє підприємство для досягнення своїх маркетингових цілей. Він включає в себе без винятку всі аспекти маркетингової діяльності підприємства, включаючи такі як товари та послуги, цінову політику, рекламу, продажі, аналіз та дослідження конкурентності ринку, взаємовідносини зі споживачами та партнерами ін.

Підвищити ефективність використання маркетингового потенціалу підприємства біологічної галузі можна за допомогою запропонованих заходів:

1. Всебічного аналіз ринку та конкурентів. Для цього необхідно вивчити ринок, на якому діє підприємство і дослідити поведінку та стратегії конкурентів.

2. Розвиток бренду. Для цього необхідно ретельно вивчити цільову аудиторію, визначити її потреби та вимоги до товару, створити унікальний бренд-імідж та вивчити стратегії брендування конкурентів.

3. Проведення маркетингових досліджень. Необхідно ретельно вивчити потреби та бажання цільової аудиторії, її переваги та недоліки, а також визначити потенційну кількість споживачів.

4. Використання соціальних медіа. Соціальні медіа дозволяють підприємству ефективно зв'язуватися з цільовою аудиторією, проводити маркетингові дослідження, створювати контент та просувати свої товари і послуги.

5. Використання реклами. Важливо розробити ефективну стратегію реклами, що відповідає потребам та очікуванням цільової аудиторії.

6. Удосконалення товарів та послуг. Необхідно ретельно вивчати потреби та вимоги споживачів та удосконалювати товари та послуги відповідно до їх потреб.

7. Створення партнерських відносин. Партнерські відносини з іншими підприємствами можуть допомогти підприємству залучати нових клієнтів та розширювати свій асортимент товарів та послуг.

8. Використання новітніх технологій. Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн та інші, може допомогти підприємству ефективно просувати свої товари та послуги на ринку та залучати нових клієнтів.

9. Аналіз результатів. Необхідно регулярно аналізувати результати маркетингових заходів та вносити необхідні корективи до стратегії, щоб досягти максимальної ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства.

Крім того, важливо враховувати особливості біологічної галузі, такі як регулювання державою, високі витрати на дослідження та розробку нових продуктів, складний технічний процес виробництва та ін. Підприємство

повинно бути готовим до викликів, які ставить перед ним ця галузь, та шукати нові можливості для розвитку та підвищення своєї конкурентоспроможності.

Висновок. Отже, для підвищення ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства біологічної галузі необхідно враховувати специфіку виробництва та швидко реагувати в конкурентному середовищі за допомогою запропонованих механізмів маркетингу.

Список використаних джерел

1. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ. Серія: економіка АПК і природокористування*. Харків: ХНАУ. 6(2007). С.96–100.

2. Пономарьова М. С., Єфремова Н. О., Нагорнюк О. П. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу. *Вісник ХНАУ. Серія Економічні науки*. № 1. 2018. С. 247–256.

3. Устік Т.В. Формування маркетингової стратегії як інструмент ефективного управління діяльністю аграрних підприємств. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. №3. 2018. С. 327–333.

4. Ломовських, Л., Пономарьова, М., Чіп, Л., Кривошея, Є., & Лісова, О. (). Management and organizational and economic conditions of strengthening the marketing activity of the enterprise and maintaining efficient agro business. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, 2(37). 2021.С.263–270.

5. Устік Т.В. Дослідження маркетингових можливостей розвитку підприємства *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2021. №2. Т. 1. С.272–282.

6. Устік Т.В., Назаренко С.В. Моделювання системи маркетингового управління інноваційно орієнтованих підприємств агропродовольчої сфери в глобалізаційних умовах економіки знань. *Формування ринкових відносин в Україні: збірник наук. праць*. №9 (256). 2022. С. 90–97.

7. Vishnevskaya, O., Irtysheva, I., Kramarenko, I., & Popadynets, N. (2022). The Influence of Globalization Processes on Forecasting the Activities of Market Entities.

Бородай Дмитро

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Сумський національний аграрний університет
Суми, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Управління інноваційним розвитком підприємства – це процес управління діяльністю підприємства з метою створення та впровадження нових продуктів, послуг, технологій та процесів з метою збільшення конкурентної переваги підприємства на ринку. Управління інноваційним розвитком підприємства – це процес планування, організації, контролю та координації дій з метою забезпечення постійного зростання ефективності діяльності підприємства шляхом впровадження нових ідей, технологій, продуктів або послуг на ринок.

Управління інноваційним розвитком підприємства включає в себе наступні етапи (рис. 1):



Рис. 1. Етапи управління інноваційним розвитком підприємства
Джерело: сформовано автором

Управління інноваційним розвитком підприємства є ключовим фактором конкурентоспроможності та успішності підприємства на ринку. Основним змістом управління інноваційним розвитком підприємства є (рис. 2):

1. Аналіз інноваційного потенціалу підприємства. Це оцінка потенціалу підприємства щодо створення та впровадження нових продуктів, технологій та процесів, а також забезпечення необхідної кваліфікації персоналу та наявності необхідних ресурсів.
2. Розробка стратегії інноваційного розвитку підприємства. Це формування плану дій, які дозволять підприємству реалізувати свій інноваційний потенціал та забезпечити стійку конкурентну перевагу на ринку.
3. Вибір та впровадження інноваційних проектів. Це вибір та реалізація нових проектів з метою створення та впровадження нових продуктів, технологій та процесів.
4. Управління інноваційними проектами. Це планування, координація та контроль за виконанням проектів, які мають інноваційну складову.
5. Внутрішні та зовнішні комунікації. Це співпраця зі стейкхолдерами та зовнішніми партнерами з метою обміну інформацією та забезпечення успішної реалізації інноваційних проектів.
6. Оцінка результатів та корекція стратегії є невід'ємною складовою процесу управління інноваційним розвитком підприємства.

Рис. 2. Зміст управління інноваційним розвитком підприємства
Джерело: сформовано автором

Для ефективного управління інноваційним розвитком необхідно здійснювати постійний моніторинг результатів та аналізувати їх з метою виявлення можливих проблем та шляхів їх вирішення. Оцінка результатів може здійснюватися за допомогою різноманітних методів, наприклад (рис. 3):

1. Фінансова оцінка, яка базується на аналізі фінансових результатів підприємства та його інноваційних проєктів.
2. Оцінка конкурентної позиції, яка включає аналіз діяльності конкурентів та порівняння їх результатів з результатами підприємства.
3. Оцінка задоволення клієнтів, яка полягає у вимірюванні рівня задоволеності клієнтів продуктами та послугами підприємства.
4. Оцінка ризиків, яка дозволяє виявити можливі ризики, що пов'язані з інноваційною діяльністю підприємства та запропонувати шляхи їх зменшення.
5. Оцінка розвитку кадрів, яка полягає у виявленні та аналізі можливостей підвищення кваліфікації персоналу та створення сприятливої атмосфери для розвитку творчих здібностей.

Рис. 3. Методи оцінки результатів та корекція стратегії управління інноваційним розвитком підприємства

Джерело: сформовано автором

Після оцінки результатів необхідно провести корекцію стратегії, яка включає у себе виправлення можливих проблем та вдосконалення стратегії з метою досягнення більш ефективних результатів.

Список використаних джерел

1. Вітковський Ю.П. Особливості формування інноваційного потенціалу суб'єктів аграрного бізнесу в системі їх інвестиційної діяльності. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 4. С. 44–50.
2. Ковтуненко К.В., Пар'єва О.О. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: сутність, класифікація стратегій. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2020. № 2 (12). С. 128–139. URL: <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No2/128.pdf>
3. Лищенко М.О., Муштай В.А., Нечипоренко В.В., Шумкова О.В. Інноваційно-методичні та наукові основи з оцінювання товарного асортименту в маркетинговому менеджменті підприємства. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2021. Т.2. №2. С. 267–278. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/5148>

Головко Людмила
здобувачка магістерського рівня вищої освіти
Наук. кер. д.е.н., проф. **Петкова Леся**
Черкаський державний технологічний університет
Черкаси, Україна

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

З кожним роком темпи розвитку світової економіки змінюються під впливом багатьох чинників. Подібний розвиток супроводжується постійними змінами, і будь-яка країна чи компанія повинні вчасно реагувати на зміни, щоб залишатися конкурентоспроможними. Разом з розвитком світової економіки посилюється конкуренція на ринках різних рівнів – від світового до локального.

З переходом більшості економік відкритого типу до постіндустріальної стадії, стрімко зросла роль транснаціональних корпорацій (ТНК) на світовому ринку. Глобальна економіка базується на розвитку міжнародного підприємництва, інтернаціоналізації управління. Важливі зміни в міжнародних економічних відносинах (МЕВ) обумовлені глобальними викликами пандемії COVID-19, наслідками російської агресії в Україні та запровадженням безпрецедентних економічних санкцій. Глобальні політичні та економічні події так чи інакше впливають на зміни в світовому господарстві і міжнародному бізнесі.

Посилення глобальної політичної та економічної нестабільності ускладнює ведення всіх суб'єктів міжнародного бізнесу. ТНК, як провідні учасники світового ринку, досить гнучко використовують сучасні підходи та інструменти міжнародного менеджменту, чим досягають глобальної ефективності та конкурентоспроможності [1, с. 3]. Японський гігант «Toyota Motor Corporation» є лідером у сфері автомобілів, передових технологій за ціною, сучасністю, унікальністю та якістю. Компанія розвивається з кожним роком, створюючи нові моделі автомобілів, інвестуючи значні кошти в розробку електричних і гібридних транспортних засобів на масовому ринку по всьому світу, які зараз популярні в усьому світі і затребувані клієнтами [2].

Аналіз фінансово-економічних показників діяльності корпорації «Toyota Motor Corporation» засвідчує її відданість довгостроковим цілям розвитку, що підтверджується високими позиціями в рейтингах за даними джерел «UNCTAD» про світові інвестиції та світових корпорацій за ключовими показниками економічної діяльності «Fortune Global 2000 Companies». Тим самим підтверджується ефективність інструментарію міжнародного менеджменту транснаціональної корпорації [3, 4].

Порівняння фінансових показників (рис. 1) відображає переважно позитивну динаміку доходів і активів транснаціональної корпорації «Toyota Motor Corporation» протягом 2020-2022 рр. Найбільший дохід корпорація мала у 2022 році – 281,7 млрд. дол. США, а найменший у 2020 році – 187,0 млрд. дол. США, що спровоковано пандемією COVID-19. У структурі та динаміці

активів, відзначаються темпи зростання у 2021 році – 561,9 млрд. дол. США та незначне падіння на 9,4 млрд. дол. США у 2022 році в порівнянні з 2021.

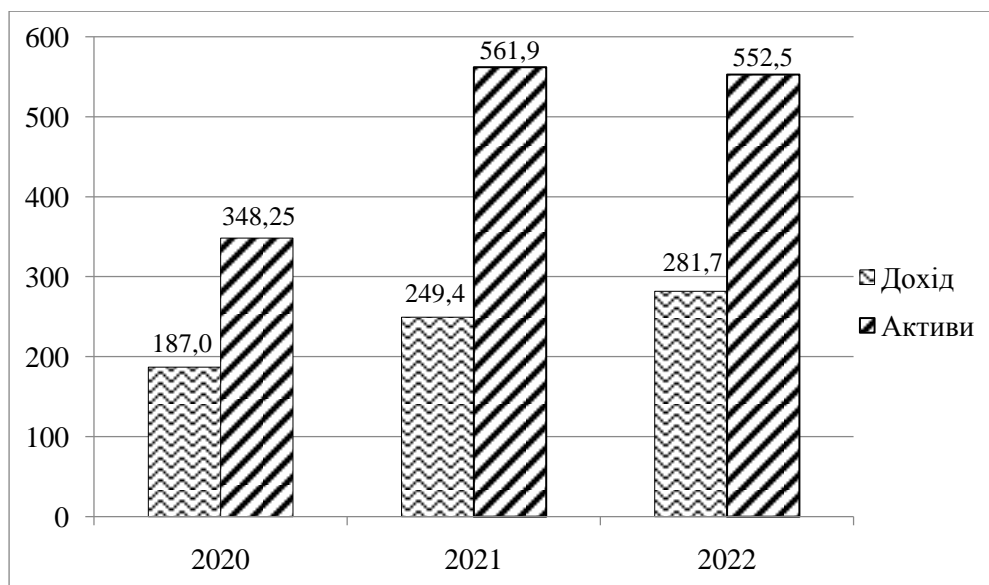


Рис. 1. Динаміка показників доходу і активів «Toyota Motor Corporation», млрд. дол. (2020–2022 рр.)

Складено за даними [2].

За результатами аналізу показників прибутковості компанії (рис. 2) спостерігається зростання чистого прибутку (на 37,19 % за період 2020-2022 рр.), обсягів обороту – на 6,43 %, власного капіталу – на 25,65 % у вказаний період.

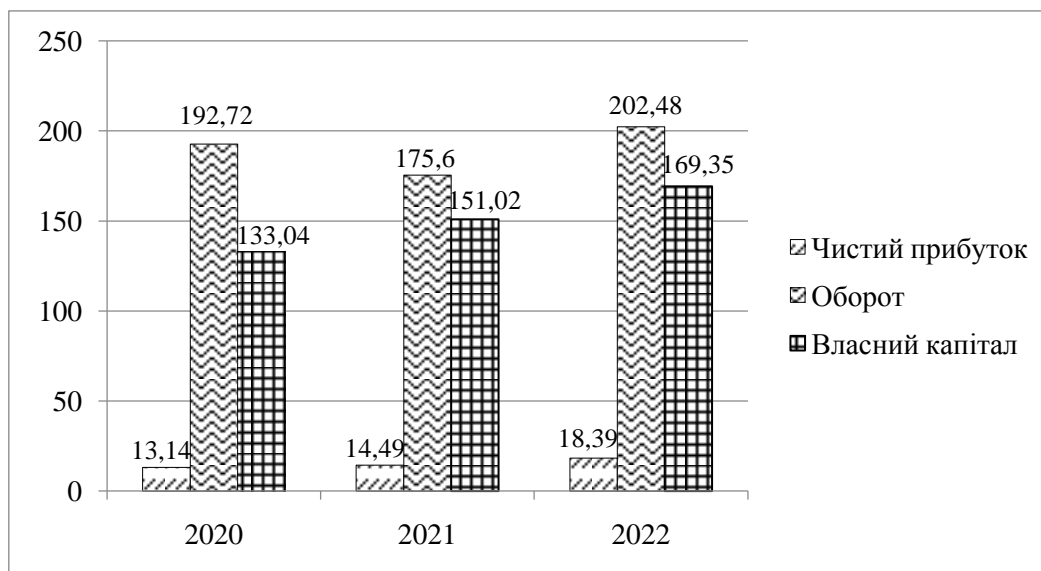


Рис. 2. «Toyota Motor Corporation» за показниками чистого прибутку, обороту і власного капіталу, млрд. дол. (2020–2022 рр.)

Складено за даними [2].

Внутрішнє середовище функціонування міжнародної корпорації є динамічним та складається з ряду елементів, що визначають рівень конкурентоспроможності компанії, здатність до адаптації в нових умовах, можливість розвитку та змін. Сучасні виклики глобалізації потребують поєднання культур, методів та способів ведення бізнесу, що і спостерігається на прикладі корпорації «Toyota Motor Corporation». Особливості стратегії та характер прийняття рішень в корпорації дозволяють досягати стратегічних завдань. Досвід «Toyota Motor Corporation» підтверджує надійність державно-приватного партнерства, завдяки якому японські компанії випускають новий технологічний продукт та залишаються конкурентоспроможними на світових ринках. Корпорація «Toyota Motor Corporation» має багаторічно сформований позитивний імідж на американському та європейському ринках, що відображається у високому рівні довіри серед покупців. Японська модель менеджменту персоналу, побудована на колективізмі, також є досить ефективною. Варто зазначити, що досвід японських корпорацій в управлінні персоналом використовується в багатьох країнах Західної Європи та США.

В основу корпоративної культури Toyota покладено те, що люди є головним джерелом ідей і досвіду, адже від їх ідей, мислення і принципів залежить продуктивність та ефективність виробництва. Керівництво ж вважає, що ключ до успіху лежить у інвестиціях в людський капітал, повазі до персоналу та безперервному вдосконаленні. Головним завданням менеджменту «Toyota Motor Corporation» є активне запровадження змін, на сучасному етапі – через використання цифрових технологій. Цифровий менеджмент змінює бізнес-процеси, підприємства та роль традиційних менеджерів, сприяє самонавчанню персоналу. Модель цифрового менеджменту для корпорації «Toyota Motor Corporation» формується на основі пріоритетів розвитку цифрової економіки з врахуванням кейсових проектних комплексних запроваджень інноваційних цифрових управлінських технологій. Такий підхід дозволяє врахувати особливості формування цифрового управлінського середовища і стратегічних цілей розвитку корпорації.

Висновок. Сьогодні ТНК «Toyota Motor Corporation» є однією з найбільш ефективних і успішних в галузі світового автомобілебудування. Вона має всі шанси зберегти власне лідерство в міжнародному масштабі, незважаючи на посилення глобальних викликів. Основними інструментами успіху корпорації стало використання переваг державно-приватного партнерства, унікальної системи менеджменту персоналу, активної цифровізації управління, бізнес-процесів, економічної ефективності.

Список використаних джерел

1. Транснаціональні корпорації/ І.О. Давидова, К.Ю. Величко, О.І. Печенка. Харків: Вид-во «Форт». 2018. 175 с.
2. Офіційний сайт «Toyota Motor Corporation» URL: <https://global.toyota/en/>
3. United Nations Conference on Trade and Development. UNCTADstat URL: https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en
4. Fortune Global 2000 Companies (2021) URL: <https://www.kaggle.com/datasets/shivamb/fortune-global-2000-companies-till-2021?resource=download>

Гуриков Олег
здобувач магістерського рівня вищої освіти
Устік Тетяна
д.е.н., професор
Сумський національний аграрний університет
Суми, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТА АЛГОРИТМ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

В умовах конкурентного середовища торговельні підприємства в процесі діяльності взаємодіють із споживачами, виробниками, постачальниками, органами місцевого самоврядування та державної чи комунальної влади, мають свій потенціал, цикли розвитку, які не завжди співпадають із розвитком економіки в цілому. Загальний розвиток підприємства характеризується змінами у його функціонуванні, технологіях, асортименті реалізованої продукції, кадровому складі ін. [1, 2]. Всі ці зміни впливають на конкурентоспроможність торговельного підприємства в цілому.

Формування маркетингового інструментарію являє собою процес визначення та вибору набору інструментів, які будуть використовуватися для просування продукту або послуги на ринку. Таким чином, цей процес включає в себе такі основні кроки:

1. Аналіз ринку та конкурентів.
2. Визначення цільової аудиторії.
3. Розробка маркетингових цілей та стратегії.
4. Вибір маркетингових інструментів.
5. Розробка та реалізація маркетингового плану.
6. Моніторинг та аналіз результатів.

Особливості формування маркетингового інструментарію пов'язані із гнучкістю як маркетингового інструменту направлено на адаптування до конкурентного середовища. Орієнтованістю на клієнта як підхід, при якому компанія ставить клієнта, його потреби, вимоги та бажання на перше місце, постійно оновлює та уніфікує інформацію про споживачів. Поєднання онлайн/офлайн маркетингових інструментів для максимального охоплення аудиторії споживачів. А також цифровізації та використання новітніх технологій для ефективності та конкурентоспроможності на ринку торгівельних підприємств [3-8].

Однією з основних особливостей формування маркетингового інструментарію в умовах динамічного конкурентного середовища є необхідність постійного аналізу ринку, конкурентів та швидкої зміни стратегій підприємства в умовах кризового середовища. Для цього можна використовувати такі інструменти, як SWOT-аналіз, аналіз конкурентів, маркетингові дослідження ін.

Для швидкого реагування у конкурентному середовищі можна використовувати «маркетинговий мікс» або так званий «4Р», який складається з чотирьох основних елементів: продукту, ціни, продажу та промоції. Отже, в даних умовах «Продукт» це товар чи послуга, яка пропонується споживачам, сюди можна включити такі характеристики як якість, дизайн та пакування тощо. До «Ціни» відноситься грошова сума, яку споживач повинен заплатити за конкретну послугу чи продукт характеризується фіксованими цінами, знижками, акціями або ж іншими пов'язаними факторами, що впливають на цінову політику. Під «Продажом» розуміють місце продажу, тобто місце де клієнти можуть придбати продукт чи послугу, включає в себе різні канали збуту. «Промоція» або ж просування товару являє собою інструменти маркетингу, які компанія використовує для залучення уваги клієнтів та просування свого продукту або послуги, включає в себе рекламу, збутові промоакції, прямий маркетинг ін.

В умовах конкурентного середовища рекомендується використовувати розширені моделі маркетингового міксу, а саме: 5Р та 7Р.

У системі 5Р до чотирьох основних елементів додається елемент «Людини». Даний термін з'явився в зв'язку з розвитком маркетингу відносин та маркетингу послуг. Під цим терміном маються на увазі люди, які здатні вплинути на сприйняття товару в очах цільового ринку.

Система 7Р включає в себе п'ять попередньо зазначених елементів маркетингу плюс елементи «Процесу» та «Фізичного оточення». Елемент процесу відноситься до В2В ринку та ринку послуг, термін описує процес взаємодії між споживачем і компанією. Фізичне оточення це також елемент В2В ринку і описує те, що оточує споживача в момент замовлення послуги.

Висновок. Отже, маркетинговий інструментарій торговельного підприємства в умовах конкуренції повинен бути ефективним та відповідати динамічним вимогам ринку. Особливості формування маркетингового інструментарію повинні знаходитися у динамічному адаптуванні до швидкоплинного конкурентного середовища.

Список використаних джерел

1. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ. Серія: економіка АПК і природокористування*. Харків: ХНАУ, 2007. С. 96–100.
2. Шапран, Є. М., Сергієнко, О. А., Гапоненко, О. Є., Соснов, І. І., Білоцерківський, О. Б., & Шапран, О. Є. (2020). Реалізація маркетингової політики торговельного підприємства на основі оцінки впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
3. Мещеряков В.Є., Пономарьова М.С., Должикова І.С. Логістична та маркетингова діяльність як ефективне застосування функцій менеджменту в системі конкурентного середовища та посилення конкурентних переваг Причорноморського регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52(1). С. 86–92.
4. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності. *Теоретико-методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24-25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1 / ХНАУ*. Харків, 2014. С. 81–83.

5. Пономарьова М. С., Єфремова Н. О., Нагорнюк О. П. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу. *Вісник ХНАУ. Серія Економічні науки.* № 1. 2018. С. 247–256.

6. Lyshenko M., Ustik T., Pisarenko V., Maslak, & Koliadenko D.. (2020). Економічні та маркетингові аспекти функціонування малих підприємств. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 2(33), С. 185–193.

7. Lyshenko M.O., Mykhailova L.I., Ustik T. V., Makhmydov H. Z., Polityakina L.I., Mykhailova O.S .Contemporary marketing concept as a component of sustainable development of the region and rural areas of Ukraine. *International Journal of Ecological Economics and Statistics.* Volume 40, Issue № 2, 2019. P.81–91.

8. Lyshenko Margarita, Ustik Tatiana, Thermosa Irina. Transformation of methodical marketing approaches to the investigation of the problem of farming agricultural enterprises on the market of grain in globalization challenges. *Baltic Journal of Economic Studies*, Vol. 4 Number 5. Riga: Publishing House “Baltija Publishing”, 2018, P. 158–167.

Духно Дмитро

здобувач магістерського рівня вищої освіти

Устік Тетяна

д.е.н., професор

Сумський національний аграрний університет

Суми, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ФОРМУВАННІ МОДЕЛІ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Теорія маркетингу як система наукових знань формувалася до середини минулого століття. Так, на початку 80-х рр. ХХ ст. поняття маркетингу зазнало низку змін, названих «кризою сорокаріччя» маркетингу. Маркетинг як теорія та ринкова практика плавно перейшов від орієнтації на виробництво до орієнтації на продажі й відповідно безпосередньо на споживача [1].

Однією зі складових системи економічних відносин Українського і зарубіжного банківських ринків виступає банківський маркетинг. Однією із сучасних тенденцій розвитку банківського маркетингу є управління відносинами з клієнтами, або CRM (Customer Relationship Management) спрямована на якомога повному задоволенні потреб споживачів у банківських продуктах. Маркетинг відносин спрямований на створення, підтримання та розширення міцних, повноцінних, вигідних та лояльних взаємовідносин з кінцевими споживачами [2, 3].

У реаліях сьогодення через загострення конкуренції на ринку банківських послуг в Україні банківські установи вимушені опановувати нові підходи до підвищення ефективності своєї діяльності, тобто, проводити пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг у тому числі через впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів, новітніх продуктів та послуг. Саме тому банківські установи України відчувають гостру потребу у впровадженні нових концепцій банківського маркетингу, зокрема інновації в маркетингу відносин [4-6].

Інноваційна діяльність в банківській сфері орієнтована на гармонізацію інтересів банку, кінцевих споживачів та суспільства загалом у межах створення продуктів та послуг більш високої цінності, ніж у конкурентів».

Ураховуючи багатоаспектність банківської діяльності, варто відрізнити ключові особливості формування маркетингу відносин на таких основних рівнях:

- рівень взаємовідносин вимагає зваженої політики індивідуалізації та персоніфікації, знаходиться в прямій залежності від поведінкових аспектів споживачів (клієнтів) банківських установ;
- рівень ринку банківських продуктів і послуг потребує доступності й інформаційної прозорості для споживачів (клієнтів) банківських установ, впевненість у інноваційних продуктах та послугах;
- рівень банківської спільноти та міжбанківських економічних відносин;
- рівень суспільства характеризується визнанням довіри базовим інститутом суспільства [7].

У структурі жорсткої конкуренції кожен з банків хоче вирізнитися серед своїх конкурентів, тому кожен із них використовує специфічний підхід до свого клієнта та шукає ключ до потенційного. Це вагомо сприяє зростанню попиту на цифрові технології, що робить їх основними інструментами в боротьбі за споживача, вчасності, за допомогою основного засобу взаємодії з клієнтом через сервіси і додатки.

У цьому аспекті серед інноваційних методів конкурентоспроможного управління викликають інтерес такі, що базуються на технологіях штучного інтелекту (Artificial intelligence, AI). На сьогодні штучний інтелект (ШІ) розуміють як галузь інформатики, що займається розробкою комп'ютерних алгоритмів та систем, які здатні виконувати завдання, що зазвичай потребують інтелектуальної діяльності людини. ШІ може використовуватися для розв'язання різних завдань, таких як розпізнавання образів, голосів, мовлення, визначення категорій, класифікації даних, прогнозування поведінки, рекомендацій та інших [7-9].

При сприянні розвитку та інтегрування штучного інтелекту в сферу маркетингу банківських відносин ШІ може допомогти покращити ефективність маркетингових кампаній, підвищити рівень задоволеності клієнтів та забезпечити більш швидке та якісне обслуговування.

Наведемо приклади де ШІ може бути використаний у маркетингу банківських відносин:

1. Персоналізоване маркетингове спілкування: ШІ може допомогти банкам створити персоналізоване спілкування з клієнтами, враховуючи їхні індивідуальні потреби та інтереси.

2. Аналіз поведінки клієнтів: ШІ може аналізувати дані про поведінку клієнтів, щоб зрозуміти їхні інтереси та потреби.

3. Покращення обслуговування клієнтів: ШІ може допомогти банкам забезпечити більш ефективно та швидке обслуговування клієнтів.

4. Моніторинг соціальних медіа: ШІ може допомогти банкам моніторити соціальні медіа, щоб відслідковувати, що говорять про них клієнти та

громадськість в цілому. Це може допомогти банкам знайти способи покращити свої послуги та побудувати більш ефективні взаємодії з клієнтами.

5. Прогнозування попиту: ШІ може допомогти банкам прогнозувати попит на різні продукти та послуги.

6. Автоматизація маркетингових кампаній: ШІ може допомогти банкам автоматизувати процес маркетингових кампаній.

Висновок. Отже, опираючись на те, що світова спільнота направлена на цифровізацію повсякденності можемо сказати, що важливою складовою успіху в маркетингу відносин є постійне вдосконалення технологій та використання новітніх методів аналізу даних, які дозволяють банкам бути більш ефективними та привабливими для клієнтів. Найбільш перспективним та конкурентоспроможним у «новому часі» є інтегрування штучного інтелекту в банківські установи.

Список використаних джерел

1. Бабух, І., & Поченчук, Г. (2020). Морально-етичні виміри інноваційної системи маркетингу відносин. URL: https://www.researchgate.net/profile/Olena-Dovgal/publication/344339575_Perspektivi_stalogo_innovacijnogo_rozvitku_nacionalnoi_ekonomiki_v_procesi_integracijnoi_vzaemodii/links/5f6a0148a6fdcc0086344a8d/Perspektivi-stalogo-innovacijnogo-rozvitku-nacionalnoi-ekonomiki-v-procesi-integracijnoi-vzaemodii.pdf
2. Устік Т.В. Застосування маркетингового інструментарію як складової фінансової стійкості банку. Маркетингове забезпечення продуктового ринку: збірник тез XIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 18 трав. 2021 р.). Полтава: ПДАА. 2021. С.137–141.
3. Луців, Б. (2020). Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації. *Світ фінансів*, (1 (62)), С. 20–32.
4. Легуша В.В., Устік Т.В, Характеристика пріоритетних складових управління маркетингом в банківській сфері та їх ефективна оцінка. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору». м. Полтава, 24 берез. 2022 р. С. 310–313.
5. Мещеряков В.Є., Пономарьова М.С., Должикова І.С. Логістична та маркетингова діяльність як ефективне застосування функцій менеджменту в системі конкурентного середовища та посилення конкурентних переваг Причорноморського регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52(1). С. 86–92.
6. Prokopenko, V., Doroshenko, N., Ponomarova, M., Kornieva, N., & Babych, D. (2020). Financial security of players in the financial markets in the conditions of globalization and strategic development. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(6), 7230-7247.
7. Інститут довіри в координатах економічного простору-часу: монографія / за ред. А.А. Гриценка. Київ: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2012. 212 с.
8. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності. Теоретико-методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1. Х.: ХНАУ, 2014. С. 81–83.
9. Пономарьова М. Економічний механізм в системі управління та маркетингу інтелектуального капіталу. Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку: матеріали 5-ої Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. 29.05.2020: тези доповідей. Херсон, ДВНЗ «ХДАУ», 2020. С. 194–196.

Лисянський Сергій
здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Устік Тетяна
д.е.н., професор
Сумський національний аграрний університет
Суми, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА РИНКУ ВЕТЕРИНАРНИХ ПРЕПАРАТІВ

Ринок ветеринарних препаратів у світі є досить привабливим проте залишається і досить вимогливим. Невиключенням є й український ринок, який має досить напружену конкуренцію спричинену наявністю постачальників як внутрішніх, так і зовнішніх, велику частку контрафактної продукції та високу тінізацію [1-3]. Вітчизняний ринок ветеринарних препаратів постійно знаходиться в динамічному русі: розширюється і розвивається, поповнюється новітніми асортиментами і пропозиціями, залучає нових учасників ін. Це посилює конкуренцію, спонукає підприємців до пошуку нових стратегій, вчасності у маркетинговій діяльності [4-6].

На сьогодні цифровий маркетинг стає все більш актуальним з кожним днем, оскільки потенційні клієнти все більше часу проводять в інтернеті, використовуючи різноманітні пристрої та гаджети, такі як комп'ютери, смартфони, планшети, ТВ-приставки та ін. На цьому тлі маркетингологи та підприємці шукають нові способи залучення уваги своєї цільової аудиторії використовуючи ресурси інтернету.

Цифровий маркетинг є важливим компонентом стратегії маркетингу будь-якої компанії, в тому числі і компаній, які продають ветеринарні препарати. Організація та вдосконалення цифрових маркетингових стратегій на ринку ветеринарних препаратів можуть допомогти компанії збільшити свій обсяг продажів та привернути нових клієнтів.

Отже, поняття цифрового маркетингу розуміє під собою використання цифрових технологій для залучення і утримання потенційних клієнтів, розвитку бренду та збільшення продажів. Виходячи з цього основною метою цифрового маркетингу є залучення цільової аудиторії до продукту чи послуги за допомогою інтернету та мобільних пристроїв.

Існує ряд особливостей ведення електронного бізнесу, які змінюють стратегії маркетингу до них відносять незалежність виробника та споживача, цілодобова доступність, швидкий огляд великої кількості пропозицій товару та послуг [7, 8].

Створення ефективною цифровою маркетинговою стратегії є ключовим елементом успішної конкурентоспроможності на ринку ветеринарних препаратів.

Організація такої стратегії передбачає такі основні етапи:

1. **Всебічний аналіз цільової аудиторії:** Спочатку необхідно зрозуміти, хто саме є цільовою аудиторією вашої компанії. Для цього можна вивчити характеристики потенційних клієнтів, їхні потреби та проблеми, які вони намагаються вирішити.

2. **Визначення основної мети:** Після того, як ви визначили вашу цільову аудиторію, вам необхідно визначити мету вашої цифрової маркетингової стратегії. Наприклад, ви можете хотіти збільшити свідомість про ваші ветеринарні препарати, збільшити продажі або підвищити лояльність клієнтів.

3. **Вибір каналів маркетингу:** Наступним кроком є вибір каналів маркетингу, які найбільш ефективні для вашої компанії та цільової аудиторії. Серед можливих варіантів можуть бути контекстна реклама в пошукових системах, соціальні медіа, email-маркетинг, контент-маркетинг та інші.

4. **Розробка контенту:** Для ефективної цифрової маркетингової стратегії вам необхідно розробити якісний контент, який приверне увагу цільової аудиторії. Це може бути текстовий, графічний або відеоконтент, який допоможе вам передати ваші повідомлення.

5. **Аналіз результатів:** Нарешті, вам необхідно аналізувати результати вашої цифрової маркетингової діяльності, зробити висновки та за отриманих висновків розробити вдосконалення ведення електронного бізнесу.

Також, слід зазначити, що цифровий маркетинг не тільки створений канал поширення (сайт, сторінка у соцмережах) та реклама, це комплексна система робіт направлена на всебічну аналітику та оптимізацію каналів поширення, підвищення їх трафіку та конверсії, а також на підтримку та збільшення лояльності клієнтів.

Цифровий маркетинг також включає в себе контент-маркетинг, пошукову оптимізацію (SEO), платну рекламу в пошукових системах (SEM), аналіз даних та тестування, інтернет-аналітику та ін.

Виходячи з наведеної інформації можемо сказати, що вдосконалення цифрових маркетингових стратегій на ринку ветеринарних препаратів спрямовано на аналіз і актуалізацію інформації про клієнтів, цифровізацію підприємства в цілому, створення комфортних умов, які покращують сприйняття інформації потенційним клієнтам.

Висновок. Отже, з врахуванням зростаючого попиту на ветеринарні послуги та препарати, ефективного використання цифрових маркетингових стратегій може допомогти компаніям залучити нових клієнтів та зберегти існуючих. Одним із пріоритетних і важливих кроків направлених на вдосконалення цифрових маркетингових стратегій є аналіз цільової аудиторії, їх поведінки в інтернеті. Причому рекламні кампанії можуть бути направлені на привернення уваги до конкретних ветеринарних препаратів і містити корисну інформацію про лікування чи догляд обраних тварин.

Список використаних джерел

1. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ. Серія: економіка АПК і природокористування*. Харків: ХНАУ 6(2007): 96–100.

2. Пономарьова М.С. Конкуレントостійкість сільськогосподарських підприємств як запорука стратегічного економічного розвитку. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 1. С. 285–295.

3. Vyshnevskya, O. et al. 2022. The Influence of Globalization Processes on Forecasting the Activities of Market Entities. *Journal of Optimization in Industrial Engineering* [this link is disabled](#), 15(1): 261–268.

4. Lomovskykh, L., Ponomarova, M., Chip, L., Krivosheya, E. and Lisova, O. (2021), Management and organizational and economic conditions of strengthening the marketing activity of the enterprise and maintaining efficient agrobusiness. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, vol. 2, is. 37, pp. 263–270. <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i37.230255>.

5. Lyshenko Margarita, Ustik Tatiana, Thermosa Irina Transformation of methodical marketing approaches to the investigation of the problem of farming agricultural enterprises on the market of grain in globalization challenges, *Baltic Journal of Economic Studies*, Volume 4 Number 5. Riga: Publishing House “Baltija Publishing”, 2018, P. 158–167.

6. M. Lyshenko, T. Ustik, V. Pisarenko, N. Maslak, & D. Koliadenko. (2020). Економічні та маркетингові аспекти функціонування малих підприємств. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 2(33), 185–193.

7. Коблянська, І., Лукаш, С., & Бірюков, О. (2021). Цифровий маркетинг як фактор успіху на ринку ветеринарних імунобіологічних препаратів України. *Економіка та суспільство*, (32).

8. Yereimeieva N.S., Zozulov O.V. (2017) Osoblyvosti elektronnoho biznesu na rynku veterynarykh preparativ [Features of e-business in the market of veterinary drugs]. *Economic Bulletin of NTUU "KPI"*, vol. 14, pp. 299–306. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.14.2017.108740>

Назаренко Сергій

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти

Устік Тетяна

д.е.н., професор

Сумський національний аграрний університет

Суми, Україна

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогодні в умовах економічної нестабільності та кризового стану всебічно загострюється конкурентна боротьба між суб'єктами аграрних підприємств. Конкуренція в аграрному секторі може бути досить інтенсивною через велику кількість гравців на ринку та наявність великої кількості сільськогосподарських підприємств, які конкурують за ринки збуту та ресурси. Саме формування інноваційно-інвестиційного потенціалу є однією із запорок успішного ведення господарської діяльності на аграрних підприємствах [1-3].

Під інвестиційно-інноваційному потенціалі розуміють сукупність можливостей та ресурсів, які дозволяють підприємствам, організаціям або країнам здійснювати інноваційну та інвестиційну діяльність з метою підвищення ефективності, збільшення конкурентоспроможності та розвитку [4].

Так, інноваційний потенціал охоплює можливості та ресурси, пов'язані з розробкою та впровадженням нових продуктів, технологій, процесів, послуг та бізнес-моделей. Інвестиційний потенціал включає ресурси, які можуть бути вкладені в розвиток та модернізацію аграрних підприємств, інфраструктури та інших об'єктів господарювання [5-9].

Інноваційно-інвестиційний потенціал є ключовим фактором, що визначає конкурентоспроможність аграрних підприємств. Наведемо декілька конкурентних стратегій, які можуть бути застосовані для формування інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрних підприємств.

1. Стратегія введення нових продуктів на ринок. Ця стратегія передбачає розробку та введення на ринок нових продуктів, які відповідають потребам споживачів. Це може включати розробку нових сортів рослин, використання нових технологій вирощування та обробки продуктів, а також розробку нових каналів збуту.

2. Стратегія вдосконалення виробничих процесів. Ця стратегія передбачає вдосконалення виробничих процесів з метою зменшення витрат на виробництво та підвищення ефективності.

3. Стратегія диференціації: ця стратегія передбачає створення унікальних товарів або послуг, які конкуренти не можуть повністю скопіювати. Для досягнення цієї мети, аграрні підприємства можуть інвестувати у дослідження та розробки нових технологій, відкривати нові напрямки виробництва, а також залучати талановитих фахівців, які будуть працювати над розробкою інноваційних рішень.

4. Стратегія лідерства за вартістю: ця стратегія передбачає досягнення конкурентної переваги за рахунок зниження вартості продукції або послуг. Для досягнення цієї мети, аграрні підприємства можуть зменшувати витрати на виробництво, оптимізувати процеси, знижувати витрати на збут і рекламу.

5. Стратегія фокусування: ця стратегія передбачає спрямування уваги на обмежену групу споживачів або ринків.

6. Стратегія внутрішнього розвитку: ця стратегія полягає в тому, що підприємство зосереджується на розвитку власної інноваційно-інвестиційної діяльності, залученні внутрішніх ресурсів та компетенцій для створення нових продуктів, послуг або технологій.

7. Стратегія зовнішнього розвитку: ця стратегія передбачає залучення зовнішніх ресурсів та компетенцій для розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності, таких як співпраця з науково-дослідними установами, відкриті інноваційні лабораторії або відносини з інвесторами.

8. Стратегія партнерства: ця стратегія передбачає співпрацю з іншими підприємствами та установами.

Висновок. Отже, для забезпечення конкурентоспроможності аграрного потенціалу необхідно розробляти та впроваджувати нові технології як у рослинництві так і у засобах механізації, впроваджувати цифрові технології, підтримувати імідж бренду. На основі інноваційної діяльності та конкурентних стратегій відбувається залучення інвестиційного потенціалу у аграрні підприємства.

Список використаних джерел

1. Рябуха М.С. Вплив інвестиційної діяльності на поліпшення інноваційного клімату в сільському господарстві. *Вісник ХНАУ*. 2009. № 5. С.258–267.
2. Крамаренко І.С., Войт Д.С., Кравець Л.О. Ефективність використання інвестиційного потенціалу національної економіки у контексті впливу на економічне зростання. *Вісник ХНАУ*. 2019. №1. С.403–413.
3. Пономарьова М. С., Мещеряков В. Є. Вплив інвестування на інноваційний розвиток підприємства. 2021.
4. Лишенко М.О., Устік Т.В. Особливості управління маркетинговими ризиками на підприємстві як засіб покращення маркетингової інноваційної політики. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім.В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2019. №1, С. 3–12.
5. Пономарьова М.С. Конкурентостійкість сільськогосподарських підприємств як запорука стратегічного економічного розвитку. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 1. С. 285–295.
6. Лишенко М.О., Устік Т.В. Особливості управління маркетинговими ризиками на підприємстві як засіб покращення маркетингової інноваційної політики. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2019. №1. С. 3-12.
7. Устік Т.В., Назаренко С.В. Маркетингове управління інноваційним розвитком аграрних підприємств. *Вісник ХНАУ ім.В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2021. №2, Т.2. С. 338–349.
8. Пономарьова М. С., Єфремова Н. О., Нагорнюк О. П. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу. *Вісник ХНАУ. Серія Економічні науки*. 2018. № 1. С. 247–256.
9. Должикова І., Пономарьова М. Заходи забезпеченні конкурентних переваг та зміцнення конкурентоспроможного виробництва. Сучасні напрями та перспективи розвитку агро- та електроінженерії: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2018. 240 с. С. 86-88.

Петренко Олег

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти

Криворот Володимир

здобувач магістерського рівня вищої освіти

Сумський національний аграрний університет

Суми, Україна

СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ ТА ЕТАПИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В системі управління «маркетингова концепція» являє собою стратегічну постановку діяльності підприємства, яка включає в себе головну мету, інструмент реалізації головної ідеї, перелік цілей та завдань, які потрібно досягти виробнику. Маркетингова концепція управління розвитком підприємства полягає в тому, що підприємство повинно спрямовувати всі свої зусилля на задоволення потреб та очікувань своїх клієнтів. Ця концепція

передбачає, що підприємство має активно просуватися на ринку, вивчати його потреби, аналізувати конкуренцію та визначати свої переваги, щоб забезпечити відповідну конкурентоспроможність. Поняття «маркетингова концепція» та «маркетинг» тотожні, але можуть відрізнятися за об'єктом і функціями. Таким чином, маркетингова концепція здійснюється в аналізі, плануванні, організації, управлінні, інформаційному забезпеченні, контролі – це з боку менеджменту, а з боку маркетингу – у комплексному дослідженні ринку, економічній кон'юнктурі, аналізі виробничо-збутових можливостей підприємства, розробленні маркетингової стратегії і програмі, проведенні товарної, цінової, комунікаційної політики, формуванні структур маркетингових служб, контролі маркетингової діяльності та оцінки її ефективності. Основні складові маркетингової концепції управління розвитком підприємства:

1. Розуміння потреб та очікувань клієнтів: підприємство повинно ретельно вивчати потреби своїх клієнтів, знати, що вони хочуть, і забезпечувати їм необхідні товари та послуги.

2. Концентрація на задоволенні клієнтів: підприємство повинно зосередитися на якості своїх товарів та послуг, щоб задовольнити потреби своїх клієнтів.

3. Визначення конкурентних переваг: підприємство повинно аналізувати свої конкурентні переваги та розробляти стратегії, які дозволять йому зберігати своє місце на ринку та здобувати нових клієнтів.

4. Визначення цільової аудиторії: підприємство повинно визначити свою цільову аудиторію, тобто групу людей, які мають найбільші потреби в його товарах та послугах.

5. Розвиток маркетингової стратегії: підприємство повинно розробити маркетингову стратегію, яка буде відповідати потребам та очікуванням своєї цільової аудиторії. Це включає в себе розробку маркетингових цілей, вибір маркетингових каналів, розробку пропозиції товару або послуги та планування бюджету маркетингових заходів.

Маркетингові цілі повинні бути спрямовані на задоволення потреб та очікувань цільової аудиторії. Цілі повинні бути специфічними, вимірюваними, досяжними, релевантними та часово обмеженими. Вибір маркетингових каналів повинен забезпечити ефективний контакт з цільовою аудиторією та оптимальне використання бюджету маркетингових заходів. Канали можуть включати рекламу, прямий маркетинг, продажі особистої контактної техніки, розвиток веб-сайту та соціальні медіа. Розробка пропозиції товару або послуги повинна відповідати потребам та очікуванням цільової аудиторії. Пропозиція повинна бути унікальною та привабливою для клієнтів, а також відповідати конкурентному середовищу. Планування бюджету маркетингових заходів повинно враховувати необхідність реклами, продажів, просування та досліджень. Бюджет повинен бути оптимальним та ефективно розподіленим між різними каналами та заходами. Усі елементи маркетингової стратегії повинні бути інтегровані та спрямовані на досягнення маркетингових цілей та

задоволення потреб та очікувань цільової аудиторії. Маркетингова концепція включає в себе наступні етапи (рис. 1):

1. Аналіз потреб і бажань цільової аудиторії: дослідження цільової аудиторії, визначення її потреб і бажань, встановлення її характеристик.
2. Розробка продукту або послуги: створення продукту або послуги, що відповідає потребам та бажанням цільової аудиторії.
3. Визначення цінової політики: встановлення ціни на продукт або послугу, що відповідає вартості його виробництва та споживчому попиту
4. Вибір маркетингових каналів: встановлення каналів, що найбільше відповідають потребам та бажанням цільової аудиторії.
5. Реклама та просування: створення інформаційної кампанії для просування продукту або послуги.
6. Продаж та дистрибуція: організація процесу продажу та дистрибуції продукту або послуги
7. Стеження за результатами: вимірювання ефективності маркетингових заходів та їх впливу на прибутковість підприємства.

Рис. 1. Етапи управління маркетинговою концепцією

Джерело: сформовано автором

Ці етапи утворюють коло, яке відображає постійний процес розвитку та вдосконалення маркетингової стратегії підприємства. Для досягнення успіху в маркетингу важливо постійно працювати над кожним етапом та аналізувати результати для внесення необхідних змін і покращень. Роль маркетингової концепції в системі управління має більше уточнень. Правильніше досліджувати маркетингову діяльність підприємств в управлінні як підсистему, яка використовує пару базових функцій: забезпечувальну та координаційну. Саме до цього роль та місце маркетингової концепції в системі управління використовує наступний ряд принципів (рис 2):

- Фокус на потреби та бажання споживачів: підприємство повинно завжди ставити потреби та бажання споживачів на перше місце і добре розуміти, які вони є, щоб виробляти продукти або послуги, які їх задовольняють.
- Системний підхід до маркетингу: маркетинг повинен бути розглянутий як система, яка включає в себе різні елементи, такі як аналіз ринку, продуктивний розробка, ціноутворення, просування та дистрибуцію. Всі ці елементи повинні бути зіставлені та скоординовані, щоб забезпечити ефективну маркетингову стратегію.
- Стратегічне планування: планування є ключовим етапом управління маркетинговою концепцією, тому необхідно ретельно проаналізувати ринок, конкурентну ситуацію та цільову аудиторію, щоб розробити ефективну маркетингову стратегію.
- Інновації та постійне вдосконалення: маркетингова концепція передбачає розвиток продуктів або послуг, які відповідають потребам та бажанням споживачів. Підприємство повинно постійно працювати над вдосконаленням своїх продуктів та послуг, щоб забезпечити конкурентоспроможність та задоволення клієнтів.
- Взаємозв'язок з клієнтами: підприємство повинно створювати та підтримувати взаємозв'язок зі своїми клієнтами, щоб забезпечити відповідність їхнім потребам та очікуванням.

Рис. 2. Принципи маркетингової концепції управління підприємством

Джерело: сформовано авторами

Це може бути здійснене через різні способи, такі як:

✓ Дослідження потреб та бажань клієнтів: підприємство повинно проводити регулярні дослідження, щоб розуміти потреби та бажання своїх клієнтів.

✓ Комунікація з клієнтами: підприємство повинно створювати різноманітні способи комунікації з клієнтами, такі як електронна пошта, соціальні мережі, телефонні дзвінки та інші, щоб забезпечити зв'язок та зрозуміти їхні потреби.

✓ Підтримка клієнтів: підприємство повинно забезпечувати підтримку клієнтів, яка включає в себе відповіді на запитання, розв'язання проблем та надання консультацій.

✓ Оцінка задоволеності клієнтів: підприємство повинно використовувати різні методи оцінки задоволеності клієнтів, такі як опитування та відгуки, щоб зрозуміти, як їхні продукти або послуги відповідають потребам та очікуванням клієнтів

✓ Розробка індивідуального підходу: підприємство повинно розробляти індивідуальний підхід до кожного клієнта, враховуючи його унікальні потреби та бажання. Наприклад, збільшення асортименту продуктів, зміна умов доставки та оплати, знижки тощо.

✓ Взаємозв'язок з клієнтами є дуже важливим аспектом управління маркетинговою концепцією, оскільки задоволені клієнти зазвичай повертаються до підприємства знову.

Висновок: маркетингова концепція управління – це науково обґрунтована стратегічна постановка діяльності підприємства, яка включає в себе ідею діяльності, її втілення та список головних цілей, які підприємство хоче досягти. Система маркетингу – це загальна взаємопов'язана взаємодія суб'єктів, які відносяться до діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Багорка М.О., Кадирус І.Г. Упровадження маркетингової концепції управління в практичну діяльність аграрних підприємств. *Держава та регіони: науково-виробничий журнал. Серія «Економіка та підприємництво»*. №1 (118). 2021. С. 42–47.

2. Лищенко М.О., Гуляєва В.В., Васильченко О.В. Система організації та управління маркетингом на підприємстві. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №4(21). С. 258–265. http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/42.pdf

3. Склярєнко А.Л. Поняття маркетингової концепції управління розвитком підприємств. *Технології XXI сторіччя: Збірник тез за матеріалами 27-ої міжнародної науково-практичної конференції (24-26 листоп. 2021 р.)*. Ч.2. Суми: СНАУ, 2021. С. 73–74.

Чайка Максим

здобувач освітньо-наукового рівня вищої освіти
Сумський національний аграрний університет
Суми, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Управління конкурентним розвитком аграрних підприємств – це процес планування, реалізації та контролю за розвитком підприємства з метою забезпечення його конкурентоспроможності на ринку аграрної продукції.

Конкурентний розвиток підприємства – це процес планування, впровадження та виконання стратегій та дій, які дозволяють підприємству зберігати свою конкурентну позицію на ринку та забезпечувати стабільний розвиток в майбутньому. Конкурентний розвиток орієнтується на забезпечення високої якості продуктів та послуг, оптимізацію витрат, забезпечення високої ефективності виробництва та маркетингу, розробку та впровадження інноваційних рішень, а також на створення потужних дистрибуційних та логістичних мереж.

Конкурентний розвиток підприємства вимагає від підприємства постійної адаптації до змін на ринку та у світі, реалізації своїх переваг та уникнення недоліків, які можуть завадити розвитку. Таким чином, конкурентний розвиток підприємства дозволяє йому забезпечити своє місце на ринку та виконати свої стратегічні цілі в довгостроковій перспективі.

Для успішного конкурентного розвитку аграрних підприємств необхідно визначити свої конкурентні переваги, відслідковувати зміни в аграрному ринку, аналізувати роботу конкурентів, вдосконалювати виробничі та управлінські процеси, вдосконалювати якість продукції та її упакування, забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів, використовувати сучасні технології виробництва та маркетингу.

Одним з ключових елементів управління конкурентним розвитком аграрних підприємств є стратегічне планування, яке дозволяє визначити цілі та завдання підприємства на довгостроковий період та вибрати оптимальний шлях до їх досягнення. Для цього можуть використовуватися різноманітні аналітичні методи, такі як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз конкурентної ситуації тощо.

Важливим елементом управління конкурентним розвитком є також планування фінансових ресурсів та їх ефективне використання. Для забезпечення фінансової стабільності та ефективного використання ресурсів можуть використовуватися різноманітні методи та інструменти, такі як бюджетування, фінансовий аналіз, управління витратами тощо.

Отже, управління конкурентним розвитком аграрних підприємств є складним та багатогранним процесом, який включає в себе ряд елементів, таких як стратегічне планування, аналіз конкурентної ситуації, планування фінансових ресурсів та ефективне їх використання, управління виробничими та маркетинговими процесами, підвищення якості продукції та обслуговування клієнтів тощо.

Забезпечення конкурентоспроможності аграрного підприємства на ринку передбачає використання сучасних технологій виробництва, ефективне управління ресурсами, налагодження співпраці з іншими суб'єктами господарювання та врахування потреб і побажань клієнтів. В умовах змін на ринку та різних ризиків, що виникають, підприємство повинно мати гнучкий та адаптивний підхід до управління своїми ресурсами та процесами, щоб зберігати та розвивати свою конкурентну позицію.

Основною метою управління конкурентним розвитком аграрних підприємств є забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку. Для досягнення цієї мети потрібно вирішувати наступні завдання (рис. 1):

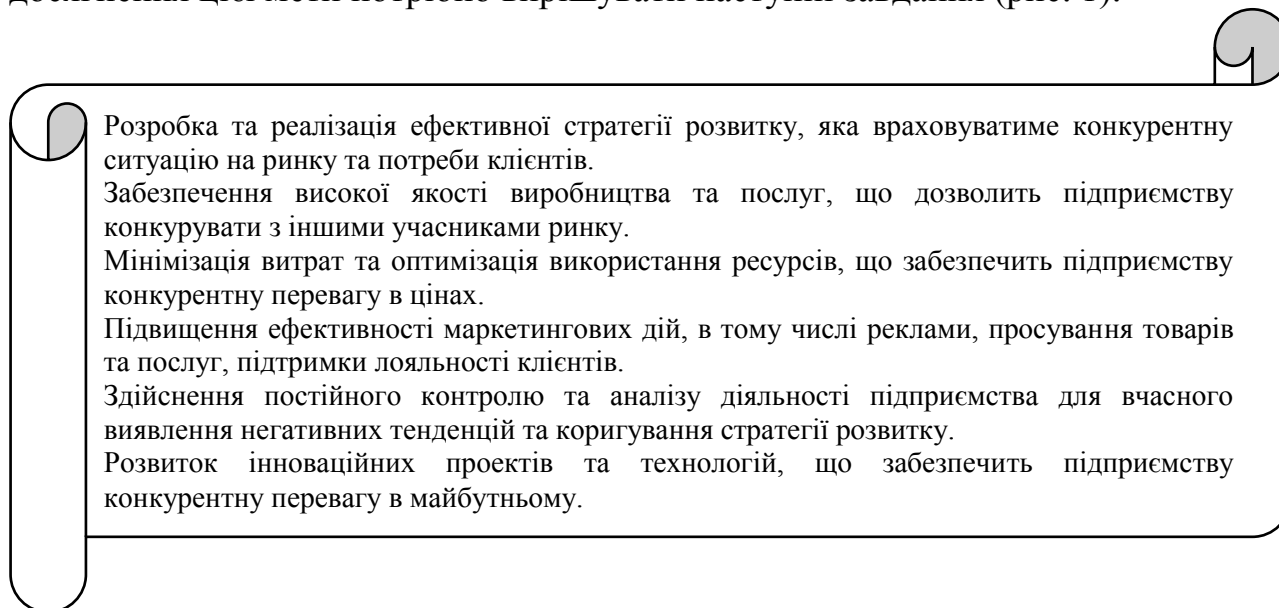


Рис. 1. Завдання управління конкурентним розвитком аграрних підприємств

Джерело: сформовано автором

Висновок: Загалом, цілі управління конкурентним розвитком аграрних підприємств пов'язані з забезпеченням їх успішності на ринку, збільшенням доходів та прибутків, підвищенням рівня задоволеності клієнтів та забезпеченням стабільного розвитку в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Лагодієнко В.В., Федорчук О.М., Протосвіцька О.І. Управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств в умовах сталого розвитку. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2020. № 2. С. 289–295. URL: <http://ujae.org.ua/upravlinnya-konkurentospromozhnistyu-agrarnyh-pidpryyemstv-v-umovah-stalogo-rozvytku/>
2. Лишенко М.О., Овчаренко Є.І., Гук О.В., Мохонько Г.А. Формування конкурентних переваг на основі вдосконалення системи управління якістю продукції підприємства в контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки. *Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць*. Вип. 2 (249). К., 2022. С. 170–176.
3. Невмержицький В.М. Мета, функції та принципи управління конкурентним потенціалом підприємств. *Znanstvena misel journal*. 2021. №50. С. 28–31.

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

<i>Босовська М., Полтавська О., Домище-Медяник А.</i> Трансформація форматів стратегічного партнерства суб'єктів туристичного сектору в контексті глобальних викликів	3
<i>Іванов Ю., Іванова О.</i> Особливості узгодженої антикризової податкової політики ЄС в енергетичній сфері	6
<i>Іванова М., Швець В., Щербина Є.</i> Врахування тріади сталого розвитку при оцінюванні рівня конкурентоспроможності регіонів.....	9
<i>Кібальник Л., Леценко М.</i> Вплив пандемії COVID-19 на економічний розвиток країн світу	11
<i>Петкова Л.</i> Міжнародні стратегії в умовах гео економічної фрагментації.....	14
<i>Шлапак А.</i> СОТ крізь призму асиметрій регулювання міжнародної економічної політики	17
<i>Балак І.</i> Глобалізація та регіоналізація як сучасні тенденції розвитку світової економіки та міжнародних відносин	19
<i>Глазова А.</i> Особливості тренду цифровізації як конкурентного фактора гео економічного позиціонування країни	22
<i>Rakulina A., Levchenko V.</i> Sustainable development and the circular economy: a path to economic prosperity	24
<i>Пасенко В., Айдин Новруз огли</i> Сучасні виклики формування міжнародної енергетичної безпеки в умовах політичної нестабільності.....	27
<i>Фролова Н.</i> Заходи податкової політики країн-членів ОЕСР в умовах міжнародної енергетичної кризи: висновки для України	30
<i>Чалюк Ю.</i> Суспільство 5.0 – новий етап глобалізації.....	32
<i>Гамов М. (наук. керівн. Н. Резнікова)</i> Таксономія державних масштабних суб'єктів в умовах геополітичних трансформацій.....	35
<i>Грод М.</i> Роль зеленої економіки у здійсненні соціотехнічних переходів: висновки для розвитку циркулярних процесів.....	38
<i>Гусарова К.</i> Політекономія зеленого переходу в європейському і американському дискурсі	41
<i>Novytska M.</i> Prerequisites for the digital development of the national economy	45
<i>Філюк М., Іщук Л.</i> Причини світової інфляції та її наслідки	47
<i>Шепель О.</i> Досягнення цілей сталого розвитку в контексті міжнародної трудової міграції.....	48

СТРАТЕГІЇ ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ РЕГІОНІВ

<i>Коцій О., Кльок Є.</i> Відновлення та забезпечення конкурентоспроможності України у повоєнний період.....	52
<i>Пирог О.</i> Товарна імпортозалежність України від росії та перспективи подолання	54
<i>Yahelska K.</i> Trends of Ukrainian marketing in war conditions: a strategic view ..	57
<i>Яровенко Т.</i> Міжнародна конкурентоспроможність України у кризових умовах	60
<i>Біловодська О., Тищенко Д.</i> Розподільчі центри в Україні: переваги та недоліки створення	63
<i>Василишина Л.</i> Стратегічні програми конкурентоспроможності економіки України в умовах війни.....	66
<i>Королюк Т., Довженко А.</i> Підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах індустрії 4.0	70
<i>Лещенко М., Кик Т.</i> Особливості економічного співробітництва України з країнами Балтії	73
<i>Паламарчук Д.</i> Енергоефективність в житловому секторі України	76
<i>Чайка І.</i> Теоретичні аспекти формування концептуальної моделі функціонування ЗВО.....	78
<i>Чемчикаленко Р.</i> Перспективи збереження та подальшого розвитку вітчизняного туристичного бізнесу в умовах війни	81
<i>Тригуба В.</i> Стійкий розвиток підприємств з виробництва литих деталей: особливості та зв'язок з цілями сталого розвитку	83
<i>Миросєді О. (наук. керівн. І. Панова)</i> Економічні проблеми регіонів України та роль міжнародного економічного співробітництва у їх подоланні.....	85
<i>Потьомкін М.</i> Глобальний економічний розвиток конкурентоспроможності та прибутковості переробних підприємств.....	88
<i>Самойленко Д., Смирнова Т.</i> Економічні перспективи України на шляху євроінтеграції в умовах військового стану	90
<i>Сотніков В. (наук. керівн. І. Цуркан)</i> Соціальний захист українців в умовах війни.....	93

ІНТЕГРАЦІЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНИЙ ПРОСТІР: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

<i>Коробчук Т.</i> Бізнес-архітектура банку: теоретичний аспект	96
<i>Natoniuk V.</i> Fintech and financial inclusion in Ukraine: a key to global integration	98
<i>Орлик О.</i> Розвиток та проблеми функціонування фондових бірж	101
<i>Поліщук В.</i> Особливості застосування цифрових технологій на ринку фінансових послуг в умовах військового стану.....	104

Чиж Н. Роль регуляторних органів у забезпеченні стабільності банківської системи.....	107
Колотило А., Козут-Ференс О. Аналіз складу та структури держбюджету України в контексті світових економічних та геополітичних змін	109
Rakulina A., Stepanenko V. The development of financial intermediation in Ukraine at the current stage of economic transformation	112

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І КОНТРОЛЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гавриленко В., Гавриленко Я. Цифровізація міграційних потоків в Україні	115
Чиж В. Обліково-економічне забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах цифрової економіки	117
Бразілій Н. Необхідність та передумови цифровізації системи обліку і звітності в Україні в сучасних умовах господарювання.....	120
Бразілій Н., Конюшенко І. Окремі підходи до питань цифровізації в сфері оподаткування підприємницької діяльності в Україні в сучасних умовах господарювання	122
Гриліцька А., Поліщук А. Екологічний облік як функція управління еколого-економічним розвитком	125
Демиденко С., Бондаревська Т. Переваги та недоліки бухгалтерського аутсорсингу в умовах цифрової економіки	128
Костяна О. Особливості оподаткування заробітних плат в Україні та Польщі.....	131
Крот Ю., Барвінок А. Блокчейн в бухгалтерському обліку	134
Крот Ю., Доценко Т. Сучасний аспект внутрішнього аудиту запасів на підприємстві.....	136
Кучерява М. Удосконалення інформаційного забезпечення управління ефективністю використання природних ресурсів України в контексті сталого розвитку	138
Мостовенко Н. Особливості оцінки ефективності функціонування банківських установ: методологічний аспект	140
Павловська І. Кількісний аналіз бізнес-процесів підприємств харчової промисловості	142
Пакуліна А., Літовка К. Управління витратами на розвиток персоналу підприємства	145
Пасенко В., Пересунько С. Переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування.....	148
Пастернак Я. Актуальні питання організації обліку готівкових розрахунків.....	150
Байлова О. Бюджетування як стратегічний напрям розвитку аналізу і контролю на підприємстві	153

Голубецький П. Облікова політика щодо інноваційної діяльності підприємства: сутність та завдання.....	155
Кучерявий А. Регулювання операцій з віртуальними активами: європейський досвід та вітчизняна практика.....	158
Мінаєв Д. Використання електронних карт в обліку агродіяльності.....	160
Потьомкіна А. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємств.....	163
Ревага О. Удосконалення обліку і контролю заборгованості в умовах електронних грошових трансакцій.....	166

ТЕХНОЛОГІЧНІ, ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Захарова О., Козирєв Д. Інфраструктурні послуги як інструмент побудови розумного міста.....	168
Каліна І. Цифровий маркетинг як інструмент конкурентоспроможності підприємства.....	170
Лищенко М. Методологічні засади управління маркетинговим потенціалом розвитку підприємства.....	173
Потьомкін Л. Аналіз потенційних можливостей функціонування підприємств.....	176
Жарінова А., Ковбаско О., Кузнецова Т., Струнгар А. Деякі аспекти використання постійних ідентифікаторів академічних заходів у міжнародних платформах конференцій.....	179
Зоря О., Мауер Д., Самар О. Проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку аграрної сфери держави в сучасних умовах.....	183
Загоруйко І. Модель взаємодії арбітражерів та вітчизняних господарських суб'єктів.....	185
Боровик Т., Палієнко А. Конкурентоспроможність закладу вищої освіти в умовах сучасних викликів.....	190
Дронова Т. ІТ-технології – маркетинговий інструмент просування в електронній комерції.....	192
Крупський О., Стасюк Ю. Комікс як рушій формування економічної культури суспільства.....	194
Муштай В. Нейромаркетинг як напрям інноваційного туристичного маркетингу.....	197
Остряніна С., Єгоришев І. Основні етапи формування та вдосконалення організаційної структури на підприємстві.....	199
Пакуліна А., Шумаков Б. Проблеми зайнятості молоді на ринку праці в умовах воєнного стану.....	202
Пасенко В., Крот Ю., Павелко Я. Інновації як показник підвищення конкурентоспроможності України.....	204
Пікулик О. Інновації та дослідження в країнах ЄС в умовах сучасних безпекових загроз.....	206

Рибалко-Рак Л., Кужель Н., Цюпа А. Сучасні інноваційні особливості формування конкурентної стратегії підприємства	209
Старушенко Г. Узагальнена цифрова модель оптимізації управління запасами.....	211
Стешенко Л. Туристичний портал міста як інструмент комунікативного менеджменту	214
Барвінко В., Устік Т. Підвищення ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства біологічної галузі	216
Бородай Д. Теоретичні засади управління інноваційним розвитком підприємства	218
Головко Л. (наук. керівн. Л. Петкова) Міжнародний бізнес в умовах глобальних викликів	221
Гуріков О., Устік Т. Особливості та алгоритм формування маркетингового інструментарію торговельного підприємства в умовах динамічного конкурентного середовища.....	224
Духно Д., Устік Т. Інноваційні підходи у формуванні моделі маркетингу відносин в банківській сфері.....	226
Лисянський С., Устік Т. Організація та вдосконалення цифрових маркетингових стратегій на ринку ветеринарних препаратів	229
Назаренко С., Устік Т. Конкурентні стратегії щодо формування інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрних підприємств	231
Петренко О., Криворот В. Сутність, складові та етапи маркетингової концепції управління розвитком підприємства.....	233
Чайка М. Теоретичні основи управління конкурентним розвитком аграрних підприємств	237

Наукове електронне видання

X МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

СТРАТЕГІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ:
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИМІРИ

23 березня 2023 року

м.Черкаси

В авторській редакції

Технічний редактор *Давиденко К. В.*

Гарн. Times New Roman. Обл.-вид. арк. 18,15. Зам. № 23-21.

Черкаський державний технологічний університет
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 896 від 16.04.2002.
бульвар Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006.

Редакційно-видавничий відділ ЧДТУ
red_vidav@chdtu.edu.ua