



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний бізнес-коледж

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

*Матеріали XV Всеукраїнської
науково-практичної конференції*



19-20 квітня 2023

www.csbc.edu.ua

**Міністерство освіти і науки України
Черкаський державний бізнес-коледж**

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В
УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**Матеріали
XV Всеукраїнської науково-практичної конференції
19-20 квітня 2023 рік**

Черкаси – 2023

УДК 338.31+65

ББК 65.1

Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів. Матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної конференції. (19-20 квітня 2023 р. м. Черкаси). — Черкаси: ЧДБК, 2023. — 219 с.

Організаційний комітет конференції

Азьмук Н.А. – заступник директора з навчально-методичної роботи ЧДБК, д-р екон. наук, доцент - голова оргкомітету;

Кузнецова Н.Б. – завідувач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу ЧДБК, канд. екон. наук, доцент;

Здір В.А. – завідувач кафедри обліку та фінансів ЧДБК, канд. екон. наук;

Піскова С.П. – завідувач відділення підприємництва та маркетингу ЧДБК;

Гмиря В.П. – доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу ЧДБК, канд. екон. наук, доцент;

Боровик Т.М. – відповідальний секретар.

Випуск тез наукових робіт науковців, представників підприємств, установ, організацій, здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, підготовлений за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції «Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів», яка відбулася 19-20 квітня 2023 року.

Представлені у матеріалах науково-практичної конференції тези учасників подані в авторській редакції та відображають власну наукову позицію авторів. Автори тез несуть повну відповідальність за точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних та джерел посилання.

© Черкаський державний
бізнес-коледж, 2023

© Колектив авторів, 2023

ЗМІСТ

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 1. УКРАЇНА КРИЗЬ ПРИЗМУ ГЛОБАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТРЕНДІВ: РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

<i>ВІЛЮК Veronika</i>	Current Trends and Perspectives of the Development of Small and Medium-Sized Businesses in Ukraine	7
<i>БОРОВИК Тетяна</i>	Підготовка конкурентоздатного фахівця в умовах глобальних викликів	9
<i>ВАСИЛЬЧУК Євген</i>	Дорогоцінні метали як довгострокова інвестиція	11
<i>ВОЛОБУЄВ Микола</i>	Відродження промисловості України шляхом удосконалення управління трудовими ресурсами та організації виробництва через впровадження передових технологій	12
<i>ГАПОНЧИК Ірина</i>	Державна регіональна політика в Україні: особливості формування та виклики її реалізації	14
<i>ГВОЗДІЙ Валентин</i>	Наукові підходи до дослідження забезпечення економічного зростання підприємства	17
<i>ДЕРЕВ'ЯНКО Максим</i> <i>БАЛАН Дар'я</i>	Теорія та термінологія прийняття рішень з конкретним фокусом на процес вибору стратегічного постачальника	19
<i>КОТЛЯРОВ Євген</i>	Пропозиції щодо побудови регіонального ринку теплоенергії	22
<i>НЕЇЖКАША Світлана</i>	Структура ринку праці України та її вплив на зростання економіки	24
<i>ПАВЛЮКОВСЬКИЙ Олександр</i>	Енергетична безпека та роль України на світових енергетичних ринках	27
<i>ПАРХОМЕНКО Аліна</i>	Тінізація економіки України та заходи з її протидії	29
<i>ПОЛІЩУК Вадим</i> <i>МАРТОВЩУК Анастасія</i>	Дослідження ринку кредитних ресурсів України в умовах сучасних викликів	31
<i>ФЕСЕНКО Вікторія</i>	Якість життя населення	33
<i>ЧОРНА Анастасія</i>	Фінансово-економічні аспекти національної безпеки України	36
<i>ШЕВЧЕНКО Олександра</i>	Цифрова економіка: її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки	39
<i>WAŚIK Natalia</i> <i>WAŚIK Damian</i>	Economic Freedom and the Essence of the Ban on Advertising the Pharmacy and Pharmaceutical Services	41

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 2. ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

<i>БОЙКО Таїсія</i>	Втрати національного багатства України, зумовлених російською агресією	43
<i>КЛИМЕНКО Катерина</i> <i>САВОСТЬЯНЕНКО Максим</i>	Актуалізація пріоритетів співробітництва України з МВФ для повоєнного відновлення	46
<i>КОСТЮК Оксана</i>	Особливості ведення бухгалтерського обліку на підприємствах лісової галузі в умовах воєнного стану	48

КОТЛЯР Анна	Вплив війни на інфляцію в Україні	51
КУЗНЕЦОВА Наталія	Вплив російської воєнної агресії на демографічну ситуацію в Україні	54
MAZUR Anastasia	Activities and Challenges of Startups in Ukraine in Wartime	58
НОСЕНКО Вадим	Вплив російської агресії проти України на розвиток світової торгівлі	60
ОНИЩЕНКО Анна	Динаміка валютного курсу та валютно-курсова політика Національного банку України під час війни	61
ПЯСЕЦЬКА Юлія-Адріана	Економіка України в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення	65
РОДНАЯ Анна	Міграційні виклики для України під час воєнного стану та шляхи їх подолання	67
СІДЕНКО Наталія	Стан і розвиток логістичних центрів у кризових умовах	69
ФІЛЬШИНА Вікторія	Вплив російсько-української війни на ринок електронної торгівлі	72
ХРИСТОФОРОВА Поліна	Воєнні виклики для української промисловості	75
ФІЛЬШИНА Вікторія	Інвестування під час війни: тенденції та перспективи	77
ШЕВЧУК Олександра	Вплив війни на зовнішньоторговельну сферу України	80

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 3. СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

БІЖКО Вікторія	Шляхи удосконалення брендингу продовольчої продукції в Україні	84
БОНДАРЄВА Анастасія	Використання PEST-аналізу на прикладі підприємства з виробництва продажу молочної продукції з козиного молока «О'ферма»	86
БУЗЬКО Альона	Вплив зовнішнього середовища на формування маркетингових стратегій промислових підприємств в Україні	88
ГВОЗД Мирослава	Маркетинг впливу як комунікаційний інструмент просування товарів у медіа просторі	91
ЗЛОТЯ Ірина	Роль SEO-оптимізації для удосконалення комунікаційної політики	93
КОВАЛЬ Олена	Проблеми та перспективи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізації	96
КРУПСЬКИЙ Олександр	Використання сторітелінгу в цифровій епосі:	
СТАСЮК Юлія	можливості та обмеження	99
ЛІСЯНСЬКА Карина	Принципи управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу	102
ЛЕПЕТИНСЬКА Аліна	Управління виробничим потенціалом підприємства	104
ПИНТЯ Владислав	Основні аспекти розвитку маркетингової комунікації у підприємницькій діяльності	106

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 4. ФІНАНСОВЕ ТА БУХГАЛТЕРСЬКО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

<i>ВЛАСЮК Світлана</i>	Фінансова політика як інструмент регулювання аграрного сектору економіки	110
<i>ВУГМАН Олександр</i>	Методичні підходи до оцінювання ефективності використання капіталу підприємства	112
<i>ГОЛЯЧУК Наталія</i>	Облікові аспекти договірних відносин лісогосподарських підприємств	114
<i>ГУЦ Вероніка</i>	Теоретичні засади планування коштів фонду оплати праці агропромислового підприємства	116
<i>ДЕМЧЕНКО Наталія</i>	Актуальні проблемні питання обліку необоротних матеріальних активів	118
<i>ZHURAVEL Kateryna</i>	The Financial Sector of Ukraine in the Conditions of Martial Law	120
<i>ЄМСЕНКО Вікторія</i>	Особливості оподаткування та подання звітності під час воєнного стану	121
<i>ЄРМОЛЕНКО Галина</i>	Основні проблеми обліку і контролю дебіторської заборгованості на підприємстві та шляхи їх уникнення	123
<i>КОРНІЄНКО Руф</i>	Проблеми та шляхи врегулювання стану валютного ринку України в умовах воєнного часу	125
<i>ЛЕВЧЕНКО Ірина</i>	Амортизація активів під час воєнного стану	127
<i>ЛЕВЧЕНКО ІРИНА</i>	Особливості обліку і оподаткування в будівництві в Умовах війни	129
<i>КУЛИК ЮЛІЯ</i>	Особливості оцінки поточних фінансових інвестицій на прикладі діючого підприємства	132
<i>МІРОШНИЧЕНКО Світлана</i>	Впровадження електронних грошей на підприємстві: характеристика та механізм обліку	134
<i>МОЛІАКА Mariia</i>	The roles of banks during the war in Ukraine	137
<i>ОНІПКО Поліна</i>	Облік та аудит розрахунків з персоналом в сучасних умовах	140
<i>ПОЛІЩУК Антоніна</i>	Фінансова безпека України в період воєнного стану	143
<i>ПОГОРІЛА Анна</i>	Шляхи вдосконалення обліку доходів і витрат на підприємстві	146
<i>ПОСТОЛОВКА Діана</i>	Фінансова стратегія як пріоритетна складова фінансового планування діяльності суб'єктів господарювання	149
<i>ФІМЯР Світлана</i>	Сутність та роль витрат в операційному циклі підприємства	151
<i>ЛАНОВСЬКИЙ Євгеній</i>		

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 5. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

<i>БАРАБАНОВА Дар'я</i>	Управління ресурсним потенціалом підприємства в умовах цифровізації	154
<i>БОГАЧ Олена</i>	Основні напрями цифровізації економіки	156
<i>VITRIAK Vitalii</i>	Critical Thinking as a Key Professional Competence of a Modern IT Specialist	157
<i>ГРОІМЧУК Сніжана</i>	Цифрова трансформація України в умовах війни	159

<i>ДАЦЕНКО Ксенія</i>	Вплив використання штучного інтелекту на продуктивність праці	161
YEVDOKUMOV Serhii	Development of a Cargo Drone Control System on the Basis of a Convolutional Neural Network	163
<i>КРАВЧУК Каріна</i>	Нормативне регулювання цифрової економіки	166
<i>КРУГЛОВ Віталій</i>	Сучасні підходи до політики цифрової трансформації економіки	168
<i>LYTVYN Daria</i>	Soft Skills in Designers' Professiogram	170
<i>МЕГИК Юлія</i>	Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації	172
<i>МІЩУК Євгенія</i>	Роль цифровізації у прийнятті управлінських рішень державними посадовими особами	174
<i>МОТРИЧ Анна</i>	Виклики та переваги цифровізації економіки	177
<i>ГОНЧАРЕНКО Олександр</i>		
<i>ПОБІДЬОННА Яна</i>	Цифровізація агропродовольчого виробництва, як невід'ємна складова сталого розвитку галузі	179
<i>СУШИЧ Максим</i>	Цифрова трансформація бізнес-моделей	181
<i>ШАФОРЕНКО Ігор</i>	Сучасні аспекти прийняття рішень з управління бізнес-процесами ІТ підприємства	184
<i>ШАФОРЕНКО Святослав</i>	Сучасні підходи до управління процесом підбору персоналу з використанням цифрових технологій	186

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 6. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК НОВА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

<i>БАРАБАШ Леся</i>	Податкова система України в середовищі креативної економіки	190
<i>ГОЛОВКІНА Марина</i>	Тенденції розвитку креативної економіки у світі та в Україні	192
<i>ЖЕЙКОВ Дмитро</i>	Креативна економіка як нова модель економічного розвитку	194
<i>ЄЖЕЛИЙ Юрій</i>	Засади функціонування креативної економіки в умовах глобалізації	197
<i>ŻYWUSKA – KOZŁOWSKA Elżbieta</i>	Creative Economy	200
<i>КАПУСТА Анна</i>	Креативний сектор економіки України в умовах сучасних викликів	201
<i>КУЗНЕЦОВА Ксенія</i>	Напрями підвищення ефективності управління людськими ресурсами підприємств	203
<i>СОКІЛ Ірина</i>	Креативна економіка як нова модель економічного розвитку в Україні	205
<i>ТОМАШУК Іван</i>	Тенденції розвитку креативних індустрій на сільських територіях	208
<i>ТОМАШУК Ірина</i>	Розвиток фінансових технологій як фактор модернізації фінансової системи	211
<i>ТОМАШУК Інна</i>	Креативна економіка як основа розвитку світової економіки	214
<i>ТУРПІТЬКО Борис</i>	Стратегічні засади визначення економічних результатів за постіндустріальних умов діяльності підприємства	217

UDC: 531.01

CURRENT TRENDS AND PERSPECTIVES OF THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN UKRAINE

Veronika Bilyk

veronikabilyk1610@gmail.com

Cherkasy State Business College, Cherkasy, Ukraine

Scientific supervisors: Doctor of Economics, Professor, Kuklin O.V.

The study of trends and development of small and medium-sized businesses in Ukraine is and will be one of the most relevant and necessary topics for disclosure. The importance of small and medium-sized businesses (SMEs) for national economies is recognized throughout the world, because small and medium-sized enterprises not only make a significant contribution to the development of the modern economy, but also develop as an independent sector with growing socio-economic importance.

In Ukraine, small and medium-sized businesses are experiencing extremely difficult times due to the deepening of systemic problems, as well as the manifestation of new threats related to the introduction and continuation of martial law. That is why, taking into account the recent events, small and medium-sized businesses as an object of observation, acquires an important importance in the research of modern business development trends, identification of key problems and determination of development prospects.

An important component of any stable market economy is the active development of small and medium-sized enterprises (SMEs), which play a decisive role in creating new jobs, promoting economic growth and developing innovations.

According to estimates by the Organization for Economic Development and Cooperation (OECD), SMEs account for about 90% of enterprises that employ 63% of the workforce in the world, which is why one of the priority areas of state policy is SMEs, which cover more than 99% of all registered business entities in Ukraine. [3; 4, p. 20].

The advantage of these forms of entrepreneurship is the development of competition, dynamism, activation of innovative activities, quick adaptation to changing market needs and, as a result, elimination of disparities in individual product markets. At the same time, the business climate in the country has a significant impact on the development of SMEs, which requires reform and significant innovations to improve the management of business entities.

Since the beginning of the military aggression, the total direct losses of SMEs are estimated at 80 billion dollars, the estimate of the reduction of Ukraine's GDP in 2022 due to a decrease in business activity is 21%. Access to financing remains the main need of business, in addition, the retention of key employees to conduct business also remains extremely an important problematic aspect.

According to the latest studies of the state and needs of business, the UBI Business Activity Index (Ukrainian Business Index) as of November 2022 was 30 (out of 100 possible) points. If we compare this indicator with the summer of the analyzed period, the trend improved somewhat, but compared to autumn, it began to deteriorate again [3].

The main factors inhibiting the functioning of SMEs at different levels of management include [1; 2]:

- irregular and not always guaranteed opportunity to stimulate programs of support and development of SMEs at the regional and state levels;
- lack of clear guidelines for the development of SMEs on an innovative basis;
- lack of an effective and efficient model of SME cooperation;
- inappropriate use of funds allocated for SME development projects, and improper systems of monitoring and control over the use of funds;
- low qualification of the workforce, rather low competence of employees of SMEs. This is due to the lack of experience in various areas of economics and management, lack of communicative

management skills, etc.;

- increase in the degree of various types of risk, in particular the risk of excessive competition and the occurrence of collective bankruptcy - excessive competition with foreign companies;
- constant changes, the need for periodic updating and modernization;
- bureaucratic and administrative obstacles;
- limited and lack of funding;
- the need to create and implement innovative technologies, the latest processes, a low level of innovative culture and thinking, etc.

Therefore, in order to accept the challenges of modernity, SMEs must:

- orient the focus of attention on business scaling, where there are prospects not limited by national policy and the possibility of independently attracting investment and implementing investment projects, etc. [5, p. 21];

- to reform legislative gaps and liberalize the development of the MPB sector by implementing e-government practices, minimizing regulatory and financial pressure on SMEs, harmonizing legislation with international legal norms, developing and implementing a road map for the development of priority sectors of SMEs [2];

- actively invest in the development of key business persons. The success of a business is created in the minds of the people who created and develop it, and later, through their decisions, it turns into real results. Therefore, investing in the knowledge, skills and competencies of managers and executives will be the key to the success of SMEs;

- to focus production on export to the markets of the EU, Canada and the USA, which are highly solvent and competitive regions, where quality products produced in Ukraine will have a price advantage. Export is also an effective tool for competition with foreign companies whose access to the Ukrainian market is open within the framework of the Association Agreement with the European Union;

- to create associations and unions to defend their own interests and lobby for decisions at the state level that will contribute to the development of SMEs.

So, summarizing all of the above, we can note that in the conditions of martial law to stabilize the economy of the state, the development of SMEs is an economic and political perspective that requires the support and interested attitude of the state to this type of business, because it is precisely such enterprises that create favorable conditions for the stabilization of the economy. because they develop a competitive environment, create additional jobs, actively promote structural change and expand the consumer sector.

References:

1. Duma O. I., Pankiv I. S. Challenges and prospects in the development of small and medium-sized enterprises in Ukraine. Efficient economy. 2018. No. 4.

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6257>

2. Marenich A. I., Bilyk V. O. Trends and prospects for the development of small and medium-sized businesses in Ukraine.

URL: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/view/3208>

3. Official website of the organization of economic cooperation and development. URL: <https://unic.org.ua/>

4. Problems and prospects of the development of small and medium-sized businesses: a monograph / edited by Doctor of Economics, Professor S.D. Luchyk; Chernivtsi Trade and Economic Institute KNTEU. Chernivtsi: Technoprint, 2021. 400 p.

5. Frolova N. L. Current state and prospects for the development of small and medium-sized businesses in Ukraine in the conditions of the corona crisis. Investments: practice and experience. 2021. No. 19. P. 16–21.

УДК: 378.046

ПІДГОТОВКА КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ФАХІВЦЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Тетяна Боровик

boroviktm@ukr.net

*старший викладач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Сучасні суспільні виклики внесли кардинальні зміни у функціонування інституціонального середовища, що суттєво впливають на розвиток національної економіки. Значний вплив та трансформації відбуваються на ринку праці. Затребувані декілька років тому професії втрачають свою актуальність, відбувається переорієнтація ринку праці та формування нових вимог до фахівців. Ключовими компетентностями, затребуваними на сучасному ринку праці, є крос-дисциплінарні знання (уміння розуміти та застосовувати знання з різних дисциплін); колаборація (уміння продуктивно працювати в команді); навички планування та організації; вміння вирішувати складні завдання, що базуються не тільки на професійних навиках, а й на інтелекті та життєвому досвіді; критичне мислення; емоційний інтелект [1, с. 33]. Наукові розвідки Сергєєвої Л.М., Стойчик Т.І. розкривають сутність конкурентоздатності як соціально-економічного явища та аналізують управління якістю підготовки конкурентоздатних фахівців [2]. Гаращук О.В., Куценко В.І., Кінаш І.П. розглядають тенденції розвитку якісної освіти, серед компонентами якої визначено основні концептуальні положення забезпечення компетентності фахівців [3, с. 57]. Вплив глобалізації на формування конкурентного фахівця розкрито у наукових працях Стойчик Т.І., Ткаченко В.В. тощо. Ряд науковців наголошують, що однією з важливих складової підготовки конкурентоздатного фахівця є формування міжкультурної комунікативної компетентності, уміння спілкуватися іноземними мовами та міжкультурна адаптація. Так, українські науковці вважають, що професійна культура фахівця з економіки складається з:

- культури ведення бізнесу (володіння основами підприємницької діяльності і менеджменту);
- інформаційної культури (володіння основами інформаційної діяльності та знання новітніх інформаційних технологій);
- культури ділового спілкування (знання норм ділового етикету, норм усної та письмової ділової комунікації);
- правової культури (володіння основами права і нормами правової поведінки);
- іншомовної культури (здійснення міжкультурної ділової комунікації);
- психологічної культури (розуміння психологічних явищ, пов'язаних з діловими стосунками людей);
- економічної культури (володіння основами економічних теорій, мікро- і макроекономіки, маркетингу тощо) [4, с. 46-47].

Входження у світове співтовариство, визнання України фінансовим, торговельним, промисловим та науковим партнером ставить перед освітою та ринком праці нові виклики та можливості. «Швидкі темпи інтернаціоналізації економіки, її глобалізація, нові електронні засоби комунікації стали поштовхом до потужного розширення міжнародних контактів, виникнення великої кількості спільних підприємств, тісної взаємодії представників ділових кіл різних країн та континентів. Вітчизняна освіта не може стояти осторонь цих трансформаційних процесів. Одним з напрямків модернізації сучасної вищої школи є впровадження в освітню парадигму компетентнісного підходу, націленого на те, щоб забезпечити студента не тільки теоретичними знаннями, а й сформуванню у нього досвід здійснення певної діяльності задля вирішення практичних завдань. З'явилася нагальна потреба переглянути підходи до процесу

навчання взагалі та до навчання іноземної мови зокрема» [5, с. 261].

В той же час освітня галузь знаходиться в умовах постійних викликів, які опосередковано впливають на якість підготовки конкурентоздатного фахівця. Освітні ризики, що є ймовірними у сучасних умовах, включають:

- політико-правові проблеми (наприклад, зміни державної політики, недосконалість механізмів її реалізації на місцевому рівні та зміни в законодавстві);
- організаційно-технічні проблеми (наприклад, невідповідність структури закладу освіти її цілям та функціям, нестача матеріально-технічних ресурсів та невідповідність стандартам безпеки);
- фінансово-економічні проблеми (наприклад, нестача бюджетних коштів та недосконалість механізмів приваблення фінансування від партнерів);
- кадрові проблеми (наприклад, зниження кваліфікації персоналу, порушення корпоративної культури, нестача мотивації та професійних деструкцій).

За даними Всесвітнього економічного форуму, у світі «до 2025 року 85 мільйонів робочих місць можуть замінити машини, але, при цьому, можуть з'явитися 97 мільйонів робочих місць, які адаптуються до нових змін на ринку праці» [6]. Також на форумі було названо ТОП-10 навичок майбутнього, зокрема:

- аналітичне мислення та інноваційність;
- активне стратегічне навчання;
- комплексне вирішення проблем;
- критичне мислення та аналіз;
- креативність, оригінальність та ініціативність;
- лідерство та соціальний вплив;
- використання технологій, моніторинг та контроль;
- технологічний дизайн та програмування;
- стресостійкість та гнучкість;
- вміння аргументувати, вирішувати проблеми та формувати ідеї [6].

Україна, як і більшість країн світу, стикається з викликами, пов'язаними зі світовими трансформаційними процесами, які відбуваються в економіці, технологіях, комунікаціях та інших сферах. Ці процеси створюють нові можливості для України, але також ставлять перед нею виклики, пов'язані з підготовкою конкурентоздатних фахівців. Швидкі зміни на ринку праці свідчать про те, що деякі професії втрачають актуальність, і формується новий попит на фахівців з крос-дисциплінарними знаннями, навичками планування та організації, вмінням працювати в команді, критичним мисленням, емоційним інтелектом тощо. Конкурентоздатність фахівців є важливим соціально-економічним явищем, яке вимагає управління якістю підготовки фахівців. Одним з важливих напрямків модернізації освіти є впровадження компетентнісного підходу, який спрямований на формування не тільки теоретичних знань, а й досвіду розв'язання практичних завдань.

Список використаних джерел:

1. Боровик Т.М., Устиченко С.В., Кравченко Л.В. Неформальна освіта дорослих як складова концепції «освіта впродовж всього життя». Вісник Черкаського університету. Педагогічні науки. Черкаси, 2020. Вип. 1. С. 32-36.
2. Сергеева Л.М., Стойчик Т.І. Конкурентоздатність як умова професійного становлення фахівців: монографія. Дніпро: Журфонд. 2020. 181 с.
3. Гаращук О.В., Куценко В.І., Кінаш І.П. Концептуальні основи забезпечення траєкторії якісної освіти (виклики часу і стратегія розвитку). *Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2022. №1(25). С. 55-64.
4. Іванова І.В. Формування культурологічної компетентності майбутніх фахівців бізнес сфери у процесі навчання іншомовного професійного спілкування // І.В. Іванова. – Вісник Житомирського державного університету. Педагогічні науки. – 2008. – с. 45–46.
5. Потапенко Л. В. Професійно-орієнтоване навчання іноземної мови студентів нелінгвістичних спеціальностей. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Острог: Видавництво

Національного університету «Острозька академія». Вип. 38. 2013. С. 261-263.

6. 10 найкращих навичок 2025 – скільки потрібно часу на їх вивчення. *Профспілка працівників освіти і науки України*. URL: <https://pon.org.ua/novyny/8297-10-naykraschih-navichok-2025-sklki-potrjno-chasu-na-yih-vivchennya.html> (дата звернення 10.04.2023).

УДК: 339.923

ДОРОГОЦІННІ МЕТАЛИ ЯК ДОВГОСТРОКОВА ІНВЕСТИЦІЯ

Євген Васильчук

vasilchuk220384@gmail.com

доктор економічних наук,

*доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Тривалий час у світі і у нашій державі зокрема спостерігався відносно незначний інтерес до сегменту дорогоцінних металів. Тим не менш, в умовах поглиблення світових інфляційних процесів та різких коливань національних валют спостерігається піднесення інвестиційної привабливості саме дорогоцінних металів.

Накопичені фінансові ресурси можна досить швидко втратити, тому цілком актуальним видається їхнє подальше інвестування у перспективні напрями. Фінансові аналітики категорично не рекомендують, щоб наявні фінансові ресурси перебували без руху, адже це зумовлює їхнє знецінення. Через це підприємливі особи намагаються максимально ефективно використовувати наявні у них фінансові ресурси задля того, щоб уберегти їх від знецінення та примножити. Утім це може робити і людина, не обізнана у тонкощах підприємницької діяльності.

Серед пасивних способів отримання доходу досить високою популярністю користуються інвестиції в дорогоцінні метали. Серед низки хімічних елементів, що містяться у таблиці Д. Менделєєва, особливе місце посідає конгломерат із восьми металів, які підпадають під визначення шляхетних або дорогоцінних. Вони вирізняються насамперед своєю стійкістю до окислення і корозії. Із цих металів золото, срібло, а останнім часом платина і паладій, перебувають у фокусі особливої уваги осіб, які прагнуть зберегти та примножити власні заощадження.

На відміну від паперових грошей, різноманітних криптовалют, які останнім часом набули особливої популярності, та акцій дорогоцінні метали вважаються найбільш стабільними об'єктами для інвестицій. Такі інвестиції вважаються найбільш захищеними, адже вони завжди мають визначену матеріальну цінність, на відміну від паперових грошей або акцій, які через певні соціально-економічні або політичні колізії здатні швидко знецінюватись. Достатньо пригадати приклад із радянськими облігаціями та «книжковими» заощадженнями громадян, коли за досить короткий термін накопичені фінансові ресурси фактично знецінились.

Крім того, у періоди затяжних економічних стагнацій, що супроводжуються стрімкою девальвацією національної валюти, серед населення суттєво зростають панічні настрої щодо подальшої долі своїх заощаджень. Через це актуалізується необхідність вкладати накопичені кошти у об'єкти, перевірені часом. У такі пікові моменти об'єктивно зростає попит, а отже і вартість дорогоцінних металів.

Найпопулярнішим дорогоцінним металом традиційно вважається золото. Протягом століть воно є важливим компонентом світової фінансової системи. Через це інвестиції у золото є особливо популярними. Досить популярними інвестиціями у золото є інвестиційні практики різних країн світу. Так, у Туреччині і Японії цей метал вважається компонентом накопичувального рахунку, у В'єтнамі ним розраховуються за об'єкти нерухомості, в Індії золото традиційно вважається найпоширенішим засобом заощадження фінансових ресурсів. Його вартість постійно зростає. Так, у 1995 р. унція золота (31 г) коштувала близько 150

доларів, у 2018 – уже 1300, а у 2021 – 1780 доларів США [1].

Срібло вважається відносно недорогим дорогоцінним металом. Це пояснюється, насамперед, наявністю значних родовищ цього дорогоцінного металу. Разом із тим, його висока затребуваність у промисловості обумовлює стабільне зростання вартості на нього. Ця тенденція є характерною і для платини та паладію.

Розрізняють декілька можливостей інвестування у дорогоцінні метали.

Найпоширенішим способом є купівля банківських металів у вигляді злиwkів або інвестиційних монет. Їх можна зберігати самостійно або на депозиті. Серед переваг цього способу є відносний психологічний комфорт, який виникає через володіння реальним дорого вартісним матеріальним об'єктом. Недоліками цього різновиду інвестування традиційно пов'язують складнощі домашнього зберігання таких речей, високі комісійні збори за їх зберігання у банківських установах.

Іншим способом вважається безготівкове придбання дорогоцінних матеріалів. У цьому випадку клієнт не отримує метал безпосередньо на руки, ця транзакція відображається на його рахунку. Перевагою цього способу вважається зручність зберігання, а вагомим недоліком – можлива фізична відсутність металу у банківської установи у період фінансової невизначеності.

Разом із тим, інвестування у дорогоцінні метали містить у собі і певні ризики. Насамперед, це можливе збільшення видобутку металу, що обумовлює падіння ціни на нього, ризики, пов'язані із його набуттям, зберіганням та подальшою реалізацією у разі необхідності.

Тим не менш, в умовах фінансово-економічної нестабільності інвестиції у дорогоцінний метал не втрачає своєї популярності. Переконливим доказом цьому є стабільний попит і зростання ціни.

Список використаних джерел:

1. Інвестиції в дорогоцінні метали: плюси і мінуси. URL: <https://ffin.ua/blog/articles/investopediia/post/investytsii-v-dorohotsinni-metaly-pliusy-i-minusy>
2. Інвестиції в дорогоцінні метали ! Золото як інвестиція. URL: <https://vseprogroshi.com.ua/investicij-v-zoloto.html>
3. Інвестиції в метали. URL: <http://про-інвестиції.укр/%D1%96%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%97-%D0%B2-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8/>
4. Навіть якщо банк збанкрутує, вам повернуть зливok. Як інвестувати в дорогоцінні метали. URL: <https://mc.today/uk/navit-yakshho-bank-zbankrutuye-vam-povernut-zlivok-yak-investuvati-v-dorogotsinni-metali/>

УДК: 338/338.2

ВІДРОДЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ПЕРЕДОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Микола Волобуєв,

mikolavol2022@gmail.com

*викладач економічних дисциплін, спеціаліст вищої категорії
Лозівська філія Харківського автомобільно-дорожнього
фахового коледжу, м. Лозова, Україна*

*«Єдине, чого нам варто боятися – це самого страху,
того страху, що паралізує зусилля,
необхідні для перетворення відступу у наступ»*

Франклін Делано Рузвельт

Це улюблена фраза Франкліна Делано Рузвельта - людини, яку американці чотири рази обирали своїм президентом, людини, яка вивела США з «Великої депресії» і перетворила на

найпотужнішу світову державу. Україна сьогодні знаходиться в таких умовах коли необхідні рішучі дії, направлені на її розвиток.

Реалії сьогодення є такими, що для забезпечення державою своїх функцій виникає гостра потреба наповнення державного бюджету, щоб країна могла підтримувати обороноздатність та виконувати повною мірою свої функції. Відомо, що основна частка бюджету складається саме з податків, які сплачують суб'єкти господарювання, в тому числі і підприємства. З метою забезпечення економічного розвитку та відродження промисловості України виникає гостра потреба в удосконаленні методів організації виробництва та управління трудовими ресурсами. Здійснити це можливо через впровадження передових технологій та європейського досвіду.

Поруч з діючими підприємствами виникає потреба у відновленні зруйнованих або пошкоджених суб'єктів господарювання, а можливо і в деяких галузях будівництво нових підприємств. Це дасть можливість знизити рівень безробіття шляхом організації нових робочих місць. Нові перспективи та можливості стануть привабливим фактором, що сприятиме повернення із-за кордону цінних кадрів і саме в ці моменти важливо створити трудовим ресурсам такі умови, які дозволять застосування передових технологій та новітніх засобів виробництва.

Більшість підприємств України потребують істотних змін та модернізації. Застосування сучасних засобів виробництва дозволить виготовляти продукцію, надавати послуги або виконувати роботи на більш високому рівні, більш якісно, тобто підвищити їх конкурентоспроможність. Перспектива вступу до ЄС відкриває перед нами перспективи міжнародного співробітництва та розвиток міжнародних економічних відносин. Україна має потенціал та повинна його розвивати. Міністерство освіти на сьогоднішній день впроваджує стратегію підтримки та розвитку професійної освіти, сприяє формуванню іміджу та престижності робітних професій. Адже ми повинні розуміти, що основним фактором в промисловості є саме робітничий потенціал.

Отже, головним джерелом розвитку економіки та найбільш важливим елементом продуктивних сил і є люди, їх майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. З огляду на взаємозв'язок між рівнем добробуту населення країни, конкурентоспроможністю її економіки та якістю трудового потенціалу персоналу підприємств та організацій можна зробити висновок про існування непересічної залежності. Дослідження потенціалу підприємств вказує на необхідність якісної підготовки трудових ресурсів.

В загальному розумінні, потенціал – це наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети. Використовуючи трудовий потенціал – людські можливості, ресурси праці, необхідно забезпечити необхідну підтримку та розвиток як важливого фактору продуктивної сили.

Трудовий потенціал має кількісні та якісні параметри. Кількісно він визначається чисельністю працездатного населення, законодавчо встановленою тривалістю робочого часу за суспільно нормальної інтенсивності праці і збігається з величиною людських ресурсів. Якісно трудовий потенціал характеризується такими рисами, як фізичний стан і здоров'я людини і нації, соціально-демографічний склад населення, його інтелектуально-культурний рівень, особистісні властивості людини. В умовах сьогодення трудові ресурси потребують активної мотивації та психологічної підтримки. Окрім нематеріальних методів мотивації необхідно забезпечити достойну фінансову підтримку. Рівень мінімальної заробітної плати в країні не відповідає реальним потребам трудових ресурсів. Підвищення мінімальної заробітної плати до відповідного рівня, а також прожиткового мінімуму для працездатних осіб підвищить рівень вмотивованості трудового потенціалу та забезпечить максимальне залучання в промисловість національний трудовий потенціал.

Використання передових технологій та європейського досвіду надасть можливість підвищити якість вітчизняного виробництва, що дозволить зменшити експорт багатьох товарів та забезпечить через зростання попиту підтримку та розвиток українських товаровиробників. Це значно підвищить економіку України, що позитивно вплине на розвиток держави в цілому.

Як висновок можна виділити основні пункти:

- для розвитку та відродження промисловості України необхідно спрямувати зусилля на удосконалення управління трудовими ресурсами та організації виробництва;
- розвиток промисловості необхідно забезпечувати через впровадження передових технологій та європейського досвіду, що дозволить підвищити якість та конкурентоспроможність вітчизняних товарів (робіт, послуг);
- розвиток вітчизняного виробництва забезпечить зростання попиту та українські товари та дозволить суттєво скоротити рівень безробіття в країні;
- збільшення рівня мінімальної заробітної плати зробить трудові пропозиції більш привабливими для трудового потенціалу України;
- підвищення рівня заробітку та зменшення рівня безробіття в країні дозволить підвищити рівень добробуту населення України, що скоротить кількість людей, що знаходяться на межі бідності.

Єдиним суттєво важливим нюансом залишається проблема якісної та практико орієнтованої підготовки фахівців для вітчизняної промисловості. Але і це питання поступово вирішується шляхом модернізації та вдосконалення методів освіти у закладах освіти всіх рівнів зокрема фахової передвищої освіти.

І треба пам'ятати, що тільки спільними зусиллями та кропіткою працею можливо досягти бажаної мети та успіху. Отже, працюємо заради успішного майбутнього, заради України та її розвитку.

Список використаних джерел:

1. Організація виробництва: навч. посібник / В. В. Прохорова, О. Ю. Давидова. Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 275 с.
2. Організація виробництва: курс лекцій : навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка»/КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: О.О. Кожемяченко. Електронні текстові дані (1 файл: 1793 Кбайт). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 233 с.
3. Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки : науково-аналітична доповідь / за ред. доктора економічних наук Дейнеко Л.В.; НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». К., 2018. 158 с.
4. Управління персоналом: підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямучич, О. В. Потьомкіна, О. В. Середя; за заг. ред. О. М. Шубалого. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

УДК: 342.553

ДЕРЖАВНА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Ірина Гапончик

zoria.ira@gmail.com

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: доцент, канд. екон. наук Анатолій Маренич*

Сьогодні тема формування дієвої регіональної політики є одним із пріоритетних стратегічних завдань держави. Існування помітної міжрегіональної нерівності у економічному та соціальному розвитку в Україні значно блокує потенційні можливості та перспективи для розвитку окремих регіонів. Також в Україні для органів місцевого самоврядування є характерною їх низька інвестиційна та фінансова спроможність щодо вирішення проблем розвитку своїх регіонів. Нестабільність регіонального розвитку зумовлена існуючою

невідповідністю наявної системи адміністративно-територіального устрою, яка не забезпечує формування сприятливих умов для ефективного господарювання та не відповідає вимогам ефективності публічної влади. Сьогодні для багатьох регіонів притаманна також і невідповідність існуючої територіальної організації влади новим завданням розвитку в посткризовий період. Все це зумовлює необхідність формування більш ефективної державної регіональної політики.

Одним із інструментів подолання економічної та соціальної міжрегіональної нерівності є Державна програма подолання феномену депресивних територій, яка розробляється центральним органом виконавчої влади, що здійснює державну регіональну політику, спільно з іншими центральними органами виконавчої влади, відповідними органами місцевого самоврядування та самоврядування і затверджується Кабінетом Міністрів України.

В ролі ще одного інструмента реалізації державної регіональної політики виступають державні регіональні цільові програми розвитку. Відповідно до Закону України «Про державні цільові програми» від 18.03.2004р. № 1621-IV, державна цільова програма є «...комплексом взаємопов'язаних завдань і заходів, спрямованих на вирішення основних завдань розвитку держави, окремих галузей економіки або адміністративних одиниць за рахунок коштів Державного бюджету України» [3]. Відповідно до статті 3 даного закону цільова програма держави може бути спрямована на вирішення інших завдань, і зокрема, регіонального розвитку загальнодержавного значення [2]. Ініціатива такої програми та її публічне обговорення можуть бути ініційовані центральними органами державної влади, а також регіональними адміністраціями та радами. Щороку в Україні реалізуються десятки державних програм у різних сферах соціально-економічної діяльності. Однак жодна з цільових програм не була успішно завершена. Їх реалізації заважають відсутність стійкої кадрової політики, кадрова плутанина в центральних та регіональних органах, зміна лідерів залежно від політичної ситуації та результатів виборів.

Ще одним важливим напрямом регіональної політики в Україні має стати розвиток інвестицій та використання міжнародної технічної допомоги у регіональних проектах. Регіональна політика та регіональний розвиток є пріоритетами для багатьох міжнародних фондів та донорських агентств, які працюють в Україні. Успіх проектів міжнародної технічної допомоги у сфері державної регіональної політики багато в чому залежить від обох сторін – донора та бенефіціара.

На розвиток регіонального співробітництва вплинуло кілька об'єктивних умов, які принципово вирізняють Україну посеред більшості країн Європи [3]:

- значні розміри країни, що ставить питання про необхідність більш тісної співпраці та взаємодії між сусідніми регіонами через необхідність економії на транспортних витратах;
- різноманітність кліматичних, ресурсних, структурних, демографічних, культурних, етнічних та інших умов та факторів її суб'єктів та наявність значної асиметрії у соціально-економічному розвитку регіонів;
- відсутність досвіду та менталітету співпраці регіональних політичних еліт;
- слабкість регіональної політики в Українській державі.

Кабінет Міністрів України твердо підтримує підхід ЄС до реалізації регіональної політики, який поєднує політику підвищення конкурентоспроможності територій із політикою, спрямованою на запобігання зростання регіональних диспропорцій. Проте український уряд наразі має обмежений обсяг ресурсів для реалізації ефективних заходів у рамках такого підходу.

Досягнення поставленої мети дозволить регіонам стати до 2027 року економічно сильнішими, взаємно інтегрованими та більш незалежними внаслідок впровадження ефективної моделі управління, що базується на децентралізації, деконцентрації та субсидіарності.

Сучасний стан державної регіональної політики в Україні слід розглядати в контексті запроваджуваних в Україні реформ децентралізації. Реформи, які були розпочаті тривають ще й до сьогодні, проте багато чого ще передбачається зробити. Незважаючи на деякі позитивні

результати, такі як створення нормативно-правової та інституційної бази для реалізації регіональної політики, за роки незалежності не відбулося ні суттєвого зниження міжрегіональних диспропорцій, ні створення та просування «точок зростання». Зусилля держави не призвели до системного вирішення проблем у депресивних районах. Так, наприклад, результат моніторингу соціально-економічних показників розвитку регіонів, здійснюваного Міністерством економіки, відповідно до Закону України «Про стимулювання регіонального розвитку» та інших нормативних правових актів показали, що жодна із досліджених зон, не може бути віднесена до депресивних, тобто встановлені законом критерії визначення депресивності дуже суворі, а тому потребують удосконалення [1].

Сьогодні у процесі реалізації регіональної політики на всіх рівнях перед Україною стоять важливі глобальні виклики, ключові з яких наведені на рисунку 1.

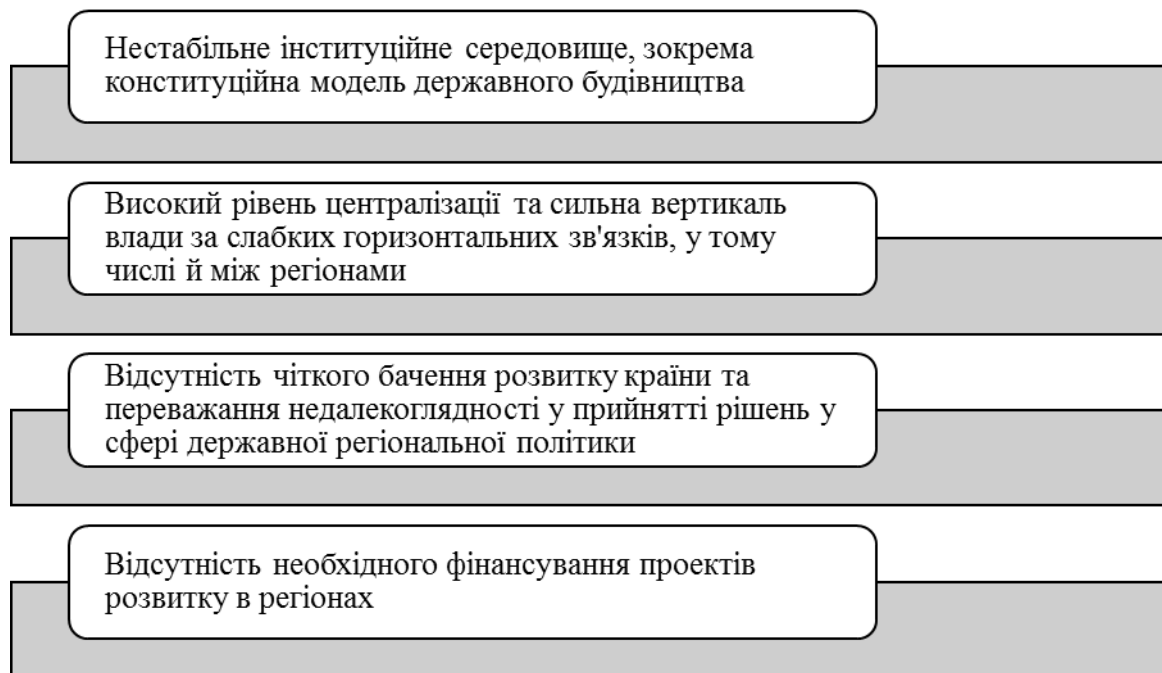


Рис. 1. Виклики реалізації державної регіональної політики в Україні

Джерело: [4]

Для розробки ефективних заходів розвитку державної регіональної політики необхідно вивчати позитивний досвід зарубіжних країн. Безумовно, кожна держава, керуючись регіональними особливостями та поставленими завданнями, застосовує свій набір законодавчих адміністративних інструментів та заходів для досягнення цільових орієнтирів, що реалізуються на різних рівнях. При цьому регіональній політиці має бути відведена ключова роль, за допомогою якої держава впливає на економічні процеси.

Отже, Україна не може залишатися в ситуації, коли державна регіональна політика є просто гарним гаслом у передвиборчій кампанії. Ця політика, як і фінансова, має стати основою для країни, з її масштабними та дуже різноманітними регіонами. Саме ефективна регіональна політика є початком формування позитивних змін, які в першу чергу потрібно розпочати з регіонів. Тому українському уряду необхідно надавати більше свободи місцевому урядуванню та створювати сприятливі умови для розвитку та підтримки регіонів. Успішність регіональної політики нашої держави є однією з основ загального економічного розвитку країни, адже коли регіони країни розвиваються, розвивається і країна. Як не банально, проте саме війна в Україні може стати одним із тих поштовхів до кардинальної зміни регіональної політики України та запровадження низки реформ із підтримки національної мови та культури, впровадження якої необхідно почати зі східних регіонів нашої країни.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 05.02.2015 №156-VIII. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=4069%E0&skl=8 (дата звернення 19.04.2023)
2. Вакуленко В.М., Орлатий М.К., Куйбіда В.С. та ін.; за заг. ред. Вакуленка В.М., Орлатого М.К. – К.: НАДУ, 2012. – 576 с.
3. Закон України «Про державні цільові програми» від 18.03.2004 № 1621-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1621-15#Text> (дата звернення 19.04.2023)
4. Макогон Ю. Некоторые аспекты развития трансграничного сотрудничества на восточных границах Украины. URL: <http://www.univ.rzeszow.pl/pliki/Zeszyt13/36.pdf> (дата звернення 19.04.2023)
5. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021- 2027 роки та план заходів з її реалізації (2021) URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/regionalna-politika/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/derzhavna-strategiya-regionalnogo-rozvitku-na-2021-2027-roki-ta-plan-zahodiv-z-yiyi-realizaciyi> (дата звернення 19.04.2023)

УДК 005.53

**НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО
ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Валентин Гвоздій

valentin.gvozdii@kneu.ua

КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд.екон.наук, доцент Наталія Шевчук

У наукових дослідженнях проблематика забезпечення економічного зростання розглядається з точки зору економіки підприємства, стратегічного та фінансового управління підприємством. В економічному аспекті традиційно науковці виділяють фактори економічного зростання підприємства, серед яких ключовими є інноваційний розвиток, цифровізація бізнес-процесів, комунікаційні, репутаційні, соціально-орієнтовані чинники, ін. Тобто традиційний фокус, який був притаманний індустріальному середовищу та пов'язаний з мінімізацією витрат змістився на максимізацію доходів, чинники забезпечення яких виходять за межі суто виробничих процесів.

Стратегічні аспекти забезпечення економічного зростання розглядаються в контексті видів стратегій зростання. Відповідно до класифікації стратегій розвитку підприємства виділяють стратегії концентрованого, диверсифікованого та інтегрованого зростання. Проблематика зростання в межах визначених стратегій пов'язана із змінами продукту, галузі, ринку, технології та положення підприємства у галузі.

Стратегії концентрованого зростання пов'язані зі зміною продукту або ринку. Використання даного виду стратегій передбачає зміни продукту і при цьому незмінність галузі. Основними видами стратегій концентрованого зростання є:

- стратегія посилення ринкових позицій підприємства;
- стратегія розвитку продукту;
- стратегія розвитку ринку.

Стратегії інтегрованого зростання орієнтовані на додавання нових структур, як на основі придбання власності, так і за рахунок розширення зсередини. Основними типами стратегії інтегрованого зростання є стратегія прямої вертикальної інтеграції, яка орієнтована на придбання або посилення контролю на структурами, які позиціонуються між підприємством та кінцевим споживачем продукції. Та стратегія зворотної вертикальної інтеграції, що орієнтована

на придбана або посилення контролю над постачальниками ресурсів.

Стратегії диверсифікованого зростання пов'язані із змінами ринку в межах однієї галузі, а основними типами таких стратегій є такі:

- стратегія центрованої диверсифікації;
- стратегія горизонтальної диверсифікованості;
- стратегія конгломеративної диверсифікованості.

Не претендуючи на ґрунтовність дослідження визначених стратегій, варто наголосити на тому, що на практиці підприємство може дотримуватися декількох стратегій, а основними чинниками що визначають такий вибір є не тільки ринкова позиція підприємства, а і тенденції та передмови розвитку як ринків, так і бізнес-середовища.

У теорії фінансового менеджменту дослідження забезпечення економічного зростання підприємства здійснюється на основі побудови фінансових матриць. Відповідно до матриці, яку розроблено П. Вігері, С. Смітом, М. Багаї економічне зростання підприємства співвідноситься із зростанням чистого прибутку. Дослідниками розроблено карти, відповідно до яких підприємство обирає траєкторії забезпечення зростання на основі венчурного інвестування, прямого інвестування, реструктуризації, ін.

Розвиток матричного інструментарію представлено у дослідженнях К. Рябікіної [1], де автором запропоновано підхід до забезпечення зростання економічних результатів на основі стейкхолдерської концепції. Відповідно даного підходу економічне зростання визначається рівнем задоволеності стейкхолдерів бізнесу, витрати та результати співпраці з якими можуть бути визначені у вигляді формалізованих фінансово-економічних характеристик.

У дослідженнях І. Івашковської сформовано матричний інструментарій вартісного зростання. Так, базова матриця вартісного зростання побудована у взаємозв'язку з критерієм зростання виручки від продажу. У ході подальшого розвитку даного напрямку було визначено типи зростання в залежності від його фінансової ефективності, яка визначалася обсягами фінансування зростання та очікуваннями (довгостроковими та короткостроковими). Матрицю якості зростання І. Івашковської було побудовано відповідно до змісту концепції економічного прибутку, а основними проєкціями зростання визначено спред доходності капіталу та темпи зростання виручки від продажу продукції [2].

У дослідженнях О. Мельник [3] забезпечення вартісного зростання підприємства досліджено на основі моделі ключових фундаментально-вартісних факторів капіталотворення, які формалізовано у вигляді систем аналітичних індикаторів фінансового та нефінансового характеру. В основу змістовної ідеї даної моделі закладено фундаментально-вартісний підхід до вимірювання та забезпечення результатів капіталотворення. Вченою запропоновано три рівні впливу факторів, які сформовано відповідно до логіки формування фундаментальної вартості на основі концепції економічного прибутку. На відміну від результатів досліджень І. Івашковської та К. Рябікіної модель забезпечення зростання фундаментально-вартісних результатів передбачає врахування нефінансових факторів впливу, які було об'єднано у три групи – фактори інтелектуальної цінності, виробничої та споживчої цінності.

Узагальнюючи результати дослідження методів і моделей забезпечення економічного зростання варто зазначити, що вибір способів визначається цільовими потребами аналізу та моделювання. При цьому, ключовими факторами розглянутих моделей є забезпечення зростання обсягів продажу продукції та ефективність формування та використання потенціалу підприємства, який безпосередньо визначає рівень забезпечення досягнення цільових результатів діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Рябікіна К. Г. Ефективність управління капіталом підприємств: монографія. Кривий Ріг : Видавництво «Діонат» (ФОП Чернявський Д.О.), 2019. 200 с.
2. Шевчук Н.В., Магдалюк О.В. Визначення та оцінювання фундаментально-вартісних результатів капіталотворення промислових підприємств України. *Підходи до вирішення*

проблем фінансування, безпеки, економічного та інформаційного розвитку суб'єктів господарювання в умовах пандемії: монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2021. 376с. С. 302-321.

3. Мельник О. В. Капіталізація підприємств: теорія та практика: монографія. Кам'янець-Подільський: Видавець: Панькова А.С. 2020. 428 с.

УДК 631.162

ТЕОРІЯ ТА ТЕРМІНОЛОГІЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ З КОНКРЕТНИМ ФОКУСОМ НА ПРОЦЕС ВИБОРУ СТРАТЕГІЧНОГО ПОСТАЧАЛЬНИКА

Максим Дерев'янку
mdereviyanko@gmail.com

Дар'я Балан
dasha.balan31@gmail.com

«КНЕУ ім. В. Гетьмана», м. Київ, Україна
Науковий керівник: канд. екон. наук Наталія Шевчук

Загалом прийняття рішень можна розглядати як стрижневий елемент теорії управління та практики управління. Крім того, прийняття рішень можна визначити як орієнтований на ціль та на основі обробки інформації вибір кращого рішення серед набору більш-менш рівних альтернатив. 6 Таким чином, найважливіші характеристики прийняття рішень в управлінні бізнесом можна підсумувати таким чином [1]:

- це можна розглядати як процес, який триває протягом певного періоду часу, а не як переривчастий вибір;
- вимагає існування (двох або більше) альтернатив;
- завершується остаточним рішенням шляхом вибору бажаного рішення;
- базується на дії, яка спрямована на певну ціль або цільову систему;
- пов'язане з певною метою, відповідно використовується для вирішення конкретної проблеми, проблемна ситуація в (найближчому чи далекому) майбутньому;
- воно в першу чергу базується на взаємодії з людьми і вимагає певного ступеня самостійної участі, відповідно, певного ступеня залежності від прийняття рішень результати.

Для досягнення більш точного розуміння прийняття рішень в управлінні бізнесом необхідно застосовувати процесно-орієнтований підхід [2]. У цьому контексті в літературі розроблено безліч загальних моделей прийняття рішень, які в основному можна класифікувати як триетапні, чотириетапні, п'ятиетапні та шестиетапні моделі. Наприклад, загальні моделі прийняття рішень для були розроблені Вайлд, Адам, Лаукс, Пфол та Грюнінг [3]. Таким чином, слід зазначити, що на основі емпіричних досліджень Вітте та ін., окремі фази процесу прийняття рішень будуть оброблятися багаторазово, нелінійно та більш-менш інтенсивно під час процедур прийняття рішень.

Проте в ході цієї дисертації автор стосуватиметься «етапного процесу Бріма-Гласса-Лейвіна-Гудмена прийняття рішень». Ця загальна модель процесу прийняття рішень часто використовувалася в емпіричних дослідженнях і складається з наступних шести кроків [4]:

- ідентифікація проблеми;
- отримання необхідної інформації;
- створення можливих рішень;
- оцінка можливих рішень;
- вибір стратегії продуктивності;
- остаточне рішення (тобто фактичне виконання дії чи дій).

Ця публікація присвячена процесу вибору стратегічного постачальника як специфічного

типу прийняття рішень в управлінні бізнесом. Тому ми коротко викладемо теорію та термінологію процесу стратегічного вибору постачальника на виробничих підприємствах. Процес стратегічного вибору постачальника можна розглядати як одну з найважливіших функцій управління постачанням на виробничих підприємствах [5].

Процес вибору постачальника спрямований на гарантувати надійне та економічно ефективно постачання підприємства необхідними матеріалами та послугами для виробничих процесів [6]. Таким чином, цільову систему процесу вибору стратегічного постачальника можна розділити на цільові показники щодо витрат, цільові показники якості, часові плани та додаткові плани. Крім того, процес вибору стратегічного постачальника може вплинути на прибуток компанії, і тому їх можна розглядати як одну з основних можливостей отримати вигоду стійка конкурентна перевага. Наприклад, Арнольдс стверджує, що якщо виробниче підприємство хоче досягти ефекту, схожого на 4% зниження цін на матеріали постачальника, компанія повинна буде збільшити свої продажі на 33%. Крім того, процес стратегічного вибору постачальника є відправною точкою довготривалі відносини з постачальниками, оскільки вибрані постачальники сприяють різноманітним можливостям підприємства, які спрямовані на забезпечення постійної якості, підвищення продуктивності, підвищення гнучкості та зміцнення спроможності доставки [7].

Знову ж таки, для опису процесу вибору стратегічного постачальника автор використовуватиме наведений раніше процесно-орієнтований погляд. Подібно до описаних раніше загальних моделей процесу прийняття рішень, нещодавня література також пропонує багато конкретних моделей процесів для процесу вибору стратегічного постачальника. Проте процес стратегічного вибору постачальника можна об'єднати в такі етапи: попередній відбір постачальника (ідентифікація постачальника та обмеження можливих постачальників за критеріями попереднього відбору), аналіз постачальника (детальний аналіз попередньо відібраних постачальників на основі додаткова інформація), оцінка постачальника (детальна оцінка на основі заздалегідь визначених критеріїв) і остаточне рішення про вибір постачальника [8].

Зокрема, основною метою на етапі процесу попереднього відбору постачальників є пошук постачальників, які відповідатимуть критеріям попереднього відбору підприємств-виробників. Ці критерії виводяться з вимог і стандартів запитаних продуктів і/або послуг і взаємопов'язаних процесів. На цьому першому кроці детальний аналіз ринку має привести до об'єднання потенційних постачальників [9].

Цей пул, який часто називають базою даних постачальників, відповідно оновлюється та використовується для подальшого аналізу, який проводитиметься на основі більш детальної інформації про постачальника. Цей підготовчий аналіз має зменшити складність усіх доступних постачальників, оскільки інакше подальші процеси пошуку та оцінки триватимуть надто довго. Аналіз постачальників використовується для отримання та структурування додаткової інформації щодо попередньо відібраних постачальників із внутрішніх та зовнішніх джерел інформації. Додаткову інформацію можна отримати шляхом аналізу балансів, звітів компаній, опублікованих сертифікатів управління якістю, онлайн-баз даних, думок клієнтів, а також шляхом проведення аудитів, запитів на самооцінку постачальників, інтерв'ю з постачальниками тощо. Після початку оцінки постачальника інші постачальники будуть оцінені за заздалегідь визначеними критеріями. Для цього в літературі пропонується поєднання кількісних і якісних критеріїв відбору для досягнення вищого рівня прозорості в процесі відбору (наприклад, витрати, якість, час доставки, інноваційні можливості, можливості співпраці, фінансова влада, соціальні, екологічні і соціально-політичні критерії) [8].

Результати оцінки постачальника використовуються для прийняття остаточного рішення про вибір постачальника та для контрзаходів у разі відхилень у роботі постачальника. Нарешті, приймається рішення щодо стратегічного постачальника та визначаються подальші та додаткові завдання процесу вибору стратегічного постачальника (наприклад, укладання контрактів, діяльність з управління відносинами з постачальниками) [10].

Підсумовуючи, конкретні етапи процесу вибору стратегічного постачальника відповідають раніше описаним загальним етапам процесу «стадії процесу прийняття рішень Бріма-Гласса-Лейвіна-Гудмена». Це дозволяє продовжити дослідження процесу вибору постачальника на виробничих підприємствах як специфічного типу прийняття рішень в управлінні бізнесом, використовуючи загальну модель прийняття рішень «Брім-Гласс-Лавін-Гудмен стадійний процес прийняття рішень» у ході цієї дипломної роботи. Однак дослідження процесу вибору стратегічного постачальника додатково потребує точного визначення фактичної ситуації прийняття рішень. Щоб отримати більш точну термінологію, процес вибору стратегічного постачальника буде додатково визначено за допомогою наступних додаткових атрибутів:

- Неавтоматизований: на відміну від рутинних рішень неавтоматизований стратегічний постачальник процес відбору базується на визначенні ПФоля та складається з «непрограмованих рішень», характеризуючи їх як «неповторювані, нові, політичні/стратегічні, складні, здебільшого неструктурований і може бути розв'язаний шляхом застосування евристики та вирішення проблем техніки».

- Стратегічні: Стратегічних постачальників можна визначити за значним впливом на успіх компанії та наданням важливого продукту та/або послуги, які навряд чи можна імітувати іншим постачальникам. Більше того, стратегічних постачальників можна додатково класифікувати за такими атрибутами: Постачальник є або буде частиною запланованої, тривалої та проактивної програми розвитку постачальника, постачальник відіграє важливу роль у основній заснована на компетентності стратегія співпраці для отримання конкурентних переваг і постачальник є або буде частиною тривалої, сталої та взаємовигідної співпраці.

- Процес прийняття одноосібних рішень: на відміну від групового прийняття рішень, це дослідження буде зосереджено на одній особі, яка приймає рішення, як одиниці аналізу, тобто одна особа/організація несе повну відповідальність за виконання кінцевого постачальника рішення про вибір.

Список використаних джерел:

1. Жукова Д. Аналіз моделей здійснення стратегічного вибору на підприємстві. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 4 (8). С. 30–37;
2. Жукова Д. А. Аналіз основних тенденцій та сучасних умов функціонування машинобудівних підприємств України. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. № 7/2. С. 36–40;
3. Жукова Д. А. Дефініції стратегічного рішення та стратегічного вибору у стратегічному управлінні підприємством. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2018. № 4 (89). С. 30–36;
4. Жукова Д. А. Матричний підхід до формування стратегічних альтернатив підприємства. *Економічні студії*. 2015. № 3 (07). С. 35–40;
5. Жукова Д. А. Методичне забезпечення аналізу зовнішнього середовища підприємства. *Вісник ВІЕМ*. 2017. № 18. С. 102–109;
6. Жукова Д. А. Методичне забезпечення аналізу фінансово-економічного стану машинобудівних підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 3 (19). С. 60–69;
7. Жукова Д. А. Методичний підхід до визначення якості інформаційних потоків на підприємстві. *Університетські наукові записки Хмельницького ун-ту управл. та права*. 2015. № 2 (54). С. 308–315;
8. Жукова Д. А. Методичний підхід до формування комплексного показника оцінювання впливу зовнішнього середовища на підприємство. *Бізнес Інформ*. 2014. № 12. С. 359–364;
9. Жукова Д. А. Методичний підхід щодо формування системи 273 стратегічного вибору підприємства. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2020. № 4. С. 76–84;
10. Строкович Г. В., Жукова Д. А. Теоретичні засади формування системи стратегічного вибору підприємства. *Проблеми економіки*. 2014. № 4. С. 327–333.

УДК 697.317.42

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПОБУДОВИ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТЕПЛОЕНЕРГІЇ

Євген Котлярів

ekotlarov@i.ua

кандидат економічних наук, доцент

Науково-дослідний центр індустріальних

проблем розвитку НАН України, м. Харків, Україна

Комунальна теплоенергетика України в дані часи переживає найбільші виклики за всю історію існування незалежності країни. Це пояснюється наступним:

По-перше. Критичний рівень фізичного і морального зносу об'єктів теплопостачання. Останні, довоєнні відомості щодо фізичного стану основних засобів, характеризуються наступними даними: 78,5 % теплових мереж теплопостачання експлуатуються понад 25 років, а 41 % котлів відпрацювали свій нормативний термін експлуатації [1]. Наслідком цього є низька якість теплопостачання при високих тарифах, значні втрати тепла при транспортуванні, надмірні витрати палива (природного газу) при виробництві, надмірний негативний вплив на оточуюче середовище.

По-друге. Збройна агресія росії та масове руйнування об'єктів теплопостачання. Станом на вересень 2022 р. (останні на дату написання тез доступні детальні дані) зруйновано 222 котельні, повністю зруйновано 222 погонних км теплових мереж, частково пошкоджено або повністю зруйновано 99 централізованих теплових пунктів [2].

Третє. Прагнення України до вступу в ЄС накладає на країну обов'язки щодо виконання вимог європейського законодавства і, зокрема щодо енергоефективності, енергетичної безпеки і функціонування енергетичних ринків. У той же час, основні споживачі теплоенергії – житлові, комерційні та громадські будівлі характеризуються надмірними (у порівнянні з іншими країнами) витратами тепла на опалення.

В таких умовах майбутнє відновлення і розвиток систем централізованого теплопостачання (далі – СЦТ) пов'язане не тільки з їх фізичним відновленням, а й зі створенням нових механізмів управління комунальним теплозабезпеченням, які спрямовані на формування ринкових відносин у цій сфері. Це робить необхідним реформування механізмів управління і регулювання діяльності в сфері теплопостачання.

На даний час механізм державного регулювання діяльності має ярко виражений адміністративний характер і не має нічого загального з ринковими методами регулювання. Таке регулювання здійснюється шляхом затвердження регулюючим органом рівня тарифу на теплоенергію (за методом «витрати+») і регулюванням інвестиційної діяльності (шляхом затвердження і подальшого контролю виконання інвестиційних програм). Специфічною рисою сучасної комунальної теплоенергетики є те, що різні види господарської діяльності в сфері теплопостачання (виробництво, транспортування і постачання теплоенергії) зосереджені в одному комунальному підприємстві, яке займає монопольне становище в межах певного населеного пункту.

В таких умовах економічна поведінка підприємства теплопостачання орієнтована не на задоволення потреб споживача, а на формальне виконання вимог регулятора. Монопольне становище підприємства, прийнятий механізм ціноутворення і порядок регулювання інвестиційної діяльності орієнтує виробника на обґрунтування регулярного підвищення тарифів, а не на підвищення ефективності операційної діяльності.

В країнах ЄС застосовуються інші підходи до регулювання діяльності в сфері теплопостачання. Сутність таких підходів характеризується наступними рисами: орієнтація на споживача, вільне (або непрямо регульоване) ціноутворення, створення конкурентних відносин. Така конкуренція існує як між окремими виробниками теплоенергії, так і між видами

теплозабезпечення (централізоване чи індивідуальне опалення).

В Україні на даний час вже функціонують загальнодержавні ринки природного газу і електроенергії, тобто є певний досвід побудови ринків енергоносіїв, який можна використати при реформуванні систем теплопостачання населених пунктів. На відміну від загальнодержавних ринків, ринок теплоенергії є регіональним ринком, тобто обмеженим певною територією. Це обумовлює надання широких повноважень з регулювання саме органам місцевої влади. Але, з точки зору безпеки держави, певні повноваження повинні залишитись і у органів центральної виконавчої влади: комунальна теплоенергетика на даний час є одним з найбільших споживачів природного газу і одним з виробництв, що здійснюють негативний техногенний вплив на довкілля; окремі аспекти виробництва теплоенергії регламентовано нормативно-правовими актами з охорони праці; великі котельні і ТЕЦ є об'єктами підвищеної безпеки і повинні виконувати вимоги спеціального законодавства.

Узагальнюючи вітчизняний і зарубіжний досвід побудови і функціонування енергетичних ринків, можна запропонувати наступну модель ринкового управління діяльністю в сфері теплопостачання:

- розширення повноважень органів місцевого самоврядування, при одночасному звуженні повноважень центральних органів виконавчої влади (методичне забезпечення з питань ціноутворення, арбітражні функції при виникненні спірних питань; контроль виконання законодавчих вимог в сфері охорони праці, промислової безпеки, охорони навколишнього середовища);

- впровадження систем енергоменеджменту на рівні органів місцевого самоврядування з впровадженням середньо- і довгострокового енергопланування і планування розвитку систем теплопостачання;

- анбандлінг великих СЦТ з виокремленням окремих, конкуруючих об'єктів теплогенерації (збереження за комунальним підприємством теплопостачання транспортуючої і розподільчої мережі; створення окремих юридичних осіб на базі великих об'єктів теплогенерації); в подальшому транспортуюча організація на конкурсних засадах закуповує необхідний обсяг теплоенергії у конкуруючих виробників; резервує потужності для забезпечення споживачів теплоенергією в екстремальних погодних умовах;

- реформування тарифної політики в окремих видах діяльності: конкурентне тарифоутворення в сфері виробництва теплоенергії, перехід на стимулююче ціноутворення в сфері транспортування і постачання теплоенергії; стимулювання використання скидного теплового потенціалу (наприклад, шляхом першочергової закупівлі);

- аутсорсинг великих комунальних підприємств з виділенням в окремі господарюючі суб'єкти допоміжних видів діяльності (створення окремих конкуруючих сервісних, ремонтних і будівельних організацій, виокремлення служби охорони тощо); залучення приватного капіталу в ці види діяльності;

- активізація робіт з підвищення енергоефективності споживання теплоенергії: проведення масової комплексної термомодернізації будівель, широке використання ЕСКО контрактів.

Реалізація запропонованого сценарію реформування системи управління СЦТ дає можливість перейти від збиткової та дотаційної комунальної теплоенергетики до економічно ефективного та інвестиційно привабливого сектору житлово-комунального господарства, який в змозі надавати послуги з теплопостачання належної якості та надійності.

Список використаних джерел:

1. Річний звіт про результати діяльності Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг. URL : <https://www.nerc.gov.ua/?id=11895/>.

2. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 вересня 2022 року URL : https://damageddev-e90f45a976bd2f533c-endpoint.azureedge.net/wp-content/uploads/2022/10/Sep22_FINAL_Sep1_Damages-Report.docx.pdf.

УДК: 339.923

СТРУКТУРА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ

Світлана Неїжкаша

sveta.neu077@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Анатолій Маренич

Ринок праці відіграє важливу роль у сучасній економіці. Як складний розподільчий механізм, він забезпечує з'єднання працівників з робочими місцями, тим самим впливаючи і на продуктивність, і на темпи зростання, і на багато інших параметрів економіки. Ринок праці зазвичай чітко інституціолізований. Діючі інститути створені для того, щоб мінімізувати наслідки можливих провалів ринку, але й часто стають джерелами неефективності та додаткових бар'єрів. Основними показниками, які характеризують стан ринку праці є показники економічно активного населення; економічно неактивного населення; безробітні та зайняті. Відповідно до МОП та Державної служби України, зазначені показники дають уявлення про кількість працездатного населення країни віком від 15 до 72 років. Однак не всі, що потрапляють у цю категорію люди мають офіційну роботу з тих чи інших обставин. Виходячи з цього, необхідно зазначити, що структура економічно-активного населення включає в себе «зайнятих» та «безробітних» осіб.

Одним з найважливіших показників, які характеризують стан ринку праці України є зайнятість населення. Наведемо дані про зайнятість населення України у табл. 1.

Таблиця 1

Показник економічної активності населення України за 2019-2021 рр., тис. осіб

Показники	Роки		
	2019	2020	2021
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Економічно активне населення у віці 15-70 років	18066,0	17589,5	17321,6
Зайняте населення у віці 15-70 років	16578,3	15915,3	15610,0
Економічно неактивне населення у віці 15-70 років	10430,5	10724,8	10718,3
Рівень економічної активності, у % до населення у віці 15-70 років	63,4	62,1	61,8
Рівень зайнятості, у % до населення у віці 15-70 років	58,2	56,2	55,7

Джерело: складено автором за даними [1]

Згідно з даними дослідження вітчизняного ринку праці, які приводилися Державною службою статистики України, за період з 2019 року по 2021 рік є значне падіння чисельності економічно активного населення у віці 15-70 років відповідно з 18066,0 тис. осіб до 17321,6 тис. осіб. Так, рівень економічно активного населення у віці 15-70 років становить у 2019 – 63,4%, у 2020 році – 62,1%, у 2021 році – 61,8%.

Оскільки зайнятість населення в Україні постійно знижується, варто прослідкувати тенденцію щодо сфер зайнятості трудових ресурсів. Чисельність зайнятого населення в Україні за видами економічної діяльності у 2019-2021 роках подається на сайті Державної служби України. Згідно наведених даних можна простежити негативну тенденцію падіння показників зайнятого населення за видами економічної діяльності. Протягом 2019-2021 рр. показники зайнятого населення по всіх галузях супроводжується стрімким спадом. При цьому, найбільша кількість зайнятого населення спостерігається у сфері оптової та роздрібної торгівлі, сільському господарстві та промисловості, хоча в кожній з них спостерігається спад за останній рік. Найнижчі показники зайнятості у сфері мистецтва, спорту, відпочинку та інформації та у сфері фінансової діяльності.

Тематичний напрям 1. Україна крізь призму глобальних світових трендів: ризики та можливості

Важливим показником, який визначає стан ринку праці та ефективність його функціонування з позиції держави є рівень безробіття, який в Україні становить на кінець 2021 року 10,3% (табл. 2). Варто зазначити, що це досить висока позначка, хоча нижча в порівнянні з показниками деяких країн Європейського Союзу на кінець 2021 року (Іспанія – 12,6%, Греція – 11,9%, Італія – 10%, Хорватія – 9,5%). Але слід зауважити, що за даними Євростату рівень безробіття в Євросоюзі складає на цей період 6,7%.

Таблиця 2

Показники безробітного населення України за 2019-2021 рр., тис. осіб

Показники	Роки		
	2019	2020	2021
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Безробітне населення	1487,7	1674,2	1711,6
Рівень безробіття	8,6%	9,9%	10,3%
Зареєстрованих безробітних	338,2	459,2	295,0

Джерело: складено автором за даними [1]

Проаналізувавши структуру безробітного населення за даними табл. 4, можна відмітити, що протягом 2019-2021 роках в Україні, найбільшу питому вагу серед причин незайнятості займали звільнені за власним бажанням (2019 – 39,6%, 2020 – 34,1%, 2021 – 32,4%) та звільнені з економічних причин (21,5%, 22,9%, 27,1%) відповідно. Наступними причинами незайнятості є неможливість працевлаштування після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів та звільнені за станом здоров'я і через оформлення пенсії. Найменшу питому вагу серед причин незайнятості займали демобілізовані з військової строкової служби (2019 – 0,8%, 2020 – 0,5%, 2021 – 0,6% безробітних).

Проведений аналіз статистичних даних показників рівня зайнятості та безробіття за досліджуваний період дає підстави стверджувати, що спадна динаміка зазначених показників є погіршенням економічної та політичної ситуації в країні, ліквідацією багатьох підприємств, масового скорочення персоналу, що негативно впливає на функціонування ринку праці.

Також варто зазначити, що за оцінками НБУ рівень безробіття надалі тільки зростатиме. Так, за оцінками НБУ рівень безробіття у 2022 році становить 25%, що відповідає загальній кількості безробітних – 3,2 млн. осіб (рис. 1).

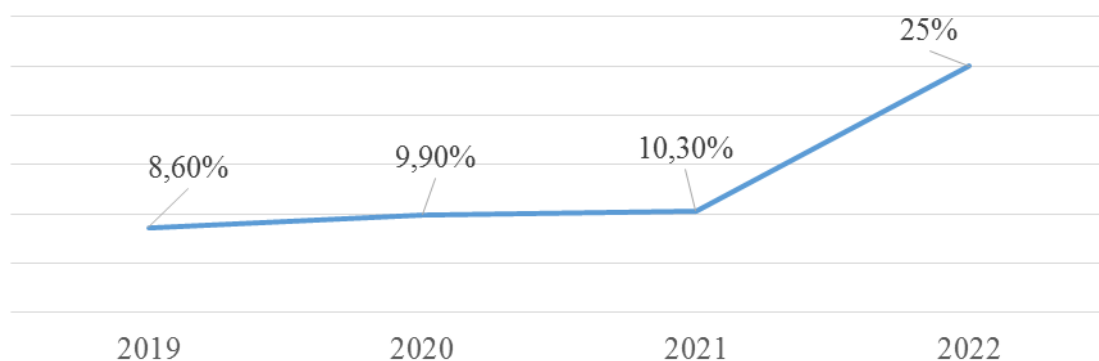


Рис. 1. Рівень безробіття в Україні за 2019-2022 рр., %

Одним з основних показників, що виділяють для характеристики ринку праці є динаміка середньомісячної заробітної плати. Показник середньомісячної заробітної плати в номінальному виразі має тенденцію за досліджуваний період до збільшення (у 2019 р. – 10503,75 тис.грн, у 2020 р. – 11596,60 тис.грн, у 2021 р. – 14017,80 тис.грн.). Найбільше зростання відбулося у 2021 році щодо попереднього року на 2421,2 грн., але у зв'язку з тим, що паралельно зросла й інфляція, населення не відчуло покращення рівня життя. Номінальний вимір заробітної плати не відбиває її реального розміру.

Сучасний ринок праці України характеризується професійно-кваліфікаційним дисбалансом робочої сили та неоднорідністю кон'юктури. Вітчизняний ринок праці функціонує відповідно до циклів ділової активності в нашій країні. На сучасному етапі, коли національна економіка зростає, активізувався і попит на робочу силу. При цьому відносно вищими темпами зростає попит на кваліфікованих робітників. Проте, вітчизняний ринок за таку робочу силу конкурує з європейським ринком, де аналогічні посади оплачуються значно вище, то проблема нестачі кваліфікованої робочої сили та її відтік може суттєво загостритись вже в найближчі роки. Крім того, це призводить до виснаження робочої сили, особливо з огляду на старіння і скорочення кількості населення України.

Отже проведений аналіз функціонування національного ринку праці за останні роки дає підстави стверджувати про його неефективність, а саме: зменшення рівня економічної активності та рівня зайнятості населення, збільшення рівня безробіття, наявність диспропорції між попитом на робочу силу та її пропозицією, зменшення навантаження зареєстрованих безробітних на одне вільне робоче місце, що пояснюється високими темпами трудової міграції, зниження реальної заробітної плати. Саме окреслені проблеми вимагають сформулювати пріоритетні напрямки реформування ринку праці. До них можна віднести: вдосконалення системи оплати праці з метою відродження основних функцій заробітної плати; збільшення попиту на робочу силу як з боку приватного так і з боку державного сектору економіки; удосконалення нормативно-правового регулювання; спрямування державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу; створення сприятливого інвестиційного клімату в країні, що дасть можливість на відкриття додаткових робочих місць; удосконалення механізму державної підтримки ринку праці за рахунок надання субсидій на підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів; розробити активну державну соціально-економічну політику, направлену на залучення молоді та випускників вищих навчальних закладів; удосконалення податкового законодавства у напрямку розвитку підприємництва. Запропонований нами перелік напрямків реформування ринку праці не є вичерпним і окреслює певну частину проблемних питань та потребує подальшого опрацювання.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Катя Гончаренко. Аналіз ринку праці в Україні. Яким був 2021 рік для пошукачів та роботодавців. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://budni.rabota.ua/ua/news/analiz-rynkupratsi-v-ukrayini-yakym-buv-2021-rik-dlya-poshukachi-v-ta-robotodavtsiv>
3. Ринок праці України: сьогодення і тенденції майбутнього. GRC.ua. 2022. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ivano-frankivsk.grc.ua/article/30013>.
4. Рівень безробіття в Україні 2020. Міністерство фінансів України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/labour/unemploy/2020/>
5. Сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Трудова міграція: чи побільшає українських заробітчан у 2022 році. GRC.ua. 2022. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://eba.com.ua/trudova-migratsiya-chy-pobilshayeukrayinskyh-zarobitchan-u-2022-rotsi/>.
7. Робота і зайнятість в умовах пандемії COVID-19. Разумков Центр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichnidoslidzhennia/roboata-i-zainiatist-v-umov-akh-pandemii-covid19-traven-2021r>
8. Як війна впливає на ринок праці та що чекає шукачів роботи? – [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://careerhub.in.ua/viyna_ta_rynok_praci.

УДК: 339.923

ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА ТА РОЛЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВИХ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РИНКАХ

Олександр Павлюковський

psasa2272@gmail.com

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Головня Юлія Ігорівна

Питання енергетичної безпеки стає все більш і більш важливим, оскільки економічні, екологічні, соціальні та технічні переваги нації продовжують змінюватися. Це питання потрібно вирішувати комплексно, враховуючи національні особливості, стратегічне позиціонування, планування сталого зростання та вимоги переходу на «чисту енергію». За допомогою такої стратегії можна запобігти згубному впливу на довкілля та забезпечити енергетичну безпеку країни [1, с. 77]. Російське вторгнення в Україну, тенденції до зниження інвестицій у видобуток вуглеводнів в 2022 році сприяють значній енергетичній катастрофі для світової економіки. З цієї причини на світових енергетичних ринках спостерігалася безпрецедентна нестабільність, яка призвела до зростання цін на електроенергію, вугілля та природний газ.

Для підтримки нових пріоритетів довгострокового розвитку енергетичних екосистем необхідний системний підхід до управління. Світова енергетична рада припускає, що станом на 2022 рік, геополітичні фактори набули найбільшої критичності у функціонуванні глобальних і національних енергетичних систем (січень 2022 р.) [1, с. 78]. Військові дії російської федерації проти України нібито спровокували розгортання світової енергетики. Криза з епіцентром у Європі, що спричинила безпідставне та масштабне скорочення поставок природного газу до ЄС та штучне напруження на енергетичних ринках. Разом з неясними перспективами розвитку, Україна переживає енергетичну кризу, економічний спад та невизначеність сценаріїв розвитку.

Певним чином, пришвидшеній інтеграції України в Європу, сприяла інтервенція росії в країну. Значним досягненням у зміцненні енергетичної безпеки як Європейського Союзу, так і України, є синхронізація Об'єднаної енергетичної системи України з Об'єднаною європейською енергетичною системою (ENTSO-E) [1, с. 78]. Будучи основною транзитною державою для потоків електроенергії між ЄС та іншими країнами регіону, Україна зможе отримати доступ до європейського енергетичного ринку завдяки цій синхронізації. Однак, незважаючи на це обнадійливе покращення, триваючий конфлікт з росією продовжує створювати значні перешкоди для енергетичної галузі України. Руйнування енергетичної інфраструктури та перебої з постачанням, серйозно підірвали економіку України та сусідніх європейських країн, які покладаються на українські газопроводи. Важливо, щоб міжнародні організації та європейські країни продовжували надавати гуманітарну допомогу Україні для підтримки її енергетичної інфраструктури та допомоги у відновленні після руйнувань, спричинених конфліктом.

Стратегічні напрями подальшого розвитку енергетичної системи України та забезпечення енергетичної безпеки. Це, зокрема, розвиток внутрішнього потенціалу відновлюваних джерел енергії, який є місцем і може забезпечувати до однієї третини загального виробництва електроенергії в країні, забезпечення ефективного використання, автономного виробництва, видобутку та економічної енергоефективності [1, с. 79]. Крім того, вкрай важливо продовжувати працювати над диверсифікацією джерел постачання енергоносіїв. Створення взаємовигідної транскордонної торгівлі електроенергією між ЄС та Україною є початком у правильному напрямку, але потрібно зробити більше для збільшення частки відновлюваної енергії та підвищення енергоефективності. Стійкість і надійність енергетичних систем в Україні та інших країнах можна підвищити завдяки розробці нових технологій, таких як накопичувачі енергії та інтелектуальні мережі.

Одним із ключових факторів безпеки енергетичного сектору, який занепадає як на національному, так і на міжнародному рівнях, є рівень безпеки енергетичних ресурсів. Багато країн, особливо економічно розвинені, зосереджуються на розширенні ролі альтернативної енергетики в структурах енергетичного сектору через дефіцит найбільш часто використовуваних джерел енергії та загальні екологічні проблеми. Такі країни розробляють стратегії для збільшення частки відновлюваної енергії в загальному енергетичному балансі до 30-40% [3]. І Україна не є виключенням.

Згідно з енергетичною політикою України, планується вдосконалення енергетичного сектору, що сприятиме підвищенню енергетичної безпеки, зниженню викидів парникових газів та підвищенню енергоефективності. Енергетична стратегія України на період до 2035 року “Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність”, зокрема, спрямована на досягнення 25% частки відновлюваної енергії в українській енергосистемі до 2035 року [2]. Для досягнення цих цілей заплановано низку дій, таких як: розвиток відновлюваних джерел енергії, підвищення енергоефективності, модернізація енергетичних мереж, а також створення гнучкої системи енергетичного ринку. Однак, реалізація цього плану потребує великих фінансових інвестицій, які можуть бути непростими в умовах слабкої економіки. Необхідність гарантувати надійне функціонування енергетичної системи в умовах війни, подальшого відновлення, зміни клімату та природних катаклізмів є значною додатковою проблемою. Таким чином, для успішного виконання Енергетичної стратегії необхідні комплексна стратегія та співпраця між багатьма секторами економіки та державними установами.

Отже, у світлі мінливих економічних, екологічних, соціальних і технологічних умов енергетична безпека стає все більш важливою, а національні характеристики та стратегічне планування сталого розвитку є ключовими для забезпечення енергетичної безпеки країни. Зростання відновлюваних джерел енергії та різноманітність джерел постачання енергії є ключовими елементами енергетичної безпеки. Війна з росією продовжує створювати значні проблеми для енергетичного розвитку України, незважаючи на значні зусилля країни щодо покращення своєї енергетичної безпеки та включення до європейського енергетичного ринку. Для розробки стратегії використання відновлюваних джерел енергії потрібні значні фінансові інвестиції, ретельний план і співпраця між багатьма секторами економіки та урядовими установами. Загалом, для забезпечення енергетичної безпеки в Україні, потрібна системна робота, спрямована на зміцнення енергетичної інфраструктури та розвиток відновлюваних джерел енергії.

На основі даної концепції потрібно шукати нові шляхи забезпечення енергетичного розвитку України, що має на меті створення надійної енергетичної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Щуров І. В. Нові глобальні виклики та проблеми енергетичної безпеки в Україні. 2022. №180. С. 76-81. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1116/1075>
2. Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року “Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність”. від 18 серпня 2017 р. № 605-р Київ Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-p#Text>
3. Столярчук Я. М. Бусарев Д. В. Новітні тенденції транснаціоналізації світового ринку енергетичних ресурсів. Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів. Київ: КНЕУ, 2013. 296 с.

УДК: 330.101

ТІНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ЗАХОДИ З ЇЇ ПРОТИДІЇ

Аліна Пархоменко

alina.parhomenko @ukr.net

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Наталія Кузнецова*

Тінізація економіки України є однією з найбільших проблем нашої країни та залишається однією з найсуттєвіших загроз для її економічної безпеки, що ще більше поглиблює соціально-економічну кризу у нашій країні та негативно впливає на її міжнародний імідж [6, с.5]. Крім того, тіньова економіка є однією з найбільших перешкод на шляху до підвищення рівня життя населення та його інтеграції в європейське і міжнародне суспільство.

Тінізація економіки проявляється практично у всіх галузях економіки але найбільше у великих секторах, до яких належать торгівля, будівництво, послуги та виробництво. У тіньовому секторі здійснюється велика кількість операцій, які не реєструються та не оподатковуються, що свідчить про відсутність ефективної системи оподаткування та контролю за виконанням податкового законодавства, а тому призводить до великих втрат бюджету, в частині зменшення бюджетних надходжень, підризу довіри до державних інституцій та інших негативних наслідків.

Основними причинами тінізації економіки в Україні є високий рівень корупції, недосконалість правової системи, складність та неефективність механізму оподаткування, недостатньо дієвий механізм регулювання з боку держави, бюрократія та інші чинники.

Наявність тіньової економіки відображає активну криміналізацію економічних процесів, високий рівень корумпованості органів державної влади та низьку правову та податкову культуру юридичних і фізичних осіб [7].

Особливе занепокоєння викликають тенденції зростання показників тінізації економіки в Україні. Так, частка тіньової економіки в нашій країні становить близько третини ВВП: з 2010 по 2021 рік її масштаби коливаються в межах 28-36%, в той час, коли безпечним вважається «тіньовий» рівень не більше 15% [1].

За оцінками Мінекономіки, у 2021 році тіньова економіка становила 32% від офіційного ВВП, що на 2% перевищує цільовий показник 2020 року [3]. Зокрема, два з чотирьох методів оцінки рівня тінізації продемонстрували збільшення рівня тіньової економіки за вказаний період: за електричним методом – до 27% ВВП, за монетарним – до 33% ВВП [5]. Найбільш суттєве зменшення частки тіньового сектора було зафіксовано у добувній промисловості та розробці кар'єрів (на 9% - до 32% обсягу ВДС у ЗЕД), у переробній промисловості (на 6% - до 24%), а також у сільському господарстві, лісовому господарстві та рибальстві (скорочення від 6% до 11%, відповідно) [5].

Ці тенденції на рівні тіньової економіки свідчать про адаптацію суб'єктів господарювання до діяльності в постійно обмежених умовах та виправдовують їхнє припущення про розвиток у них нових каналів тіньової діяльності (каналів, які лише частково охоплюються існуючими методами оцінки рівня тіньової економіки) [4, с. 32]. Необхідно зазначити, що основною причиною збереження високого рівня тіньової економіки сьогодні є природне прагнення суб'єктів господарювання запобігти втратам активів у разі вірусної кризи, яка має надзвичайно вагомий вплив на бізнес і є непередбачуваною в часі [4, с. 32]. Це зумовлює швидку адаптацію економічно активних суб'єктів та населення до функціонування в умовах нових загроз, які пов'язані зі значним підвищенням цін на сировину і, відповідно, зростанням витрат виробництва [3]. Також у Міністерстві економіки України до негативних факторів, що зумовлюють зростання рівня тінізації відносять наявність територій, непідконтрольних державі внаслідок збройної агресії росії проти України, що збільшує

потенціал для використання схем контрабанди товарами [5].

У міжнародному порівнянні тіньовий економічний показник України не можна назвати критичним – він є порівняним з даними деяких східноєвропейських країн, таких як Болгарія, Хорватія та країни Балтії (23% - 30%)[1], Данія та Швеція (12 % і 13%). Загалом в ЄС тіньова економіка в середньому становить 18% ВВП. У США, Японії та Канаді цей показник є на рівні 6-10% [1]. Проте необхідно пам'ятати, що тіннізація економіки є фактором її руйнування та формування значної кількості суспільних проблем, тому потребує комплексного вирішення.

Для боротьби з тіннізацією економіки України важливим є запровадження наступних заходів:

- зменшення податкового тягаря та спрощення податкової системи для підприємств. Це знизить стимули до ухилення від сплати податків та збільшить довіру до держави;
- посилення контролю за дотриманням прав працівників та соціальних стандартів. Необхідно запровадити ефективний механізм перевірки підприємств на дотримання прав працівників та запровадити відповідальність за порушення законодавства;
- реформування системи державних закупівель. Необхідно забезпечити прозорість та конкуренцію в системі закупівель, щоб запобігти корупції та тіннізації економіки;
- посилення боротьби із злочинністю та корупцією. Необхідно запровадити ефективний механізм звільнення від корупції та злочинності в сфері державного управління та правосуддя;
- розвиток системи онлайн-реєстрації та онлайн-декларування. Це спростить процедуру реєстрації та сплати податків, що зменшить нав'язливість податкової системи та допоможе зменшити тіньовий сектор;
- запровадження ефективної системи моніторингу та аналізу економічної діяльності. Це дозволить оперативно виявляти випадки тіннізації економіки та приймати необхідні заходи для боротьби з нею.

Основною метою детіннізації економіки України є потреба у створенні необхідних умов для покращення інвестиційного клімату, зниженні податкового та регулятивного тиску на підприємницьку діяльність, захисту прав власності та трудових відносин. Дані заходи дадуть поштовх до забезпечення економічного розвитку [2].

Результати досліджень вітчизняних експертів свідчать, що тіньова економіка України створює реальну загрозу національній безпеці та демократичному розвитку країни, негативно впливає на суспільне життя (економічну, політичну, адміністративну, соціальну та правову сфери), громадянство, міжнародні відносини.

Неефективність та непрозорість державної політики спонукає підприємців до заняття тіньовим бізнесом. Така ситуація потребує напрацювання більш дієвих та ефективних шляхів детіннізації української економіки, створення механізмів мінімізації негативних наслідків тіньової економіки в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Кроки для зниження рівня тіньової економіки в Україні. РБК-Україна: веб-сайт. URL:<https://www.rbc.ua/ukr/news/eksperty-predlozhili-shagi-snizheniya-urovnya-1655801732.html> (дата звернення 24.03.2023).
2. Тіньова економіка в Україні: причини та шляхи подолання. Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: https://icps.com.ua/assets/uploads/files/t_novaekonom_kaukra_ni.pdf (дата звернення 22.03.2023).
3. Загальні тенденції тіньової економіки у 2021 році. Міністерство економіки України. URL:file:///C:/Users/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Downloads/%D0%97%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0_%202021_%D0%A2%D0%95.pdf (дата звернення 24.03.2023).
4. Оніщик А. В. Концепція протидії тіньовій економіці. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Електронне наукове фахове видання. Випуск 1 (34). 2022. С. 212. URL:<http://www.easterneurope->

[ebm.in.ua/journal/34_2022/%D0%A1%D1%85%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%20%E2%84%961%20\(34\).pdf](https://ebm.in.ua/journal/34_2022/%D0%A1%D1%85%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%20%E2%84%961%20(34).pdf) (дата звернення 24.03.2023).

5. Офіційний сайт Міністерства фінансів України.
URL:<https://minfin.com.ua/ua/2022/11/01/94863482/> (дата звернення 22.03.2023)

6. Тіньова економіка в Україні: стан, тенденції, шляхи подолання : аналіт. огляд / [упоряд.: С. С. Чернявський, В. А. Некрасов, А. В. Титко та ін.]. Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2017. 152 с. URL:https://www.naiu.kiev.ua/files/naukova-diyalnist/naukovi-zahodi/zbirnuki/2017/tin_ekon.pdf (дата звернення 21.03.2023).

7. Фісуненко Н. О., Ткаченко П. І., Кузьменко А. О. Кримінологічна характеристика проявів тіньової економіки. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2020. № 3. С.232-239. URL:https://visnik.dduvs.in.ua/wp-content/uploads/2021/01/s3_ua/38.pdf (дата звернення 22.03.2023).

УДК: 336.7

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КРЕДИТНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Поліщук Вадим

vadym.polischuk2@gmail.com

Мартовичук Анастасія

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна

В умовах сучасного економічного розвитку кредити є невід'ємною частиною економічної системи та важливою частиною економічних відносин. Сьогодні банківський кредит виконує посередницьку роль на всіх етапах виробничого процесу, сприяючи ефективному використанню обмежених ресурсів, сприяючи підвищенню рентабельності виробництва та сприяючи його розвитку. Позики позитивно впливають на розвиток світової та національної економіки. Крім того, банківські кредити сприяють виникненню нових суб'єктів господарювання, збільшенню кількості зайнятих, будівництву об'єктів соціально-культурного призначення, а отже забезпечують економічну стабільність. Позики складають близько 60-75% загальних активів банківських установ і забезпечують 2/3 їх сукупного доходу. Однак вони є найбільш прибутковою, але водночас і найбільш ризикованою частиною активів банку.

За період з 2018 по 2020 роки банківська система України відзначалася зменшенням обсягів корпоративного кредитування. У порівнянні з 2018 роком, у 2019 році обсяг скоротився на 97135 млн грн, а у 2020 році порівняно з 2019 роком – на 72601 млн грн. Причинами зменшення попиту на товари та послуги стали пандемія і жорсткі карантинні обмеження весною, які викликали суттєве скорочення діяльності окремих секторів економіки. Крім того, на відновленні корпоративного кредитування перешкоджають низька платоспроможність та слабка платіжна дисципліна позичальників, повільне відновлення реального сектору економіки України, а також значна кількість підприємств, що працюють в тіні. Зазначені інституційні ризики, на думку авторів, є головними чинниками, які визначають високу вартість кредитів. Незважаючи на це, загальний обсяг наданих кредитів в українській економіці за методикою Світового банку за 2018 рік зберігався на низькому рівні 50,6% ВВП, що в 2,7 рази нижче, ніж у світі (139,1% ВВП). Банки спрямовують вільні кредитні ресурси на інші, надійніші джерела отримання прибутку, що призводить до деформації ринку кредитних ресурсів. На цьому ринку квалітет платоспроможного попиту на кредити поєднується з високою вартістю пропозиції. Деформація, яка значною мірою відбувається, обумовлена екзогенністю попиту на ресурси банківського сектору, що виникає внаслідок необхідності фінансування дефіциту бюджету через продаж ОВДП банкам. Кредити фізичних осіб займають друге місце у структурі

кредитного портфеля, але протягом аналізованого періоду їх обсяг не однозначно змінювався. Наприклад, у 2019 році вони зросли на 9878 млн грн порівняно з 2018 роком, а в 2020 році вони знизилися на 7176 млн грн порівняно з 2019 роком. Зниження обсягів кредитів фізичних осіб насамперед пов'язано з негативними наслідками коронакризи, такими як зниження попиту на товари тривалого користування.

Введення воєнного стану створило нові виклики для кредиторів та позичальників. Верховна рада, НБУ прийняли важливі рішення щодо введення «кредитних канікул» на період воєнного стану, тимчасових пом'якшуючих особливостей оцінювання банками кредитних ризиків, які сприятимуть реструктуризації прострочених кредитів. Заборонено банкам на період воєнного стану та три місяці після його припинення вимагати сплату простроченої заборгованості особливим категоріям позичальників: військовослужбовцям ЗСУ, особам інших військових формувань, що захищають країну; особам з інвалідністю, спричиненою війною; членам сімей військовослужбовців, які загинули, померли чи пропали безвісти, осіб, які перебувають у полоні, з якими втрачено зв'язок, осіб, зниклих безвісти [1].

24 лютого 2022 року, під час введення воєнного стану в Україні, Національний банк України запровадив обмеження для банківської системи з метою стабілізації банківсько-фінансової системи та впливу на діяльність фізичних осіб та комерційних структур. Серед найважливіших обмежень можна виділити: обмеження транскордонного руху капіталу та фіксований курс; заборона на виплату дивідендів банками; введення "кредитних канікул" для позичальників; спрощення деяких операційних вимог; НБУ не буде вживати заходів до банків за порушення вимог до звітності після 24 числа. Завданням Національного банку України на сьогоднішній день є створення оптимальних умов для здійснення банками своїх функцій та обслуговування населення в умовах воєнного стану з метою зменшення негативного впливу військової агресії на банківську систему. Для визначення впливу російської військової агресії на ключові види банківської діяльності - кредитну, депозитну, валютну та загальну банківську систему, необхідно розглянути ризики, які виникають для банківської системи в умовах війни. Спочатку розглянемо наступні ризики: підвищений макроекономічний ризик, який проявляється в серйозній рецесії та бюджетному дефіциті; підвищений ризик капіталу, оскільки капітал банків не змінився значно з початку війни, але ризик зростає з продовженням війни; підвищений кредитний ризик через зменшення доходів населення та закриття підприємств; підвищений валютний ризик, але при фіксованих та збалансованих валютних курсах, валютні позиції наразі містять цей ризик; ризик зниження прибутковості вважається високим через збитки за кредитами та необхідність формування резервів на збитки за кредитами. Ці ризики можуть вплинути на результати діяльності банків і їх кількість, але можливо завдяки виваженій політиці НБУ та регулюванню економіки з боку держави, банки зможуть уникнути цих ризиків, пристосувавшись до умов війни або зазнають їх по мінімуму. До початку війни кредитні операції були одними з найбільших та найбільш затребуваних серед інших банківських операцій. Завдяки кредиту підприємці залучали додаткові ресурси для розширення виробництва та задоволення господарських потреб, а також населення залучало кошти на особисті потреби. Після початку повномасштабної війни попит на кредити знизився. У зв'язку з війною кредитний ризик став одним із найбільших, остаточні обсяги втрат від якого можна буде підрахувати лише з часом, тому що значна частина територій України окупована, не працюють підприємства, багато людей виїхали за кордон, а багато залишились без роботи, не маючи змоги сплачувати за кредитами та відсотками за ними.

В умовах непередбачуваних наслідків коронакризи доцільно здійснити такі основні організаційно-економічні заходи щодо вдосконалення процесу кредитування комерційних банків, а саме: розширення національної схеми доступного кредитування, тобто здешевлення кредитів, які у свою чергу стимулюватиме інвестиційну активність, що дозволить банкам використати частину вивільнених коштів для кредитування бізнесу; усуне перешкоди для позасудового врегулювання; удосконалив законодавство про фінансовий лізинг; вирішить

питання правозастосування; запровадить інструменти державних гарантій для компенсації зростання у кредитному ризику, створювати довгострокові джерела фінансових ресурсів.

Банківське кредитування є одним з рушіїв економічного зростання, зокрема в країнах з нерозвиненим фінансовим ринком в частині формування фінансової глибини економіки та трансформації заощаджень в інвестиції. Широкомасштабна війна, розпочата Росією проти України у лютому 2022 р., чинить прямий вплив на усі сфери життя суспільства, і по суті, є першим масштабним військовим конфліктом (де задіяні більше сотні тисяч військових з обох сторін) в епоху сучасних фінансових відносин, що базуються на максимізації фінансової інклюзії, фінтеху та “know your client” [2].

Список використаних джерел:

1. Лапішко М., Винник А. Проблеми ринку кредитування України в умовах воєнного стану. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2022. № 3 (31). С. 180-189.
2. Шпанель-Юхта О.І. Особливості банківського кредитування в умовах війни. Економіка та суспільство. 2022. Випуск № 45. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2002/1930>

УДК: 331

ЯКІСТЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Вікторія Фесенко

fesenko.vika@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Віктор Здір

Дослідження якості життя населення в Україні є актуальним в умовах сьогодення. Адже від якості трудового потенціалу залежить якість життя, а відтак і перспективи розвитку держави. Економічний розвиток будь-якої країни світу залежить від рівня і якості життя населення.

На даний момент українська держава переживає складний період соціально-політичного та економічного розвитку, через повномасштабне вторгнення. Все це поглиблює кризу в країні, зокрема поширює бідність, а також посилює соціальне розшарування суспільства, що призводить до різкого незадоволення рівнем життя населення.

Якість життя – це оцінка певної сукупності умов і особливостей життя людини, а також ступінь задоволеності людини цими умовами. Ні для кого не секрет, що людина страждає від низької якості життя, незалежно від професії, сімейного стану, країни проживання та ряду інших умов. Тому підтримувати високу якість життя необхідно людині постійно. З дитинства людина сама прагне покращити якість життя - здобуває освіту, працює, прагне зробити кар'єру і докладає зусиль для досягнення визнання в суспільстві.

Якість життя людини залежить від потреб та інтересів людей, що свідчать про ступінь їх задоволення. Загалом, потреби та інтереси людей індивідуальні та динамічні, і ступінь їх задоволеності можуть оцінювати лише власники цих потреб та інтересів. Зрозуміло, що якість життя залежить від виконання всіх необхідних умов для загального щастя. Якщо такі умови створені в конкретному регіоні чи країні, якість життя висока, якщо ні – низька.

Основні критерії, від яких залежить якість життя людини:

1. Доходи населення — це сума грошей і матеріальних благ, призначених для підтримки фізичного, морального, економічного та інтелектуального станів людини, та задоволення її потреб.

2. Якість харчування. Враховується калорійність добового раціону і склад продуктів. За всіма нормами, харчування має бути збалансованим, тобто містити всі необхідні компоненти

їжі, вітаміни та елементи, необхідні для підтримки здоров'я людини. Через війну багато українців опинилась в умовах обмеженого доступу до здорової та якісної їжі.

3. Якість та комфорт житла. А в Україні, з початку повномасштабного вторгнення, велика кількість зруйнованих, міст, будинків.

4. Якість та кількість одягу.

5. Якість охорони здоров'я. При цьому визначається кілька параметрів, зокрема, кількість лікарняних ліжок на 1000 жителів. За статистичними даними, Україна є одним із лідерів за кількістю ліжок на 1000 жителів, що, насамперед, свідчить про низьку якість медичних послуг. Сучасна система охорони здоров'я йде шляхом підвищення якості медичних послуг, впровадження новітніх технологій, що дозволяє знизити цей показник.

6. Якість соціальних послуг. Цей показник визначає дозвілля та сферу послуг, які надаються громадянину.

7. Якість освіти. Визначається загальна кількість вищих навчальних закладів і частка студентів у загальній чисельності населення; якість шкільної освіти.

8. Якість культури.. Оцінюється культурний рівень населення, в тому числі видання книг, періодичних видань тощо.

9. Якість сфери обслуговування.

10. Стан довкілля. Тут враховується низка показників, серед яких якість питної води, рівень забруднення повітря, радіаційний фон, забруднення ґрунту, рівень сортування та переробки сміття та інші.

11. Демографічні показники. На якість життя населення впливають показники очікуваної тривалості життя, рівень народжуваності, смертності; кількість шлюбів та розлучень.

12. Рівень безпеки. Визначається кількість зареєстрованих злочинів, а також параметр сприйняття безпеки населенням. [1]

Одним із основних чинників, від чого залежить якість життя населення є дохід.

Доходи населення мають важливе значення в соціально-економічному розвитку країни, оскільки:

- забезпечують добробут і якість життя людей;
- є економічною основою відтворення населення країни;
- визначають рівень грошових накопичень, які є джерелом інвестиційних ресурсів;
- формують платоспроможний попит населення та визначають рівень споживання.

Грошові доходи населення визначають показники номінальних і реальних доходів; номінальна та реальна заробітна плата; пенсії, стипендії, допомоги; прожитковий мінімум; частка населення, що живе за межею бідності та інші показники.

Прожитковий мінімум – це соціальний стандарт, що визначає кількість продовольчих та непродовольчих товарів та послуг, необхідних для нормальної життєдіяльності людини.

Уряди в різних країнах використовують прожитковий мінімум, щоб визначити, яка частка населення не може забезпечити свої основні потреби власними доходами, а отже, потребують державної підтримки.

У 2020 році прожитковий мінімум збільшився на 174 та 327 грн, порівняно з 2019 та 2018 роком. Далі спостерігаємо незначне зростання прожиткового мінімуму на 162 грн у 2021 році, порівняно з попереднім періодом. Що стосується 2022 року, то бачимо підвищення на 204 грн, порівняно з 2021 роком та на 196 грн, порівняно з 2023 роком.

Проаналізуємо динаміку заробітної плати в Україні як основного джерела доходів населення. Середня зарплата в Україні постійно зростає.

Так, середньомісячна заробітна плата штатних працівників у 2022 році становила 14847 грн, що на 5,9% більше ніж у минулому році. У січні 2022 року вона дорівнювала 14577 грн (або 455,1 євро). Середня зарплата в Україні значно нижча, ніж в інших високорозвинених країнах Європи. Станом на 1 березня 2021 року середня зарплата в країнах Європи становила 1903 євро.

Станом на січень 2022 рік, до початку повномасштабної війни, спостерігаємо найвищу

середню заробітну плату у Києві, яка становила 21347 грн, що на 6770 грн. більше, ніж в середньому по Україні. Також високу заробітну плату отримували і в Київській області - 15152 грн. Більше, ніж в середньому, заробляли у промислових областях - Донецькій (15480 грн), Запорізькій (14510 грн), Дніпропетровській (14479 грн) та Миколаївській (14382 грн). Найнижча заробітна плата була в Чернівецькій, Тернопільській та Кіровоградській областях. [4]

Розмір мінімальної заробітної плати так і не досягає розміру прожиткового мінімуму, хоча і відбувається поступове їх зближення. Незважаючи на швидкі темпи зростання мінімальної заробітної плати протягом останніх років, її рівень залишається дуже низьким відносно європейських країн. З 01.01.2023 року місячна мінімальна зарплата в Україні становить 6700 грн.

В офіційній статистиці прийнято використовувати показник номінальної заробітної плати. Але набагато об'єктивнішим є показник реальної заробітної плати, який враховує індекс споживчих цін. Реальна заробітна плата відображає купівельну спроможність населення. У січні 2022 року індекс реальної зарплати в Україні становив 82,5%.

На даний час, проблемами низького рівня життя населення є не тільки не відповідність реальної до номінальної, але й такі чинники:

- розрахунок прожиткового мінімуму, який має неефективний вимір;
- невідповідність мінімальної заробітної плати до прожиткового мінімуму;
- повномасштабне вторгнення російської федерації, яке спричинило руйнівний вплив на економіку України, а саме: призвело до великих людських жертв, масового переміщення населення та значної шкоди інфраструктури, зруйнованих міст, припинення роботи окремих підприємств особливо в контрольованій зоні чи зоні бойових дій, зокрема через пошкодження і погіршення логістики;

Отже, можна зробити висновок, що для покращення якості життя населення доцільно вжити наступних заходів:

1. Поступове наближення основних соціальних стандартів і гарантій до прожиткового мінімуму.

2. В умовах зростаючої глобалізації, потрібно законодавчо визначити реальний прожитковий мінімум та розробити методику визначення.

3. Реформувати систему соціального захисту населення таким чином, щоб посилити їх мотивацію до праці.

4. Подолати бідність, створити умови для самостійного вирішення здоровим населенням проблем підвищення власного добробуту; це можливо лише за умови забезпечення продуктивної зайнятості та збалансованості попиту та пропозиції на ринку праці, а також поширення вторинної зайнятості здорового населення.

5. Забезпечувати своєчасну виплату заробітної плати та не допускати заборгованості з її виплати.

6. Запровадити систему медичного страхування, що сприятиме підвищенню якості медичного обслуговування населення.

7. Одним із критеріїв рівня добробуту є забезпечення житлових потреб населення та подолання корупції на всіх етапах впровадження соціального житла.

Список використаних джерел:

1. Якість життя українців – крізь терни до зірок. *Українська правда*. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/badikov/5a8ad026aa54b/> (дата звернення: 17.03.2023)

2. Прожитковий мінімум в Україні по соціальним та демографічним групам з 2000 по 2023 рр. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/wagemin/> (дата звернення 18.03.2023)

3. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності у 2010-2022 роках. *Державна служба статистики України*. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 18.03.2023)

4. Середня місячна зарплата по регіонах України у січні 2022. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/> (дата звернення 18.03.2023)
5. Мінімальна зарплата в Україні з 2000 по 2023 рр. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/> (дата звернення 18.03.2023)
6. Індекс реальної заробітної плати. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/index/> (дата звернення: 18.03.2023)

УДК: 330

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Анастасія Чорна

nastyachorna2003@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: професор, д-р. екон. наук Олег Куклін

Дуже важливим фактором економічної небезпеки, організованою державою на всіх рівнях, є нестабільність грошової системи.

У сучасних умовах функціонування та розвитку фінансово-економічних систем необхідно виокремити ще одну тему економічної безпеки, яка, на думку широкого кола економістів-теоретиків, є ключовою ланкою всіх суспільних процесів, — людину. При аналізі економічних проблем, у тому числі економічної безпеки, людина не розглядається як просто біологічна істота. Головна роль тут полягає у визначенні через процес її соціалізації системи рис, які визначають людину як активного суб'єкта змін, наділеного цілим рядом фізичних, психологічних та інтелектуальних якостей, здатного до соціальної рефлексії, усвідомлюючого свою роль у суспільному розвитку [1].

Безробіття є прямим джерелом небезпеки, яка пов'язана з ефективністю економіки, рівнем життя та якістю населення. За оцінками економістів, у періоди структурних змін країни можуть втратити 15-20% працездатного населення. Практика підтвердила, що всі показники кризового стану в країні перевищують негативні порогові нормативи в інших регіонах, і рівень безробіття не є винятком.

Найбільш концентрованою та вираженою формою внутрішньої небезпеки на національному рівні є зниження чисельності та якості життя населення. Якщо природним напрямком функціонування економіки є задоволення людських потреб, то показники рівня та якості життя характеризують стан економічної безпеки в системі національної безпеки. Зниження рівня та якості життя безпосередньо загрожуватиме соціальній стабільності.

Фінансова безпека країни є як внутрішньою, так і зовнішньою. Що стосується зовнішнього, то на першому місці – це фінансовий суверенітет країни, незалежність фінансової системи країни від впливу міжнародних фінансово-кредитних організацій і транснаціонального капіталу. Проте говорити про абсолютну фінансову незалежність в умовах глобалізації некоректно. Адже на фінансову безпеку України впливає наростаючий процес фінансової глобалізації в міжнародному співтоваристві.

Таким чином, сьогодні проблеми фінансової безпеки виходять за рамки національних кордонів. Рівень інтеграції фінансового ринку постійно вдосконалювався, масштаб потоку капіталу постійно розширювався, а інтенсивність обігу постійно зростала. Як стверджують фахівці, «у світі сформувалися грандіозні потоки «світових грошей», що не підпорядковуються ні національним урядам, ні будь-ким іншим політичним інституціям. Вони не утворилися як вияв потреб виробництва, торгівлі, інвестування чи споживання. Головним їх джерелом є переважно торгівля грішми». Тому при формуванні стратегії національної фінансової безпеки дуже важливо ретельно проаналізувати та врахувати поточну та можливу кон'юнктуру

світових валютних ринків і ринків капіталу. Безпека внутрішньої фінансової сфери України визначається досконалістю правової, організаційної та інституціональної бази, а також політичною стабільністю, рівнем ризиків ринкової кон'юнктури, масштабами тіньової економіки та рівнем корупції в державі [16].

На сьогоднішній день економічна безпека країни – це загальнонаціональний комплекс заходів, спрямованих на сталий розвиток і вдосконалення її економіки, обов'язково включає механізм протидії зовнішнім і внутрішнім загрозам чи ризикам, який часто супроводжує діяльність держави як суб'єкта фінансових відносин.

Необхідним елементом грошово-кредитної політики центрального банку, пов'язаної з формуванням і управлінням офіційними золотовалютними резервами країни, є визначення їх оптимальної структури.

Актуальність цього питання стає ще більшою в контексті останніх тенденцій розвитку основних світових економік, нестабільності фінансових ринків, значної волатильності обмінних курсів, що змушує центральні банки диверсифікувати свої золотовалютні резерви та піднімає проблему обраної резервної валюти.

Структура офіційних золотовалютних резервів являє собою сукупність валютних активів, відібраних у певному співвідношенні і використання яких дозволяє ЦБ забезпечувати регулюючий вплив на грошово-кредитні відносини та організацію зовнішньоекономічної діяльності в країні [2, с. 46].

Згідно з визначенням МВФ, міжнародні резерви складаються з резервів конвертованої валюти, резервної позиції МВФ, спеціальних прав запозичення (СПЗ), монетарного золота, готівкової іноземної валюти або залишків на рахунках за кордоном, цінних паперів, випущених нерезидентами, та всіх інших валютних резервів, за умови гарантування їх надійності та ліквідності в розпорядженні Національного банку України.

Золотовалютні резерви України (скорочено ЗВР, це міжнародні валютні резерви, це офіційні валютні резерви) — це високоліквідні зовнішні активи, що знаходяться під контролем держави (Національного банку України та уряду України). Золотовалютні резерви (офіційні валютні резерви) розраховуються в доларах США.

Дуже великою внутрішньо економічною загрозою на національному рівні є недосконалість політичних, економічних і правових інститутів, які складають економічний механізм суспільства. Наприклад, недосконалість бюджетного механізму сприяє розвитку неформальної економіки. Політичні та економічні перешкоди для розвитку малого бізнесу в Україні коштують українському народу величезних грошей. Неважко перелічити, скільки і які проблеми в Україні можна було б усунути завдяки економічному ефекту від їх розвитку.

На стан національної економіки також впливає поведінка окремих суб'єктів господарювання - юридичних і фізичних осіб, що відображає поведінку органів законодавчої та виконавчої влади на національному рівні.

До зовнішніх загроз України сьогодні можна віднести наступні тенденції в економіці країни:

- великий обсяг зовнішнього боргу;
- дефіцит платіжного балансу країни;
- вагома залежність економіки від іноземних кредитів;
- втручання міжнародних фінансових організацій в ринкові процеси країни;
- низький рівень зовнішніх інвестицій.

Важливо відзначити, що в даний час в країні продовжує формуватися ринкове середовище, повноцінно починають функціонувати ринкові інститути: недержавний сектор економіки, комерційні банки, валютні та фондові біржі та ін. За таких відкритих умов загострюється та особливо актуальна проблема забезпечення фінансово-економічної безпеки як важливої складової національної безпеки.

Отже, основними внутрішніми загрозами для фінансово-економічної безпеки України на сьогодні можна виділити такі:

- недостатньо прозора інформація державних органів статистики;
- недовершена законодавча база;
- нерівномірність соціально-економічного розвитку регіонів;
- зношення устаткування в провідних галузях економіки;
- низька конкурентоспроможність продукції вітчизняного виробника;
- слабка розвиненість фондового ринку;
- невисокий рівень внутрішніх інвестицій;
- недосконала податкова система;
- високий рівень інфляції;
- присутність значного сектору тіньової економіки.

Зазначені загрози мають досить складне походження та вплив на систему фінансово-економічної безпеки. Крім того, постійні зміни ринкового середовища сприяють мобільності його елементів. Це зумовлює необхідність постійного моніторингу основних тенденцій та явищ, що формують внутрішню політику держави. З цих причин стан економічної безпеки сьогодні залишається досить складним, на нього впливає ціла низка викликів, спричинених високим рівнем економічної тінізації, включаючи поширення паралельної зайнятості, напівлегальні методи ухилення від сплати податків та криміналізацію економічних відносин, наявність у країні організованих злочинних груп, які претендують на контроль над корпоративною діяльністю.

Подальші дослідження у сфері зміцнення фінансової безпеки держави мають бути спрямовані на обґрунтування механізму контролю внутрішніх та зовнішніх ризиків для фінансової стабільності держави [3].

Найважливішим завданням будь-якої економічної політики, в тому числі політики модернізації держави, є забезпечення економічної безпеки країни. Економічна безпека як економічна категорія є визначальним елементом національної безпеки України та має досить складну внутрішню структуру, що підтверджується розбіжностями щодо її визначення. Тому економічну безпеку слід розглядати не лише як стан захисту національних інтересів, а й як наявність і здатність використовувати можливості впливу на економічні процеси для забезпечення довгострокового добробуту людини.

Розглянувши основні складові економічної безпеки в сучасних умовах та показавши їх значення для економічної безпеки України, ми висвітлили їх значення в системі економічної безпеки. Надійна економічна безпека держави можлива лише за умови комплексного та системного підходу до її організації. Складність існуючих завдань держави потребує визначення виважених стратегій їх вирішення, виходячи із взаємозв'язку проблем національної безпеки, соціально-економічного розвитку держави та інформаційної безпеки економічної системи. Зважаючи на стан української економіки, питання економічної безпеки, пошук методів і засобів захисту української економіки є як ніколи актуальними та потребують подальших досліджень.

Економічна безпека як економічна категорія є визначальною складовою національної безпеки України та має досить складну внутрішню структуру, що підтверджується багатовекторністю погляду науковців та економістів на її визначення. Зважаючи на стан української економіки, питання економічної безпеки, пошук методів і засобів захисту української економіки є як ніколи актуальними та потребують подальших досліджень.

Досліджуючи специфіку економічної безпеки в системі національної безпеки України, автором визначено основні загрози економічній безпеці, на основі яких сформовано основні складові економічної безпеки України:

- макроекономічну,
- виробничу,
- фінансову,
- інвестиційну,
- енергетичну,

- демографічну,
- соціальну,
- харчову,
- наукову.

З огляду на описані загрози визначено основні напрями державної політики у сфері економічної безпеки країни. У сучасних умовах на всі складові економічної безпеки впливає воєнна безпека нашої держави. Тому в майбутніх дослідженнях важливо вивчити взаємозв'язок між економічною та військовою безпекою та їх співвідношення.

Після проведених досліджень ми дійшли висновку, що економічна безпека є надзвичайно важливим елементом забезпечення національної безпеки України, який впливає на всі сфери життя нашої держави. Забезпечення економічної безпеки України є одним із головних завдань держави і безпосередньо залежить від сучасних внутрішніх і зовнішніх умов.

Економічна безпека є однією з восьми складових національної безпеки, яка посідає одне з перших місць у системі гарантування національної безпеки України, впливаючи практично на всі інші складові. Крім того, три складові національної безпеки, а саме економічна, соціальна та екологічна, є водночас складовими сталого розвитку, забезпечення якого сприятиме сталому розвитку як системи національної безпеки, так і країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Старостенко Г. Г., Онишко С. В., Поснова Т. В. Національна економіка: навч. посібник. Київ. : Ліра-К, 2016. 432 с.
2. Дзюблюк О.В. Валютна політика: підручник. Київ. Знання, 2007.– 91 с.
3. Белялов Т. Е. Фінансово-економічні аспекти національної безпеки України. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2014/15.pdf (дата звернення 15.03.2023).

УДК: 339.923

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Олександра Шевченко

shevchenkosasha163@gmail.com

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Наталія Сейсебаєва

Технологічні трансформації – новітні процеси переходу, в умовах цифровізації економіки, на новий сучасніший рівень використання технологій для ведення бізнесу. На розвиток цифрової економіки великий вплив мають тренд глобалізації та інноваційні технології. Головний вектор розвитку – взаємовідносини споживачів і виробників в межах своєї держави, а також поширення діяльності й на інші країни світу. Дані взаємовідносини забезпечують зростання показників внутрішнього валового продукту (ВВП), працевлаштування, продуктивності праці, мають визначальний вплив на інноваційні процеси в усіх галузях економіки для покращення якості життя населення [1, с. 4]

Країни з розвинутою економікою значну частину уваги приділяють розвитку цифрової економіки. В питанні побудови цифрової економіки країни ЄС орієнтуються на базовий Цифровий порядок (2010 р.), в якому чітко визначено заходи стягнення конкретних цілей до 2020 року. Слід визначити, що створення Єдиного цифрового ринку (Digital Single Market) стало важливим кроком задля забезпечення та дії Цифрового порядку ЄС, бо він значно вплинув на дохід та з кожним роком цей показник збільшується.

1994 рік – визначна дата в економічному цифровому просторі, бо в цей рік відомий канадський економіст і консультант з бізнесу Дон Тапскотт опублікував свою видатну книгу «Digital Economy», в ній вперше був сформований термін «цифрова економіка». Вже через рік

термін «цифрова економіка» поширився й на інші сфери діяльності, а також вийшов за межі наукового використання завдяки сумлінній праці американського інформатика Массачусетського університету. Головною ідеологією цифрової економіки американський інформатик вважав «...перехід від обробки атомів, складову матерії фізичних речовин, до обробки бітів, складову матерію програмних кодів».

Термін «цифрова економіка» використовується у всьому світі. Ужиток цього терміну увійшов буквально в усі верстви населення, починаючи з політиків, закінчуючи пересічними громадянами. Але попри весь цей галас та позитивні якості зміст даного поняття так і залишається нерозтлумаченим та невивченим до кінця. Єдине офіційне поняття цифрової економіки в просторах світового і національного інформаційного рівня остаточно не сформовано.

Вважається, що технологічні зміни тісно пов'язані з економічним розвитком країни та значно впливають одне на одного. Світовий банк визначає, що цифрові дивіденди (результати від цифрових трансформацій) – це швидке й потенційне зростання економіки країни, вплив на покращення стану бізнесу, а отже притік нових інвестицій, партнерів та податкових надходжень тощо. Сприяння розвитку цифрових технологій супроводжується певними викликами, які мають подолати як суспільство так і держава для успішного майбутнього, використовуючи всі можливості впровадження цифрової економіки в життя:

- чисельність працівників скорочується;
- короткострокові показники продуктивності праці знижуються, завдяки впровадженню нових технологій;
- тимчасовий нерівномірний розподіл доходів на період підвищення кваліфікації працівників підприємства;
- в регіональній структурі відбуваються в області розміщення продуктивних сил, необхідній освіті і кваліфікаціях персоналу, інфраструктурі;
- значні зміни норм і правил (посилення захисту прав інтелектуальної власності, вдосконалення антимонопольного законодавства і т. д.), способу життя. [2]

Формування успішної цифрової економіки держави займає багато часу. Для цього потрібно ефективно розвивати та впроваджувати нові тенденції функціонування цифровізації, в свою чергу воно розподіляється на три компоненти:

- нормативно-правова база – ріст конкуренції і вихід на ринок підприємствам, дозвіл підприємствам використовувати цифрові технології для конкуренції та інновацій своєї сфери діяльності;
- необхідні навички, потрібні працівникам, бізнесменам, державним службовцям – для того, щоб використовувати успішно якомога більше можливостей цифрових технологій;
- ефективні і підзвітні інститути – в даних закладах використовують послуги інтернет-провайдерів для розширення прав і можливостей громадян. [3]

Відсутність системної державної політики у сфері цифровізації – основна проблематика питання розвитку національної цифрової економіки України. В Україні існує лише тільки один проект – «Цифрової адженди України – 2020 року», де передбачено стратегічне завдання – усунення значного технологічного розриву між Україною та розвинутими країнами світу.

На жаль, країна відповідає середньому значенню країн Східного партнерства лише за деякими напрямками. Вплив цифровізації країни сприятиме стрімкому зростанню економіки та її трансформації з сировинної у цифрову, завдяки електронним системам роботи можливе докорінне усунення корупції в державі, а також інтеграції України у Єдиний цифровий ринок ЄС.

Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр. та затвердження плану заходів щодо її реалізації», розроблено Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та провідними експертами ІТ-сфери наприкінці 2017 р. - вирішальний крок процесу переходу з сировинної до цифрової економіки держави. Його було схвалено у січні 2018 року, де міститься

детальна інформації про напрями цифрового розвитку:

- розвиток цифрової інфраструктури для подолання цифрового розриву;
- вплив на розвиток цифрових компетенцій;
- впровадження концепції цифровізації робочих місць та реального сектору економіки;
- реалізація проектів цифрових трансформацій;
- громадська безпека, освіта, сфера охорони здоров'я, туризм;
- демократія і державне управління в електронній формі регулювання;
- розгляд екологічної проблеми країни та охорона навколишнього середовища;
- забезпечення покращенню життєдіяльності міст;
- впровадження розрахунків в безготівковій формі;
- гармонічні взаємовідносини з європейськими та світовими науковими ініціативами.

Отже, провідним трендом сучасного світу та ключовим фактором економічного зростання є становлення цифрової економіки. Її основою в сфері покращення умов технологічного процесу є цифровізація – запровадження нових елементів цифрових технологій, задля покращення умов розвитку та дії всіх сфер та видів економічної діяльності держави. [4, с. 18].

Список використаних джерел:

1. Баланюк І.Ф., Легенчук С.Ф., Свиноус І.В. Розвиток цифровізації обліку, оподаткування, аналізу і контролю в управлінні підприємствами. URL: <http://surl.li/gcorc>
2. Крижанович Н.П. Сутність цифрової економіки та її впровадження в Україні. URL: <http://libfor.com/index.php?newsid=3414>
3. Карчева Г., Огородня Д., Опенько В. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1703/17kggtme.pdf>
4. Петрова І.Л., Балика О.Г., Качан Г.М. Цифрова економіка та поява цифрової зайнятості. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/petrova_0040.pdf

UDK: 159.9

Doctor in law Natalia Wąsik
ORCID 0000-0002-9154-0330
natalia.wasik@cm.umk.pl
Doctor in law Damian Wąsik
ORCID 0000-0002-2781-8641
damian.wasik@cm.umk.pl

Nicolaus Copernicus University in Toruń, Poland Collegium Medicum in Bydgoszcz, Poland

ECONOMIC FREEDOM AND THE ESSENCE OF THE BAN ON ADVERTISING THE PHARMACY AND PHARMACEUTICAL SERVICES

An indicator of an advertising message is not only a more or less clear encouragement to buy a product, but also the actual intentions of the entity making the transfer and the reception of the message by its addressees. The statement is an advertisement when the incentive to purchase the product prevails over the information layer. This is the purpose of the sender of the statement and this is how it is perceived by the average recipient to whom it was addressed. All promotions, including price and discount promotions, are advertising of the goods and the company that makes them.

The concept of advertising of pharmacies - which does not include information about the location and working hours of a pharmacy or pharmacy point - is defined relatively broadly. In particular, advertising is any action aimed at encouraging potential customers to purchase specific goods or use specific services. Similarly, advertising is defined in Art. 2 of Directive 2006/114/EC of

the European Parliament and of the Council of December 12, 2006. concerning misleading and comparative advertising (OJ L 376 of 27 December 2006, p. 21). This act assumes that advertising means presentation in any form in the course of trade, business, craft or liberal professions in order to promote the sale of goods or services, including real estate, rights and obligations.

Legal regulations prohibiting the advertising of pharmacies are undoubtedly regulations that restrict the freedom of economic activity. Nevertheless, such a solution is based on an important public interest identified as the protection of human health. This protection can be undermined not only by insufficient access to medicines, but also when medicines are too readily available, leading to drug abuse. This is undoubtedly the result of widespread and suggestive advertising of both drugs and pharmacies - places where drugs are offered for sale. In other words, drugs are not an ordinary market commodity. Drug trade must be regulated by the state. Those who conduct activities of this type cannot enjoy full economic freedom. As part of a properly functioning health care system, there should be mechanisms that allow the purchase of drugs when they are really necessary, and not when there is such a temptation caused by advertising. For these reasons, the advertising of drugs and pharmacies cannot be considered as an activity clearly aimed at the good of patients. In conclusion, ban on advertising pharmacies and pharmacy outlets gives priority to health protection as an important public interest and not to facilitating the promotion of activities of this type by enterprises.

In practice, it may be problematic to assess whether the ban on advertising pharmacies and pharmaceutical services has been violated in a given case. The basic element allowing to conclude that the ban on advertising a pharmacy or its activity has been infringed is the intention to attract potential customers to purchase a medicinal product or a medicinal device in a specific pharmacy or to increase the consumption of medicinal products, and therefore to increase the pharmacy's turnover. In the case of advertising a medicinal product, the seller's "turnover increase" will mean an increase in the number of prescriptions, delivery, sale or consumption of medicinal products, and in the case of advertising a pharmacy or its activity, it will be an increase in the number of transactions carried out by it or their value. For example, the main objective of the program consisting in offering customers the opportunity to purchase products in certain pharmacies at a discounted price, is to encourage the use of the services of these pharmacies. The fact that additional benefits are offered to program participants in addition to discounts does not change that assessment and even reinforces the belief that those elements of the program also serve advertising purposes. Pharmacy advertising is also an activity that indirectly encourages potential buyers to purchase products offered by the pharmacy. The indirect nature of such action takes place when an entity other than the pharmacy indicates the products offered by the pharmacy, assuming that economic relations exist between that entity and the pharmacy. An example of unlawful activities may be the delivery of leaflets containing information on the prices of medicinal products along with a list of pharmacies to the places of residence of potential recipients of medicinal products.

Taking into account the comments made so far, it should be assumed that there is no clear and universal demarcation line that would allow distinguishing an action within the law from an advertising activity covered by the ban. Therefore, qualifying certain actions in terms of a violation of the ban on advertising a pharmacy and its activities requires an individualized assessment in relation to the circumstances specific case.

References:

1. Jasińska K., *Zakaz reklamy aptek a opieka farmaceutyczna i programy lojalnościowe*, ZNUJ. PPWI 2015, vol. 4, p. 108-122;
2. Rabięga-Przyłęcka A., *Zakaz reklamy aptek w świetle art. 94a Prawa farmaceutycznego*, PPP 2013, vol. 11, p. 68-77;
3. Szafrąńska A., Szyszka A., *Reklama produktu leczniczego*, PPP 2012, vol. 5, p. 81-93;
4. Judgment II GSK 568/19, 06.10.2022, Naczelny Sąd Administracyjny, LEX nr 3416850;
5. Judgment II GSK 1584/18, 12.12.2018, Naczelny Sąd Administracyjny, LEX nr 2593119;
6. Judgment II GSK 1604/21, 29.10.2021, Naczelny Sąd Administracyjny, LEX nr 3267140.

УДК: 330.5.051

ВТРАТИ НАЦІОНАЛЬНОГО БАГАТСТВА УКРАЇНИ, ЗУМОВЛЕНИХ РОСІЙСЬКОЮ АГРЕСІЄЮ

Тайсія Бойко

boyko.taya@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Віктор Здір

Національне багатство — це сукупність матеріальних і духовних благ суспільства, включаючи основні й оборотні виробничі фонди (будинки, споруди, машини, сировина, паливо тощо), резерви й страхові запаси, особисте майно населення, культурні й духовні цінності та інші блага [11, с. 7]. До складу національного багатства також входять природні ресурси, виробничий потенціал, економічний потенціал, людський потенціал, культурно-освітній рівень країни.

На 2022 рік покладалося багато надій та сподівань, але все було порушено воєнною агресією росії. Під час проведення військових дій війська агресора знищують не лише об'єкти критичної інфраструктури, військові штаби, важливі шляхи постачання, а також під їх вплив потрапляють цивільні об'єкти, сільськогосподарські угіддя, екологічні парки, фермерські господарства, території природо-заповідного фонду, водні об'єкти та ліси [1].

Станом на лютий 2023 року загальна сума прямих задокументованих збитків, завдана Україні через повномасштабне вторгнення розпочате росією 24 лютого 2022 року, оцінюється у 138 мільярдів доларів (за вартістю заміщення).

Але російська агресія розпочалася ще в 2014 році. Через окупацію Криму в 2014 році Україна втратила близько 4,5% від своєї загальної площі, це 27 тис. км. Економічні втрати від тимчасової окупації росією Кримського півострову становили щонайменше 135 млрд доларів. 135 млрд доларів - прямі втрати активів, які складаються з вартості землі на Кримському півострові - 3 млрд дол та покладів корисних копалин - 52,3 млрд дол, особливо, покладів природного газу та сирої нафти. Ще це втрати житла населенням - 42,7 млрд дол, банків -2,7 млрд дол, втрати приватних компаній - 18,4 млрд дол, місцевих громад-1,7 млрд дол та втрати держави - 14 млрд дол [8]. Також відбулася втрата галузей, серед яких були генерація та розподілення електроенергії, переробна промисловість, розподілення газу, і будівництво. Країна втратила флюсовий вапняк, який видобували в Криму. Це важлива сировина для металургії. Було втрачено багато різних підприємств, заводів, санаторіїв. Також Україна втратила морські порти Євпаторії, Керчі, Севастополя, Феодосії, Ялти [8].

Донецька область завжди була відома своїми підприємствами. Ще з початком російської агресії у 2014 році Україна втратила частину виробництв, що залишились на окупованих територіях. Повномасштабна війна тільки збільшила збитки – зруйновано Азовсталь та ММК ім. Ілліча, постраждав Авдіївський коксохім, зупинився видобуток солі на найбільшому у Європі підприємстві цієї галузі. Постраждали Новокраматорський машинобудівний завод, «Енергомашспецсталь». Також перестали працювати підприємства у Соледарі – «Артемсіль». Найбільше від російського вторгнення постраждав житловий фонд - 40% від загального обсягу руйнації, транспорт-31%, торгівля і промисловість-10% [9]. На Донеччині пошкоджені або зруйновані 86 тисяч 870 житлових будинків, з них більшість — це приватні: 81 тисяча 475. За даними, які озвучив очільник обласної військової адміністрації, в області через бойові дії зруйновано або пошкоджено: 450 км газогонів, 63 котельні, 20 мостів. Крім того, Україна залишилася без маріупольського порту, який був важливим для експорту, а також залишилася без Донецького аеропорту. Від початку повномасштабного вторгнення пошкоджені 249 агропідприємств. За рік було пошкоджено 720 закладів освіти, 85 закладів охорони здоров'я [9].

Через постійні артобстріли та бомбардування на Луганщині зруйновано закладів

освіти – 183, спортивних об'єктів – 19, закладів соцзахисту – 7, закладів охорони здоров'я – 63, об'єктів культури – 183, адмінбудівель – 44, ЦНАПів – 7, вокзалів – 7, об'єктів життєзабезпечення – 64, мостів – 19 [10]. За приблизними оцінками, повністю або частково зруйновано 3188 багатоповерхових та 8100 приватних будинків. Ворогом цілеспрямовано знищено економіку регіону. Сьогодні на території області неможливо вести господарську діяльність. Зруйновано обладнання Сєверодонецької ТЕС, пошкоджено Луганську ТЕС у Щасті. Було знищено всю критичну інфраструктуру, у тому числі й об'єкти, які забезпечували водопостачання. На тимчасово окупованій території залишилися найбільші промислові підприємства. Наприклад, Алчевський металургійний завод і Алчевський коксохімічний завод, Стахановський вагонобудівний завод, Стахановський завод феросплавів. Зазнали ударів Попаснянський вагоноремонтний завод, Лисичанський НПЗ, Рубіжанська панчішна мануфактура, пивзавод «Лиспи». Зруйнували також Сєверодонецьке об'єднання «Азот» – це один із найбільших у Європі виробник аміаку та міндобрив [10].

Вторгнення росії завдало відчутного удару по аграрному сектору України. Загальні прямі та непрямі збитки сільського господарства сумарно перевищили 40 млрд доларів. Знищено або викрадено 2,8 млн тонн зернових та 1,2 млн тонн олійних культур минулорічного врожаю на загальну вартість 1,87 млрд доларів. Ще одна категорія пошкоджених активів – це зерносховища. Загалом пошкоджено або знищено зерносховищ сукупною місткістю 9,4 млн тонн [4].

Шкоди також зазнає тваринництво. Загибло 95 тис. кіз та овець, майже 400 тис. бджолосімей, 507 тис. свиней, 212 тис. великої рогатої худоби та майже 11,7 млн птахів. Сільськогосподарські виробники втратили ресурсів тваринництва та бджільництва вартістю приблизно 362 млн доларів. Крім зазначених втрат, знищено понад 14,3 тис. га багаторічних насаджень, вартістю майже 349 млн доларів. Окупанти знищували та привласнювали паливо, мінеральні добрива та засоби захисту рослин на 95 млн доларів [5].

Екології України завдано збитків на трильйони гривень. В Україні наразі найбільше страждає ліс, і держава несе величезні збитки. Близько 3 мільйонів гектарів лісу постраждали від російського вторгнення. Майже 500 000 гектарів зараз тимчасово окуповані або знаходяться в зонах воєнних дій. Під російською окупацією наразі знаходяться 10 національних парків, 8 заповідників і 2 біосферних заповідники. Під загрозою знищення 600 видів фауни й 750 видів флори. Тисячі дельфінів загинули біля берегів України, Болгарії та Туреччини через наявність мін і використання російськими військами військових кораблів, які розміщені в Чорному та Азовському морях. Актуальною є проблема забезпечення мешканців питною водою. Вже зараз відчувається дефіцит водних ресурсів у прибережних селах Херсонщини [7]. В окупованому Криму триває знищення місцевої екосистеми. При будівництві доріг зривають породу з гір, щоб пустити її на гравій.

В Україні внаслідок воєнних дій зафіксували 143,8 тисячі зруйнованих будинків. З них 126,7 тис. — приватних будинків; 16,8 тис. – багатоквартирних будинків; майже 0,3 тис. – гуртожитки [6]. Також понад 8000 км доріг повністю зруйновано, переважно у східних областях України. Понад 300 мостів зруйновано, зокрема стратегічно, щоб зупинити наступ ворога. Деякі з них відновлено. Було зруйновано об'єкти енергетики, включаючи сонячні, вітрові та гідроелектростанції, розташовані переважно на півдні країни [6].

росія продовжує руйнувати українські навчальні заклади. Збитки в цій сфері зросли на 400 млн доларів і складають 8,6 млрд доларів. Пошкоджено або зруйновано понад 3000 навчальних закладів, у тому числі: 1,4 тис. – середньої освіти, 865 – дитячих садків, 505 – вищої освіти [8]. Втрати культурних, спортивних і релігійних груп, пов'язані з війною, зросли на 100 млн доларів і оцінюються у 2,2 млрд доларів. За підсумками грудня 2022 року таких об'єктів налічується 1327, з них це 907 закладів культури, 168 спортивних закладів, 157 об'єктів туризму та 95 релігійних об'єктів [8]. Крім того, щонайменше 64 великі та середні підприємства, 84,3 тис. одиниць сільськогосподарської техніки, 31 школа-інтернат, 44 соціальні центри, близько 3 тис. магазинів, 593 аптеки, близько 195 тис. приватних

транспортних засобів, 14,4 тис. громадського транспорту, 330 лікарень, 595 адмінбудівель державного та місцевого управління було пошкоджено, зруйновано або захоплено [3].

Вісім мільйонів громадян України емігрували до Європи від російського вторгнення, переважно це жінки та діти. З них 4,8 млн отримали тимчасовий захист. Половина знаходиться у Польщі та Німеччині. Ще 6,5 млн українців є біженцями у власній країні. За оцінками ООН, до росії добровільно чи примусово могли потрапити до 3 мільйонів українців [2]. Також із за війни було вбито багато цивільних, та військових.

Нині Україна переживає не найлегший період, але потім, після нього на нашу державу, очевидно, чекає початок чогось нового і фантастичного. Українські міста стануть вагомим і потужним майданчиком для відбудови. Потрібне буде залучення міжнародних експертів і грантів, які потрібно буде правильно освоїти й використати. І Україна стане потужною, безпечною, модною, технологічною державою, спроможною, висококонкурентною і невід'ємною, інтегрованою частиною розвиненого світу. Державою, яка зможе захистити свою територію та людей та позбудеться корупції та впливу олігархії.

Список використаних джерел:

1. Данилишин Б. Підсумки 2022 року та завдання на 2023 рік. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/28/695523/> (дата звернення: 07.03.2023).
2. Зануда А. Як українська економіка пережила 2022 рік. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64008306> (дата звернення: 07.03.2023).
3. Що росія вже зруйнувала в Україні: житло, медзаклади, школи, дороги, залізниця. URL: <https://dailyviv.com/news/ekonomika/rosiya-zruinuvala-maizhe-8-zahalnoyi-ploshchi-zhytlovoho-fondu-ukrayiny-103993> (дата звернення: 07.03.2023).
4. Втрати у сільському господарстві внаслідок війни. URL: <https://agronews.ua/news/vtraty-u-silskomu-gospodarstvi-vnaslidok-vijny-perevyshhyly-40-mlrd/> (дата звернення: 07.03.2023).
5. Нейтер Р. Втрати на \$40 млрд: як через війну страждає аграрний сектор України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/19/695167/> (дата звернення: 07.03.2023).
6. Кравченко В. Рік незламності: 25 цифр, що характеризують економічні втрати України за період війни. URL: <https://mind.ua/publications/20253782-rik-nezlamnosti-25-cifr-shcho-harakterizuyut-ekonomichni-vtrati-ukrayini-za-period-vijni> (дата звернення: 07.03.2023).
7. Збитки екології України через російську агресію: розрахунки Міндовкілля. URL: <https://sprotyv.info/obshchestvo/zbitki-ekologi%D1%97-ukra%D1%97ni-cherez-rosijsku-agresiyu-rozrahunki-mindovkillya/> (дата звернення: 07.03.2023).
8. Зануда А. Скільки Україна втратила від анексії Криму. Чому важливо знати ці цифри. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-58103903> (дата звернення: 11.03.2023).
9. Зруйнована Донеччина: втрати за рік війни в цифрах. URL: <https://suspilne.media/388295-zrujnovana-doneccina-vtrati-za-rik-vijni-v-cifrah/> (дата звернення: 11.03.2023).
10. Папіна О. Збитки Луганщини через війну оцінили щонайменше у 6,4 млрд гривень. Скільки об'єктів зруйновані. URL: <https://suspilne.media/318708-zbitki-lugansini-cerez-vijnu-skladaut-sonajmense-64-mlrd-griven-skilki-obektiv-zrujnovani/> (дата звернення: 11.03.2023).
11. Здір В.А. Теоретичні засади формування національної інноваційної моделі розвитку економіки: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.01 / Здір Віктор Анатолійович; М-о освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун. ім. В. Гетьмана»; наук. кер. Фукс А.Е. – Київ, 2012. – 220с. (дата звернення: 11.03.2023).

УДК 339.7

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПРІОРИТЕТІВ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З МВФ ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Катерина Клименко

klymenko_kateryna@ukr.net

канд. екон. наук

*завідувач відділу бюджетної системи та фінансів
інституційних секторів економіки*

Максим Савостьяненко

savotax@ukr.net

*старший науковий співробітник, Центр впровадження результатів
фінансово-економічних досліджень ДННУ «Академія фінансового управління»*

Співробітництво України та МВФ має великі перспективи для подальшого розвитку економіки України. Незважаючи на проблеми, пов'язані з умовами кредитування, корупцією та політичною нестабільністю, МВФ продовжує надавати фінансову допомогу Україні через свої інструменти, такі як Стандартні кредитні угоди (SCA), Розширені кредитні угоди (ECA), Спеціальні права запозичення (СПЗ) тощо.

Ці механізми фінансування є важливими для забезпечення стабільності та кредитування країн-членів МВФ. Крім того, співробітництво з МВФ може допомогти Україні виконати необхідні реформи та зміцнити економіку країни. Зважаючи на це, вважаємо, що співробітництво між Україною та МВФ має великий потенціал для подальшого розвитку економіки України та забезпечення її стабільності. Є кілька шляхів, які можуть допомогти вдосконалити співробітництво України з МВФ.

1. Реформування економіки: Україна повинна продовжувати роботу над реформами, спрямованими на зміцнення економіки країни. Це може включати зменшення бюрократії, боротьбу з корупцією та покращення бізнес-клімату.

2. Виконання умов кредитування: Україна повинна виконувати умови кредитування, які встановлює МВФ. Це може допомогти забезпечити стабільність фінансової системи та збільшити довіру до України серед інвесторів та кредиторів.

3. Діалог з МВФ: Україна повинна підтримувати відкритий та конструктивний діалог з МВФ та регулярно звітувати про свої досягнення та прогрес у виконанні умов кредитування.

4. Розвиток соціальної інфраструктури: Україна може розвивати соціальну інфраструктуру, таку як охорона здоров'я та освіта, які можуть допомогти збільшити довіру до уряду та зменшити соціальні ризики.

5. Розширення співпраці: Україна може розширювати співпрацю з МВФ на інших напрямках, таких як технічна допомога, навчання та консультування з економічних питань.

Так, слід зазначити, що у Варшаві 17.02.2023р. завершилась Місія МВФ для підготовки до перегляду моніторингової програми – співробітники Фонду та українська влада досягли попередніх домовленостей [1].

Уряд і НБУ разом працювали над виконанням усіх завдань, які були поставлені перед ними на кінець грудня, а також усіх п'яти структурних орієнтирів на кінець січня 2023 року. Це, зокрема, ухвалення пакету податкових законів, що дозволить збільшити надходження до бюджету, вжиття Мінфіном заходів щодо зменшення боргу країни, розробка концептуальної системи соціального захисту, створення Наглядової ради Нафтогазу та координація ключових елементів діагностики банківського сектору. У 2022 році українська економіка скоротилася на 30%, що менше, ніж очікувалося раніше. Тим часом інфляція цього року почала сповільнюватися. Проте протягом року очікується поступове відновлення економіки.

Уряд України розраховує запуснути багаторічну програму фінансування.

Проте в сучасних об'єктивно складних умовах економічної стагнації економіки України, відновлення безпечного економічного зростання потребує таких механізмів управління та нагляду, які підтримуватимуть невразливість, незалежність інтересів нації щодо можливих зовнішніх та внутрішніх загроз і впливів, а також сприятимуть інноваційному розвитку та належному захисту соціально-політичного простору та не дадуть країні увійти в дефолт. За рахунок взаємного обміну, координації та співпраці можна стабілізувати світову економіку, відновити її повноцінне зростання.

Україна та МВФ досягли угоди щодо нової програми на суму 15,6 млрд дол терміном у 4 роки. Програма передбачає доступ до 11,6 млрд СПЗ (близько 15,6 млрд доларів), або 577% від квоти України в МВФ. Угоду ще має погодити Рада директорів МВФ. Крім того програма допоможе мобілізувати масштабне пільгове фінансування від міжнародних донорів та партнерів України протягом усього терміну її дії [2].

Програма була розроблена відповідно до нової політики Фонду щодо кредитування в умовах надзвичайно високої невизначеності, і очікується, що донори, в тому числі країни G7 та ЄС нададуть тверді фінансові гарантії. Наразі очікується поступове відновлення економіки України протягом наступних кварталів, оскільки активність поступово відновлюється після російських атак на енергетичну інфраструктуру. Проте розробка єдиного базового прогнозу в умовах невизначеності є надзвичайно складним завданням.

З огляду на надзвичайно високу невизначеність нова програма передбачає двоетапний підхід.

Перший етап триватиме протягом перших 12-18 місяців, і буде спрямований на зміцнення фінансової, зовнішньої, цінової та фінансової стабільності. Йдеться про: посилення мобілізації доходів, скорочення емісії та переходу до фінансування з внутрішніх боргових ринків (ОВДП), сприяння довгостроковій фінансовій стабільності, зокрема шляхом глибшої оцінки стану банківського сектору та підтримці незалежності НБУ.

Влада також зобов'язується продовжувати реформи, спрямовані на зміцнення державного управління та антикорупційної бази, в тому числі шляхом внесення змін до законодавства [2].

На другому етапі увага буде зосереджена на більш масштабних реформах, спрямованих на закріплення макроекономічної стабільності, підтримку відновлення та якнайшвидшої реконструкції, а також на підвищення стійкості та зростання в довгостроковій перспективі, в тому числі в контексті цілей України щодо вступу до ЄС [2].

Очікується, що до того моменту Україна повернеться до довоєнних засад економічної політики, включаючи гнучкий обмінний курс та режим інфляційного таргетування.

Фіскальна політика буде зосереджена на критично важливих структурних реформах для закріплення середньострокових доходів через реалізацію стратегії національних доходів, а також на посиленні управління державними фінансами та впровадженні реформ управління державними інвестиціями для підтримки післявоєнної відбудови.

Посилення конкуренції у життєво важливому енергетичному секторі та скорочення квазіфіскальних зобов'язань доповнять зусилля з проведення післявоєнних реформ [2].

Виконання цих шляхів може допомогти Україні вдосконалити співробітництво з МВФ та забезпечити стабільність і розвиток її економіки.

Слід вважати, що в середньостроковій перспективі більшою мірою здатність України ефективно функціонувати в рамках міжнародного фінансового співробітництва та виконувати свої міжнародні фінансові зобов'язання, а також забезпечити швидке повоєнне відновлення економічного, інфраструктурного, гуманітарного потенціалу, може бути забезпечена фактично лише за допомогою ефективного співробітництва з міжнародними партнерами.

Така ситуація потребуватиме, в тому числі, належного законодавчого врегулювання з метою забезпечення ефективного, цільового, підконтрольного використання залучених за

новими та вдосконаленими механізмами екстрених фінансових ресурсів [3, с.60].

Під час розроблення нових стратегічних документів слід зважати на головні аспекти реальної картини співпраці з МВФ, додержуючись національних інтересів у сфері підтримання відповідного рівня фінансової безпеки держави. Водночас варто об'єктивно оцінювати ситуацію, забезпечувати режим максимального сприяння для вжиття взаємовигідних заходів за участю міжнародних партнерів. Доцільно докладати зусиль з метою підвищення результативності та ефективності спільних програм. За кожним із окреслених напрямів варто визначити стратегічні цілі, на реалізацію яких спрямовуватимуться зусилля головного розпорядника фінансових ресурсів у країні, а також кількісні та якісні індикатори, котрі свідчитимуть про їх досягнення, що сприятиме формуванню нової середньострокової Стратегії співробітництва з МФО, що стане основою для сталого й інклюзивного розвитку міжнародної співпраці та національної економіки загалом, покращання добробуту громадян України.

Насамперед йдеться про розбудову вітчизняних норм і правил та їх гармонізацію з європейськими (з урахуванням обраного вектору розвитку) задля ефективнішого уникнення ризиків і управління ними, моніторингу процесів підготовки, реалізації й оцінки результативності таких програм.

Довгостроковому зростанню конкурентоспроможності економічних агентів сприятимуть бюджетна консолідація, відновлення стабільності фінансового сектору, подолання корупції, поліпшення умов для підприємницької діяльності, досягнення низького, стабільного рівня інфляції, оздоровлення банківської системи, посилення зовнішньої фіскальної позиції, збільшення надходжень за рахунок розширення бази оподаткування, підвищення прозорості, прискорення приватизації та подібні чинники, які перебувають у центрі уваги зв'язків усіх гілок української влади з ЄБРР, Групою Світового банку та іншими [4, с.92].

Список використаних джерел:

1. Staff and Ukrainian Authorities Reach Staff Level Agreement on the review of Program Monitoring with Board Involvement (PMB). URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2023/02/17/pr2346-imf-staff-and-ukrainian-authorities-reach-staff-level-agreement-on-the-review-of-pmb?cid=em-COM-123-46139&fbclid=IwAR06AA67pU4BzjRtBfBEqoEDjIveev1-Gh9VDFK5VHR5qwCP2YogPb8DR1U>.
2. \$15,6 мільярда на 4 роки: Україна та МВФ досягли угоди на рівні персоналу. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/03/21/698298/>.
3. Клименко К. В., Савостьяненко М.В. Співробітництво України з міжнародними фінансовими партнерами в умовах воєнного стану. *Фінанси України*. 2022. № 5. С. 43-60.
4. Указ Президента України №64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>.

УДК: 339.923

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Оксана Костюк

kostuk@stlk.in.ua

викладач спеціальних економічних дисциплін

Сторожинецький лісовий фаховий коледж, м. Сторожинець, Чернівецька обл., Україна

Лісова галузь, як одна із багатьох природоресурсних галузей України, в умовах війни становить значний інтерес для держави і суспільства. Так само як люди і тварини від повномасштабної війни в Україні страждає і навколишнє середовище, зокрема лісові

ресурси.

У військовий час великого значення набуває організація заходів, спрямованих на забезпечення та покращення господарської діяльності підприємств лісової галузі. Невід'ємною складовою господарської діяльності лісогосподарських підприємств протягом історичного розвитку є бухгалтерський облік, від якого залежить раціональна організація облікової роботи підприємств, з метою прийняття правильних управлінських рішень, важливих для господарської діяльності підприємства [6, с. 5].

Нещодавно уряд розпочав створення єдиного підприємства «Ліси України» замість сотні лісгоспів, що, звісно, є вагомим кроком європейського напрямку розвитку українського лісового господарства.

Проведення реформ лісової галузі вимагає не лише організаційних змін. Створення єдиного підприємства «Ліси України» є правильним напрямком позитивних змін, однак якщо не вдаватися до структурних та інших змін, то реформа не стане комплексною.

Важливо оптимізувати дублюючі функції державної лісової та пожежної охорони шляхом передачі їх виконання ДСНС України, поліції та Держекоінспекції та провести кадрову реформу лісівників.

Необхідно ліквідувати обласні лісомисливські управління Держлісагентства, щоб уникнути подальшого подвійного підпорядкування та «ручного управління» лісовим господарством.

Необхідно ухвалити Закон «Про ринок деревини», яким зафіксувати однакові для всіх законодавчі правила розподілу лісових ресурсів на конкурентних, прозорих та відкрити засадах, що допоможе зафіксувати «правила гри» в довгостроковій перспективі, а українське лісове господарство перспективне для інвестицій.

Лише комплексний, а не фрагментарний підхід до проведення реформ лісового господарства України може забезпечити їх незворотність та позитивний ефект для економіки на десятиліття. [7].

Підприємства лісового господарства є самостійними суб'єктами господарювання, мають права юридичної особи та провадять свою діяльність з метою створення у регіоні умов для раціонального використання і охорони лісів, поліпшення природного середовища у комплексі з іншими природоохоронними заходами і реалізації на підставі одержаного прибутку соціальних та матеріальних інтересів трудового колективу та інтересів держави, як власника майна та ресурсів.

Сферою діяльності підприємств лісового господарства є :

1. Ведення лісового господарства, що включає:

а) лісовідновлення – посів сіянців, посадка лісу, ефективне сприяння природному поновленню і відтворенню природних лісових насаджень;

б) лісокористування – проведення рубок головного користування, рубок пов'язаних з веденням лісового господарства, інших заходів по ліквідації захаращеності, а також вивезення деревини і виробництво сортиментів;

в) охорона і захист лісових ресурсів – проведення профілактичних протипожежних заходів, заходів по охороні лісу від лісопорушень та захисту від шкідників і хвороб лісу;

г) відтворення державного лісомисливського фонду – заходи по організації та веденню мисливського господарства в лісах державного лісового фонду.

2. Промислова діяльність підприємства – виробництво продукції лісопиляння, деревообробки, а також переробка деревини власного виробництва в результаті повздовжнього поділу колоди, а також повздовжнього та поперечного поділу частин що утворилися на пилопродукцію.

3. Зовнішньо-економічної діяльність підприємства – співробітництво з міжнародними та іноземними організаціями та підприємствами, а також громадянами, відкриття рахунків в установах банків в іноземній валюті.

До складу структурних підрозділів підприємств лісової галузі входять: лісництва (охорона лісових ресурсів та отримання лісового доходу), нижні склади (пункти зберігання лісопродукції, вивезеної з лісництв), лісопилльні цехи (підрозділи, що займаються

промисловою діяльністю), ремонтно-механічні цехи та майстерні (обслуговування машин, обладнання та техніки).

Об'єднання принципів, методів та процедур, що підприємство використовує для організації ведення бухгалтерського обліку, складання і подання фінансової звітності, включає в себе облікову політику підприємств.

Згідно нормативних документів про облікову політику [2] підприємства галузі самостійно визначають форми організації та ведення бухгалтерського обліку, прогнозують свою діяльність, визначають власну стратегію і основні напрямки розвитку підприємства відповідно до галузевих та науково-технічних планів, пріоритетів, а також будови ринку та економічної ситуації в державі, обирають систему організації обліку, а також враховують особливості діяльності обумовлюючи наказом про облікову політику.

Питання організації бухгалтерського обліку на підприємствах лісового господарства належить до компетенції керівника та головного бухгалтера, що несуть особисту відповідальність за дотриманням правил ведення та організації обліку та звітності.

Ефективна організація обліку на підприємстві ґрунтується на застосуванні, в першу чергу, загальноприйнятих правил та дій:

- вивчення будови, технології і організації власного виробництва;
- організація облікового апарату та особливостей роботи працівників облікового апарату;
- організація процесу обліку (визначення об'єму робіт діяльності);
- організація та досконале володіння працівниками бухгалтерської служби (бухгалтером, керівником) норм діючого законодавства по питаннях правильності організації ведення обліку на підприємстві. [5, с.10].

Весь обліковий процес на підприємствах складається з трьох етапів його здійснення:

I. Етап первинного (початкового) обліку;

II. Етап поточного обліку;

III. Етап зведеного (підсумкового) обліку.

Етап первинного обліку: процес документального оформлення та оцінка господарських операцій (явищ та процесів).

Етап поточного обліку: процес облікової реєстрації господарської діяльності на бухгалтерських рахунках та в облікових документах.

Етап зведеного обліку: процес узагальнення даних поточного обліку в бухгалтерській звітності [5, с.13].

Обліковий процес за часткової організації здійснює як централізована бухгалтерська служба підприємств лісової галузі, а також обліковий персонал структурних підрозділів – лісництв, цехів, лісопунктів. На рівні структурних підрозділів здійснюється документальне оформлення проведених операцій, обробка та групування первинних документів стосовно руху запасів, обліку та раціонального використання робочого часу тощо. Оформлені та зведені документи у формі звітів у встановлені строки надходять у центральну бухгалтерську службу, де ретельно перевіряються та відображають в системі синтетичного й аналітичного обліку.

Облікову роботу виконує централізована бухгалтерія, яку очолює головний бухгалтер та його заступник. Головний бухгалтер зобов'язаний забезпечити правильну постановку обліку, широке використання сучасних засобів автоматизації обліку, різних форм і методів обліку, повний облік грошових коштів, товарно-матеріальних цінностей, готової продукції, правильний облік витрат на виробництво, несе відповідальність за дотримання касової, розрахункової дисципліни, фінансової діяльності підприємства, за збереженням власності. Бухгалтерія підприємства приймає звіти від лісництв і лісопромислових цехів, веде розрахунки з підзвітними особами, облік основних засобів, облік витрат на виробництво продукції, облік заробітної плати, запасів та розрахунків з постачальниками і покупцями.

Підприємства лісового господарства використовують журнальну форму обліку.

Інформація з первинних та зведених документів переноситься в журнали та відомості. У журналах записують суми, що відповідають кредитовому обороту за відповідними рахунками, у відомостях фіксують суми за дебетовими оборотами за відповідними рахунками, підсумки з журналів переносять до Головної книги. Систематизація та обробка облікової інформації окремих об'єктів обліку відбувається зі спеціально розробленим програмним забезпеченням.

Значні особливості діяльності підприємств лісової галузі впливають на саму організацію і ведення обліку. Зміни в структурі економічних відносин та реформи обліку в Україні дали можливість самостійно підприємствам формувати облікову політику, що дає змогу суб'єктам господарювання обирати в системі традиційних методів та способів і процесів. Складові облікової політики дають можливість за відповідними об'єктами бухгалтерського обліку знаходити декілька варіантів. Розроблення та реалізація облікової політики залежать від можливостей облікових працівників, структури бухгалтерської служби, обсягів робіт діяльності, особливостей технології і організації власного виробництва, системи управління та організації окремого підприємства. Вплив особливостей галузі напряму визначає об'єкти і елементи власної облікової політики підприємства.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
2. Про облікову політику: Лист Міністерства фінансів України від 21.12.2005 р. № 31-34000-10-5/27793. URL: <http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/articie&art-id=58984&cat-id=34931>
3. Лісовий кодекс України: за станом 31.07.2009 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3852-12>
4. Концепція реформування та розвитку лісового господарства. *Український лісовий ринок*. URL: <http://woodex.ua/>
5. Бутинець Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку: навч. посіб. Житомир: ПП «Рута», 2001. 576 с.
6. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник; за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – 7-ме вид. Житомир: ПП «Рута», 2006. 822 с.
7. Недостатньо об'єднати лісгоспи: потрібні комплексні реформи. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691967/>.

УДК: 336.748.12

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ІНФЛЯЦІЮ В УКРАЇНІ

Анна Котляр

anna.kotlyar2004@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач Людмила Данилевська

Інфляція - це одна з найбільших проблем розвитку економіки України, яка особливо загострилася в умовах війни.

Аналізуючи динаміку, причини інфляції в Україні за роки незалежності та дії НБУ і уряду для досягнення низької і стабільної інфляції, можна виділити наступні аспекти.

Перша половина 90-х принесла в Україну розвал економіки і прогресуючу гіперінфляцію, пік якої припав на 1993 рік, коли ціни зросли на 10155%. У 1995-1996 роках

вдалося приборкати гіперінфляцію та зупинити швидку девальвацію купоно-карбованців. Цьому посприяли жорсткі умови співпраці із МВФ, Світовим банком і ЄБРР.

У 2000-х роках ціни на споживчі товари переважно зростали на 10-20% щороку. На початку 2010-х років інфляцію в країні вдалося стримати за рахунок підтримки міцного фіксованого обмінного курсу. Також у 2008 році Україна стала рекордсменом по знеціненню своєї валюти: українська гривня у 2008 р. втратила 62,3% своєї вартості щодо долара США і 54,8% щодо євро [1]. У 2012 році, вперше за роки незалежності України, була зафіксована дефляція на рівні 0,2%.

Російська військова агресія у 2014-2015 роках спричинила глибоку економічну кризу. У 2014 році інфляційні процеси розвивалися дуже швидко, що призвело до зростання споживчих цін на 24,9% до кінця року. Це було наслідком девальвації гривні, збільшення регульованих адміністративних цін, стрімкого зростання інфляційних очікувань та наростання паніки в населення через військовий конфлікт на Сході України та анексію Криму. У 2015 році інфляція зросла у півтора раза і досягнула 43,3%, як в далекі 90-ті роки.

Річний рівень інфляції в 2016 році сповільнився і становив 12,4%. Поліпшенню ситуації сприяло як зміцнення гривні, так і висока пропозиція продовольчих товарів. НБУ почав пом'якшувати монетарну політику. Однак у 2017 році ситуація знов погіршилася. Двократне підвищення мінімальної заробітної плати активізувало споживчий попит і спровокувало здорожчання виробництва. Інфляцію у 2017 році посилювало також зростання адміністративно регульованих цін. Значно підвищилися акцизи на алкоголь, збільшилися тарифи. В результаті всіх цих чинників інфляція досягла рівня 13,7%. Після майже трирічного періоду зниження облікової ставки, Національний банк України перейшов до її підвищення. За підсумками 2018 року інфляція знизилася до 9,8% - це був мінімум за попередні 5 років.

Послідовна політика Національного банку дала змогу знизити інфляцію до комфортного для економіки рівня у 2019 році – 4,1%. В 2020 році інфляція становила 5%, у 2021 році – 10%. З початку повномасштабної війни росії проти України інфляція очікувано пришвидшилася на початку 2022 року і за підсумками року сягнула рівня 26,6%. [1, 2]

Основні чинники, які спровокували різке зростання інфляції в Україні у 2022 році – це наслідки російської військової агресії, а саме:

- порушення ланцюгів постачання в країні;
- руйнування виробництв у зонах воєнних дій;
- скорочення пропозиції товарів та послуг;
- руйнування інфраструктури;
- зростання витрат бізнесу внаслідок енергетичного терору росії;
- підвищення інфляційних очікувань населення;
- збільшення витрат на оборону.

Динаміку рівня інфляції в Україні протягом останніх 10 років і її різке зростання у 2014-2015 та 2022 роках внаслідок російської військової агресії відображено та рис. 1.



Рис. 1. Індекс споживчих цін в Україні 2012-2022 рр.

Джерело: сформовано автором за даними [3]

Найшвидшими темпами у 2022 році зросли ціни на продукти харчування – на 34,4% та паливо і мастила - 69,4% [3]

Протягом 2022 року значним був тиск на зростання споживчих цін від загальносвітових процесів – багато країн оновили свої багаторічні інфляційні максимуми, деякі розвинуті країни зіткнулися з двознаковими темпами зростання цін. Незважаючи на такі складні умови, інфляційні процеси в Україні залишалися керованими. Навіть під війни Україна не виглядає набагато гірше з точки зору зростання цін за своїх європейських сусідів. Для порівняння, в Україні підвищення цін за підсумками 2022 року становило 26,6%, а в Естонії, Латвії і Литві – 21,4-21,7%, в Угорщині – 23,1%, в Польщі – 16,1%, в Чехії – 17,2%. [2]

Стабілізації інфляційного тиску протягом 2022 року сприяли такі чинники, як деокупація територій, збільшення пропозиції продуктів харчування та послаблення споживчого попиту в умовах енергетичного терору російської федерації. Стримували ріст інфляції в країні й незмінні тарифи на житлово-комунальні послуги, фіксація курсу гривні, налагодження логістики. Такі заходи НБУ, як запровадження депозитних інструментів для хеджування валютного ризику, обмеження розміру монетизації бюджету, допомогли стабілізувати ситуацію на готівковому валютному ринку наприкінці 2022 року. [4]

Значно стримував інфляцію в країні слабкий споживчий попит, а також зміни, які відбулися в його структурі внаслідок зміни пріоритетів у витратах населення. Зокрема, у 2022 році сповільнилися темпи зростання цін на товари і послуги, які не входять до групи першочергової необхідності – на побутову техніку, одяг та взуття, предмети домашнього вжитку, відпочинок та культуру. Це переважило швидше зростання вартості деяких послуг (медичних та телекомунікаційних, послуг закладів громадського харчування), яке відбулося під впливом збільшення витрат й, зокрема, через кризову ситуацію в енергетиці.

З початку повномасштабного вторгнення росії в Україні спостерігаються значні регіональні розбіжності в зростанні цін. Ціни в прифронтових областях зростають швидше ніж в середньому по країні, що зумовлено безпековими ризиками та складнощами з логістикою, а в західних більш безпечних областях – через збільшення попиту внаслідок внутрішньої міграції населення. Найвищий рівень інфляції у 2022 році був у Херсонській області – 42,3%. [3]

Для того щоб повернути інфляцію на траєкторію стійкого зниження, а також з метою підтримки курсової та макрофінансової стабільності Національний банк України з червня 2022 року встановив і утримує облікову ставку на рівні 25% та здійснює додаткові заходи для посилення монетарної трансмісії. [4]

Руйнівний тиск війни на рівень інфляції в Україні значно компенсується політикою держави щодо перенесення воєнних наслідків із населення і бізнесу на бюджет. Це здійснюється через різні програми підтримки бізнесу і населення, фіксацію курсу гривні, заморожування тарифів. Ці заходи стали можливими завдяки отриманню значної фінансової допомоги від міжнародних партнерів України.

Отже, інфляційний тиск в країні протягом 2022 року посилювали такі чинники: зростання логістичних і виробничих витрат; зменшення пропозиції товарів і послуг, зумовлене масштабними руйнуваннями підприємств, пошкодженням інфраструктури, порушенням ланцюгів виробництва і постачання; високі ціни на енергоресурси, насамперед на нафтопродукти.

Серед факторів, які стримували зростання інфляції у 2022 році можна виділити наступні: фіксація курсу гривні, що відіграла головну роль у забезпеченні контрольованості інфляційних процесів; прийняття важливих адміністративних рішень уряду, зокрема щодо мораторію на підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги для населення; низький попит та демографічні зміни.

За прогнозом НБУ у 2023 році очікується сповільнення інфляції до 18,7%. Цьому сприятимуть: збереження жорстких монетарних умов, зниження світового рівня інфляції,

налагодження логістики, адаптація виробництва до нових умов та слабший споживчий попит. Окрім того, отримання додаткової міжнародної фінансової допомоги та спільні дії НБУ й уряду для активізації ринку внутрішніх боргових залучень дадуть можливість уникнути емісійного фінансування дефіциту бюджету та забезпечать баланс на валютному ринку. [4]

У наступні роки очікується подальше зниження темпів інфляції завдяки зниженню ризиків безпеки, повному відновленню логістики та збільшенню виробництва. НБУ прогнозує, що інфляція зменшиться до 10,4% у 2024 році та 6,7% у 2025 році. Проте, на показнику інфляції у 2024-2025 роках, в першу чергу, негативно відобразиться необхідність приведення адміністративних цін і тарифів на житлово-комунальні послуги до економічно-обґрунтованих ринкових рівнів. [3]

Висока інфляція в умовах війни має серйозні негативні наслідки для економіки країни та суспільства в цілому, основними з яких є: зменшення купівельної спроможності населення, що веде до зниження рівня життя та до збільшення соціальної напруги; негативний вплив на економіку, зокрема на інвестиційні процеси, виробництво та зайнятість. Тому, інфляція в умовах війни потребує великої уваги держави та відповідального підходу до управління економікою країни.

Список використаних джерел:

1. Дернова І. А. Вплив монетарних факторів на динаміку курсу національної валюти. *Вісник Східноєвропейського університету*. 2010. Вип. 2 (8). С. 148–156.
2. Індеси споживчих цін. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.04.2023)
 1. На що найбільше зросли ціни в Україні за період війни. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/30/695607/> (дата звернення 05.04.2023)
 2. Індекс інфляції 2022 р. Мінфін: URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/transfer/> (дата звернення: 05.04.2022)
 3. Інфляційний звіт. Січень 2023 р. Національний банк України URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2023-Q1.pdf?v=4 (дата звернення 05.04.2023)

УДК: 316

ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ НА ДЕМОГРАФІЧНУ СИТУАЦІЮ В УКРАЇНІ

Наталія Кузнецова

nataliya.kuznetsova14@gmail.com

канд. екон. наук, доцент

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Агресивна війна росії проти суверенної України провокує в країні поглиблення гуманітарної, соціальної та економічної криз для всього українського народу і суспільства загалом. Фактор повномасштабного вторгнення росії на територію України та початок бойових дій стали початком масштабних втрат і збитків для нашої країни не тільки в плані фізичного знищення інфраструктурних об'єктів і житла громадян, а й вагомих фізичних втрат людського капіталу, в тому числі через вимушену міграцію українців за кордон. За даними Міністерства економіки України бойові дії торкнулися території, де було зайнято 10 мільйонів працівників. Загалом з України виїхало за різними оцінками від 7 до 8 млн громадян, близько 2/3 яких покинули свої домівки через наявність малолітніх дітей. Основною причиною такого відтоку у переважній більшості працездатного населення був

фактор безпеки, що змушував українців шукати притулку в тих країнах, де були можливості безпечного проживання і сприятливі умови для швидкого працевлаштування.

Так, за зведеними даними ОЕСР, станом на середину листопада 2022 року близько 4,7 млн українських біженців були зареєстровані для тимчасового прихистку у країнах ЄС, ще біля 1 млн осіб подали заявки на переїзд до країн, які не входять до складу ОЕСР: Канаду, США, Великобританію та Ізраїль. Переважна більшість з них залишаються у країнах, що близько межують з Україною: Польщі (близько 1,5 млн осіб), Німеччині (1,02 млн осіб), Чеській Республіці (близько 460 тис осіб), Італії (163 тис осіб), Іспанії (151 тис осіб), Туреччині (145 тис осіб), Великобританії 141,5 тис осіб [1].

Затяжний період війни значно погіршує перспективи швидкого повернення українців назад додому, натомість все більше актуалізує питання їх адаптивної інтеграції на іноземних ринках праці. В даному контексті необхідно зазначити, що ЄС безпрецедентно зреагував на динамізм потоку українських біженців і уже на початку березня 2022 року ввів у дію Директиву про їх тимчасовий захист, яка регламентує надання біженцям з України права негайного працевлаштування чи самозайнятості [2]. А вже за прогнозами ОЕСР, приплив українських біженців буде зростати і до кінця 2022 року може посилити європейську робочу силу, збільшивши її на 0,5%, що вдвічі перевищує приплив мігрантів у 2015–2017 роках. Зокрема, найбільшого притоку українців очікують Польща, Чеська Республіка і Естонія (до 2%) [3].

Внаслідок тривалого та затяжного характеру воєнних дій на території України та постійних ракетних обстрілів об'єктів цивільної інфраструктури, українці, які виїхали до інших країн в цілях власної безпеки, ще не поспішають повертатися додому, а тому активно шукають роботу, зокрема і за фахом, вивчають іноземні мови, терпляче проходять процедури підтвердження кваліфікації за дипломом і уже з перших місяців перебування в іншій країні готові братися майже за будь-які підробітки, щоб забезпечити собі та своїй сім'ї мінімальні засоби для виживання.

За період воєнних дій в Україні у приймаючих країнах уже «вимальовався» своєрідний портрет українського біженця, що визначає його унікальність і значно вирізняє посеред інших біженців:

1) переважна більшість українських біженців є високоосвіченими (за різними джерелами опитувань на основі звітів ОЕСР відсоток українців з вищою освітою коливається в межах 48-78% [1]). За наявними даними Євростату, сформованими за результатами опитувань, є припущення, що у різних європейських країнах, рівень освіти українських біженців не лише значно перевищує рівень інших груп біженців, а й рівень освіти українського населення;

2) значна частка біженців з України має досвід роботи чи підприємництва. Майже 80% (за різними опитуваннями ця частка складає 76-77%) з них повідомили, що до виїзду були працевлаштованими в Україні або самозайнятими, зокрема у секторах торгівлі, освіти і охорони здоров'я. Так, за даними звіту Агентства Європейського Союзу з питань притулку (EUAА), Міжнародної Організації з Міграції (ІОМ) та ОЕСР у ТОП-5 країнах ЄС (Польщі, Чехії, Литві, Румунії і Швеції) частка українських біженців, які в Україні працювали у сфері освіти чи охорони здоров'я, складала від 8 до 10% [5];

3) розповсюдженим явищем серед українських біженців є володіння англійською мовою. Так, дані опитувань свідчать, що значна їх частина на середньому та високому рівні володіють іноземними мовами (наприклад, результати опитування гуманітарного реагування Великобританії у квітні 2022 року, продемонстрували, що близько третини українців, які прибули в рамках гуманітарних програм України, добре чи дуже добре розмовляють англійською; це число досягло 44% серед тих, хто прибув у червні 2022 року [4]). Проте тільки незначна частина володіє іншими мовами (німецькою, голландською). Через це для більшості українських біженців характерним є мовний бар'єр, що стає перешкодою для їх легального працевлаштування та . перешкоджає можливості повною мірою реалізувати свій

потенціал навичок на ринках праці європейських країн. У зв'язку з цим уряди деяких європейських країн мовну підтримку для українських біженців визначили однією зі своїх основних переваг відразу після фінансової допомоги, житла та працевлаштування;

4) значною серед біженців є частка жінок працездатного віку (більше 70%) з дітьми (більше 1/3), особи вікової групи старші 65 років складають від 4 до 6%;

5) на відміну від інших груп біженців, українці характеризуються більш швидшим виходом на європейський ринок праці. Так, за даними окремих країн ЄС, офіційний рівень зайнятості українських біженців на початок жовтня 2022 р. склав: у Польщі – 25%, Чеській Республіці – 20%, Естонії – 41%, Литві – близько 50%, Данії – 53% [1].

Відчутні наслідки демографічної кризи у країнах ОЕСР, щільність їх ринків праці та нестача працівників у багатьох з цих країнах, що приймають, створюють сприятливі передумови для успішної інтеграції відповідних біженців на ринку праці, але багато залежатиме від супутніх заходів підтримки та запровадження низки інструментів з їх підтримки. Вагомою проблемою для українських громадян, які вимушено виїхали з України, є невідповідність рівня їх кваліфікації тим вакансіям, які пропонує ринок праці європейських країн. Це зумовлює ризик того, що біженці потраплятимуть й надалі у пастки на посади з низьким рівнем кваліфікації через втрату можливостей навчання, знецінення навичок, зменшення зусиль у пошуку роботи чи з інших причин. Явище Skills Gap є дуже небезпечним для країни, оскільки нівелює освітню і професійну кваліфікацію і негативно впливає на якість людського капіталу [8]. Тому, щоб подолати проблему розриву у кваліфікаціях українських біженців на європейських ринках праці, приймаючи країни часто надають додаткову підтримку для полегшення пошуку роботи. Багато країн переглянули свої заходи підтримки вимушено переміщеним особам з України, щоб краще задовольнити потреби новоприбулих. Так, наприклад, Канада, Естонія, Польща, Португалія та Німеччина, з цією метою створили онлайн-портали для кращого зв'язку біженців із потенційними роботодавцями та наявними робочими місцями; у Португалії Національний інститут зайнятості та професійної підготовки також мобілізував цільову групу для забезпечення ефективнішого узгодження потреб компаній із навичками українських біженців. У деяких країнах, для більш легшої інтеграції наших громадян на ринок праці, активно вживаються заходи для спрощення та прискорення визнання їх академічних кваліфікацій, отриманих в Україні. Наприклад, Європейською Комісією разом із European Training Foundation уже створено ресурсний центр із значним обсягом інформації про українську систему освіти, а також про процедури визнання кваліфікацій в країнах ЄС.

Ще одним негативним фактором погіршення демографічної ситуації в Україні, зумовленої війною є втрата вітчизняного наукового потенціалу. Ще до війни Україна мала постійний чистий відтік талановитих вчених і дослідників за кордон. Війна ж спровокувала активізацію цього процесу не тільки серед працюючих науковців, а й серед студентів, яких можна розглядати у якості потенційного наукового ресурсу. Так, за даними опитувань, проведених Радою молодих вчених при Міністерстві науки України у березні 2022 року, за різними оцінками через вторгнення російських військ, Україну покинули від чотирьох до шести тисяч науковців [7]. За іншими джерелами ця цифра сягає до 22 тисячі осіб, що складає майже чверть дослідників країни. Дана ситуація знову ж таки сприяла активізації міжнародної спільноти, в рамках якої багато країн і наукових установ запровадили тимчасові заходи для розміщення українських студентів і дослідників, забезпечивши їм безпечні умови проживання і праці, де вони можуть продовжувати навчання та здійснювати дослідження. З одного боку, це сприятиме тому, що навички переміщених українців не залишатимуться бездіяльними та продовжуватимуть розвиватися, проте враховуючи складну ситуацію з розвитком науки в Україні, існує песимістичний прогноз щодо неповернення значної частки наукового ресурсу назад в Україну після війни внаслідок вимушеної міграції за кордон. Інструментом підвищення рівня мотивації повернення українських науковців в Україну може стати фактор міжнародного фінансування в аспекті усунення деяких обмежень щодо того, як

і де можна витратити національні державні кошти на дослідження. Це може мати суттєвий і стійкий вплив на міграційний рух науковців. Також для перезапуску української науки та продовження багатьох наукових досліджень (які призупинені через вимушене закриття дослідницьких установ чи внаслідок участі вчених у військових діях) є необхідним створення наукової платформи з використанням цифрових інструментів як відкритого доступу до наукових даних і публікацій, особливо у поєднанні з міжнародними мережами.

Крім вимушеної міграції українських громадян, зумовленої фактором війни, для нашої країни характерними є щорічні втрати населення через затяжну демографічну кризу, негативні прояви якої почалися ще з 90-х років від'ємним сальдо природного приросту населення. За період з 1990 по 2021 роки демографічні втрати населення України склали понад 20% (станом на 01 січня 1991 та 2022 років наявне населення скоротилося з 51,9 млн осіб до 41,1 млн осіб) [6]. Крім того, маємо тривалу негативну тенденцію щодо скорочення частки осіб вікової категорії 0-14 років та її зростання у віковій категорії 65 років і старше (рис. 1), що посилить проблеми відтворення людського капіталу в країні після завершення війни.

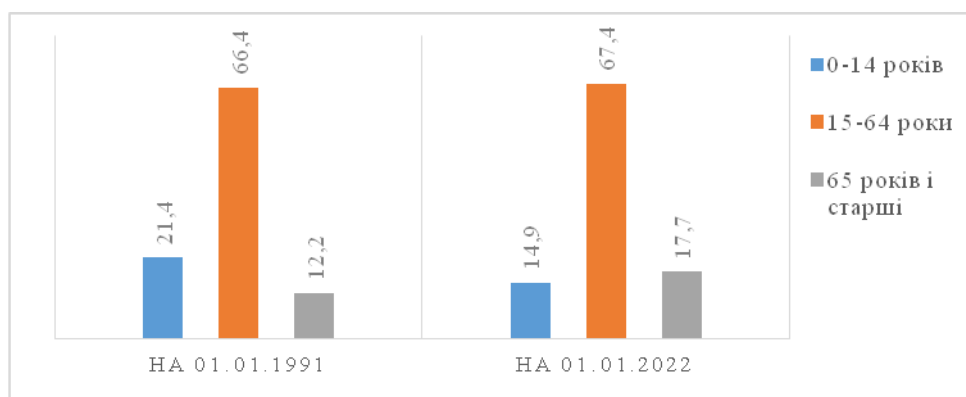


Рис. 1. Зміни у структурі населення України за віковими групами

Побудовано автором за джерелом [6].

Отже, Україна внаслідок воєнних дій, що несуть пряму загрозу життю її громадян, які вимушені рятуватися, виїжджаючи в інші країни, стоятиме перед головним суспільним викликом – фізичної втрати свого ключового ресурсу - людського капіталу, зокрема інтелектуального – високоосвічених, кваліфікованих та молодих українців, які є гнучкими та адаптивними до нових умов життя та швидко інтегруються у ринки праці іноземних держав. Крім того, фактор війни значно поглибить демографічну кризу в Україні через погіршення фізичного здоров'я українців та втрати населення через зростаючу смертність і загибель. Тому уряду країни необхідно уже зараз вибачено формувати державну політику щодо мотивації повернення українців на Батьківщину після закінчення війни та ефективного розвитку таких важливих соціальних сфер як освіти, науки і охорони здоров'я.

Список використаних джерел:

1. What we know about the skills and early labour market outcomes of refugees from Ukraine. 6 January 2023. Policy Responses: Ukraine Tackling the Policy Challenges: OECD. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/c7e694aa-en.pdf?expires=1680608439&id=id&accname=guest&checksum=27E611C550392BE897123D35D75E72EA> (дата звернення: 04.04.2023).
2. Rights and Support for Ukrainian Refugees in Receiving Countries, OECD, 2022. OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/09beb886-en> (дата звернення: 04.04.2023).
3. The potential contribution of Ukrainian refugees to the labour force in European host countries. OECD, 2022. *OECD Policy Responses on the Impacts of the War in Ukraine*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/e88a6a55-en> (дата звернення: 04.04.2023).

4. Visa holders entering the UK under the Ukraine Humanitarian Schemes: 16 to 24 June 2022. ONS, 2022.

URL: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/datasets/visaholdersenteringtheukundertheukrainehumanitarianschemes> (дата звернення: 04.04.2023).

5. Forced displacement from and within Ukraine. EUAA, IOM, OECD. 2022. https://euaa.europa.eu/sites/default/files/publications/2022-11/2022_11_09_Forced_Displacement_Ukraine_Joint_Report_EUAA_IOM_OECD_0.pdf (дата звернення 10.04.2023).

6. Населення України 2021. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. К., 2022. 185 с.

7. Поліщук Є., Москвіна В., Дегтярова І., Галат М., Макарук Л. Оцінювання потреб українських науковців в небезпечних обставинах. 2022. (Версія V2). Зенодо. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6413145>.

8. Кузнецова Н.Б. Розрив у навичках (Skills Gap) як глобальна проблема розвитку людського капіталу: сутність, причини виникнення та шляхи подолання. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2021. №2. С. 20-37. DOI: 10.32342/2074-5362-2021-2-31-2.

UDC: 338.1

ACTIVITIES AND CHALLENGES OF STARTUPS IN UKRAINE IN WARTIME

Anastasia Mazur

anastasiiia.mazur@lnu.edu.ua

post graduate student,

Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine

Startup activities have changed significantly in recent years. In the context of the COVID-19 pandemic, at the initial stages, startups had problems finding funding and adapted to working remotely. Russia's full-scale military invasion of Ukraine has forced start-ups to make decisions with limited time for further activities.

In the conditions of the war in Ukraine, the system of regulating startup development has changed, and active cooperation between the state sector and international organizations has become an important direction in creating favorable conditions for Ukrainian startups, as some startups relocated to other countries to continue their activities.

According to a survey of the Ukrainian Startup Fund, which was attended by 150 founders [4]:

- regarding the location of startup teams: 71% are in Ukraine, 28% are partly abroad, and 1% are abroad;
- regarding the continuation of their activities by startups: 24.3% continue to work, 46.7% partially work, 28% do not work, and 1% have changed the scope of their activities;
- on the availability of savings to continue the activities of startups: 38.5% of respondents have savings for a maximum of 1 month, 37.2% for 1-3 months, 16.7% for 3-6 months, 7.6% for six months, and 41.1% of startups today do not have savings and financial opportunities to continue their activities;
- the vast majority of surveyed startups (99% of respondents) said they needed financial support.

The main activities of Ukrainian startups during the war include such areas as volunteering, evacuating people, delivering humanitarian aid from the border, accumulating funds, working in the

cyber army, and protecting the country in combat zones. The interviews with startup developers also indicate the need to find funding and support for funds, and the speed of obtaining grants (tabl.1).

Table 1

Directions of startups activities in wartime

Directions of activities	Startups
Humanitarian activities	Cargofy (development of the Pomich platform); 3DLOOK (procurement of medicines and delivery to the south) Uptech (attracting foreign investment)
Production	AMW Labs (adaptation of drones for military needs); Culver Aviation (transfer of own drones to the Armed Forces of Ukraine)
Training	All Right (free English language classes) Mate Academy (web programming for military personnel of the Armed Forces of Ukraine)

**developed by the author based on [1]*

Important directions for supporting Ukrainian startups in times of war are programs of international organizations in cooperation with state organizations or as independent projects, and funds in areas of providing financing or education. Global support allows Ukrainian startups to get further resources for development in the conditions of war and to attract the attention of foreign investors to Ukraine's innovative prospect. It can help to keep startups in Ukraine and facilitate the development of the innovative economy in the country despite military efforts and macroeconomic instability.

Among the international companies that have created their funds is the Google Support Fund for Startups in Ukraine - grants totaling \$5 million have been allocated (one startup had the opportunity to receive up to \$100,000) without participating in the capital, additionally providing mentoring and product support, financing. Thirty-three startups have joined the fund, and the main areas can be distinguished as business process automation, education, healthcare, and software [2].

As part of international cooperation, the Ukrainian Tech Circle and the Blue & Yellow Heritage Fund are initiatives of international venture funds and technology companies to help Ukrainian technology projects and startups impacted by Russian aggression. Support is provided in three directions: fundraising, contract search, and consulting. The Blue & Yellow Heritage Fund is a specialized fund that will invest exclusively in Ukrainian founders and startups [3].

Startups in the field of military technologies have become a separate direction of micro-investments. The authors single out innovative development and competitiveness, first of all, the military-industrial complex as an important aspect of victory in the war. "Ukraine now needs new developments, modernization, and high-tech production of state-of-the-art weapons that can ensure successful confrontation in combat attacks. And this requires an increase in the number of scientific, technical, and technological developments in the Ukrainian military-industrial complex" [5, p. 30-31]. This direction can become one of the priorities in the development of further innovative strategies for Ukraine and new joint projects of the state and startups.

The activity of startups in the conditions of full-scale russian invasion has undergone significant changes, but they continue to work and implement new initiatives to support the state in wartime. Important factors of support are international projects and cooperation with state institutions and the business sector, which allows attracting additional investments and continuing to create new startups in innovative fields.

References:

1. The state of Ukrainian startups during the war: advice, grants, trends. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/stan-ukrayinskyh-startapiv-pid-chas-vijny-porady-granty-tendenczyiy/>
2. The second group of Google for Startups Ukraine Support Fund grant recipients was announced. URL: <https://ukraine.googleblog.com/2022/08/google-for-startups-ukraine-support->

[fund.html](#)

3. Ukrainian Tech Circle: New Initiative To Support Ukrainian Startups. URL: <https://techukraine.org/2022/06/24/ukrainian-tech-circle-new-initiative-to-support-ukrainian-startups/>

4. Startup Voice: Results of a survey of the startup ecosystem of Ukraine. URL: <https://usf.com.ua/startup-voice-rezultati-opituvannya-startap-ekosistemi-ukraini/>

5. Mykhasiuk I., Hukaliuk A., Kosovych B. Innovations as a factor of increasing Ukraine's competitiveness in the conditions of macroeconomic instability. *Visnyk of the Lviv University. Series Economics*. 2021. Issue 60. pp. 29–40.

УДК: 339.923

ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ НА РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Вадим Носенко

vadimnosenko1307@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Наталія Кузнецова

Російська воєнна агресія проти України викликала значні зміни у торговельних відносинах між країнами, що має негативний вплив на розвиток світової торгівлі. Однією з найбільших проблем, яка виникла після початку воєнних дій, є значне сповільнення торговельної активності між країнами збройного конфлікту. Росія, яка раніше була одним з найбільших торговельних партнерів України, суттєво зменшила свої імпорتنі та експортні поставки з Україною, що зумовило значні втрати для українських експортерів, особливо у галузі сільського господарства та промисловості, які раніше активно співпрацювали з російськими партнерами. Це призвело до необхідності пошуку нових ринків збуту, що вимагає більших зусиль, часу та витрат. Крім того, російська агресія проти України спричинила значне зниження темпів та обсягів торговельних операцій в нашій країні загалом. Зокрема, змінилися торговельні потоки та транспортні маршрути, що негативно вплинуло на торговельні відносини з іншими країнами, які розташовані поблизу кордонів України.

Воєнні дії викликали серйозні проблеми з перевезенням товарів територією України до країн Європейського Союзу [1] та інших країн, що призвело до значних затримок та перешкод для розвитку торгівлі, спричинивши значні збитки для експортерів та імпортерів, а також негативно позначилося на розвитку транзитної торгівлі.

Усі ці фактори зумовили сповільнення динаміки міжнародної торгівлі та зниження темпів світової економічної інтеграції. Внаслідок російської агресії проти України відбулося зростання тарифів, виникли інші торговельні бар'єри, що зумовило погіршення торговельних відносин між країнами. У зв'язку з цим, світові економічні організації та країни продовжують вважати російську агресію проти України серйозною загрозою для стабільності та розвитку світової економіки.

Попередні розрахунки ЮНКТАД показали, що стрибки цін на продовольство внаслідок війни вразять понад 5% імпортного кошика найбільш бідніших країн [2]. На цьому тлі ВВП охопив 83 мільйони людей, або лише 55% своєї річної цілі, у першому кварталі 2022 року [3].

Санкції, які запроваджені проти росії, обмежують можливості торгівлі між Україною та країнами, які зберігають відносини з росією. Наприклад, деякі країни можуть обмежувати торгівлю з Україною через те, що бояться порушення санкцій, які були запроваджені проти росії. Також санкції можуть обмежувати доступ до ринків та фінансових ресурсів, що

ускладнює торгівлю між країнами. Оскільки росія була важливим торговельним партнером для багатьох країн, санкції можуть мати значний вплив на глобальну торгівлю. Також важливо зазначити, що запровадження санкцій призвело до відповідних кроків з боку росії, які обмежили можливості торгівлі між країнами [1]. Наприклад, росія встановлює високі тарифи на ввезення товарів з країн, які ввели санкції проти неї, що також призводить до зменшення торгівлі та зумовлює глобальну торговельну кризу у світі.

Загалом, санкції можуть мати значний вплив на міжнародну торгівлю та економіку в цілому, тому вони є важливим інструментом у геополітичній боротьбі, але водночас їх вплив на звичайних громадян та бізнес може зумовити значні проблеми.

Конфлікт росії з Україною має значний вплив на економіку країни, що в свою чергу впливає на її розвиток на ринку міжнародної торгівлі. Зокрема, наслідки конфлікту на сході України полягають у зниженні економічної активності, зменшенні виробництва та зростанні цін на енергоносії, що значно впливає на конкурентоспроможність України на міжнародному ринку.

Крім того, війна росії проти України може стати причиною зменшення інвестиційної привабливості нашої країни. Інвестори можуть уникати інвестування в країну, де існує конфліктна ситуація, через ризики втрати інвестицій та порушення контрактів, що може призвести до зниження рівня інвестиційної активності в Україні та обмеження зовнішньої торгівлі [4]. Зменшення міжнародної торгівлі, обмеження можливостей для міжнародної співпраці, введення тарифів та інших торговельних бар'єрів – це лише деякі наслідки конфлікту. Стабілізація ситуації на територіях України та розв'язання конфлікту за допомогою дипломатичних зусиль є важливим кроком у забезпеченні стабільності та розвитку світової економіки.

Отже, військовий конфлікт в Україні має значний вплив на економіку країни та може впливати на світову торгівлю через зниження конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості України. Також даний конфлікт матиме довгострокові наслідки для економіки України та її здатності бути активним учасником зовнішньо-торгівельних операцій на міжнародних ринках. Зниження конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості України може змінити ставлення партнерів з інших країн до торгівлі з Україною, а також знизити віру в майбутні успіхи країни. Крім того, військовий конфлікт призвів до руйнування інфраструктури та втрат людського капіталу, що суттєво вплинуло на бізнес-середовище в Україні.

Список використаних джерел:

1. Санкції, запроваджені ЄС щодо Росії через вторгнення в Україну. Європейська комісія. 2022. URL: https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-sanctions-against-russia-following-invasion-ukraine_uk (дата звернення: 10.04.2023 р.).
2. ЮНКТАД. Веб-сайт. URL: <https://unctad.org/> (дата звернення: 11.04.2023 р.).
3. Митна служба України. URL: <https://customs.gov.ua/> (дата звернення: 10.04.2023 р.).
4. Віднянський С. російсько-українська війна: геополітичний контекст. Інститут історії України НАН України. 2022. URL: <file:///C:/Users/Bot/Downloads/articles-2153607.pdf.pdf> (дата звернення: 11.04.2023 р.).

УДК 336.711:336.748

ДИНАМІКА ВАЛЮТНОГО КУРСУ ТА ВАЛЮТНО-КУРСОВА ПОЛІТИКА НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Анна Онищенко

a.onushchenko23@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач, спеціаліст першої категорії Анжела Цибань

У наш час, більшість зовнішньоекономічних операцій та міжнародних зв'язків пов'язані з обміном однієї національної валюти на іншу. Тому, валютний курс стає одним з показників макроекономічної стабільності та суттєвим чинником впливу на соціально-економічний розвиток окремої держави. В умовах російської воєнної агресії, аналіз динаміки зміни офіційного валютного курсу та валютно-курсової політики Національного банку України є надзвичайно важливим.

Під валютним курсом розуміємо ціну грошової одиниці однієї країни, виражену у грошовій одиниці іншої країни.

Закон України «Про Національний банк» визначає офіційний валютний курс як «курс валюти, офіційно встановлений Національним банком України (далі НБУ) як уповноваженим органом держави». НБУ устанавлює офіційний курс гривні до конвертованих валют, які широко використовують для здійснення платежів за різними міжнародними операціями. [1]

Проаналізуємо динаміку офіційного курсу гривні до долара і євро за 2022-поч. 2023 року, що зображено на рис. 1.



Рис. 1. Динаміка офіційного валютного курсу гривні щодо іноземних валют за період з 01.01.2022 по 01.04.23 року [2]

З рис. 1 видно, що траєкторія динаміки курсу валют долара США та євро до гривні є схожою. З початком повномасштабного вторгнення російської армії в Україну спостерігається значна девальвація гривні. Офіційний курс долара станом на 01.01.2022 становив 27,28 грн/дол.США, а євро – 30,92 грн/євро. З 24.02.2022 року курс долара набував нових значень двічі, а саме: у лютому – 29,25 грн./дол.США та у липні, коли склав 36,57 грн./дол.США. Загалом, здорожчання долара США за період війни спостерігаємо на рівні

34%, а євро на 29%. При цьому різниця між офіційним курсом та курсом на «чорному» ринку досягає п'яти гривень за один долар США, що є негативним явищем.

З метою стабілізації валютного курсу НБУ здійснює валютні регулювання, через реалізацію валютно-курсової політики. Валютно-курсова політика – це сукупність заходів стратегічного і тактичного характеру, які здійснює держава в особі центрального банку через складові національної валютної системи метою недопущення кон'юнктурних дисбалансів валютного ринку [3, с.12].

Для регулювання курсу гривні відносно іноземних валют Центральний банк використовує такі основні інструменти: використання золотовалютного резерву, купівля-продаж цінних паперів, зміна ставки рефінансування. Також НБУ встановлює режим валютного курсу і може використовувати й інші інструменти регулювання грошового обігу.

У різні періоди розвитку фінансової системи України, валютно-курсова політика НБУ використовувала фактично всі види режимів обмінного курсу: плаваючого, який визначається ринком; фіксованого, що передбачає закріплення сталого курсу щодо іншої валюти; керованого плаваючого курсу, що передбачає коригування курсу від надмірних коливань.

До впровадження воєнного стану в Україні використовувався режим гнучкого інфляційного таргетування, що базувався на плаваючому курсі, а метою монетарної політики стала підтримка невисоких та стабільних темпів інфляції. Однак, з початком війни першочерговим завданням стає стабільне функціонування банківської та фінансової системи, забезпечення потреб оборони держави. Тому, задля збереження економіки України, уникнення девальвації, Національний банк України 24 лютого 2022 року тимчасово встановив режим фіксованого валютного курсу, що дозволило стабілізувати роботу фінансової системи країни. Долар США в лютому-серпні 2022 року був зафіксованим на рівні 29,45 грн за долар, а з серпня і до сьогоднішнього дня – 36,57 грн за долар. Офіційний курс інших валют змінюється відповідно до зміни курсу відповідних валют до долара. [4]

Також, одним з інструментів валютно-курсової політики, що активно використовуються НБУ під час війни для підтримки валютного ринку стали валютні інтервенції. Валютні інтервенції здійснюються Центральним банком шляхом купівлі, продажу чи обміну іноземою валюти на міжбанківському валютному ринку. Проведемо аналіз валютних інтервенцій НБУ за 2022-поч.2023 року, що зображено на рис. 2.

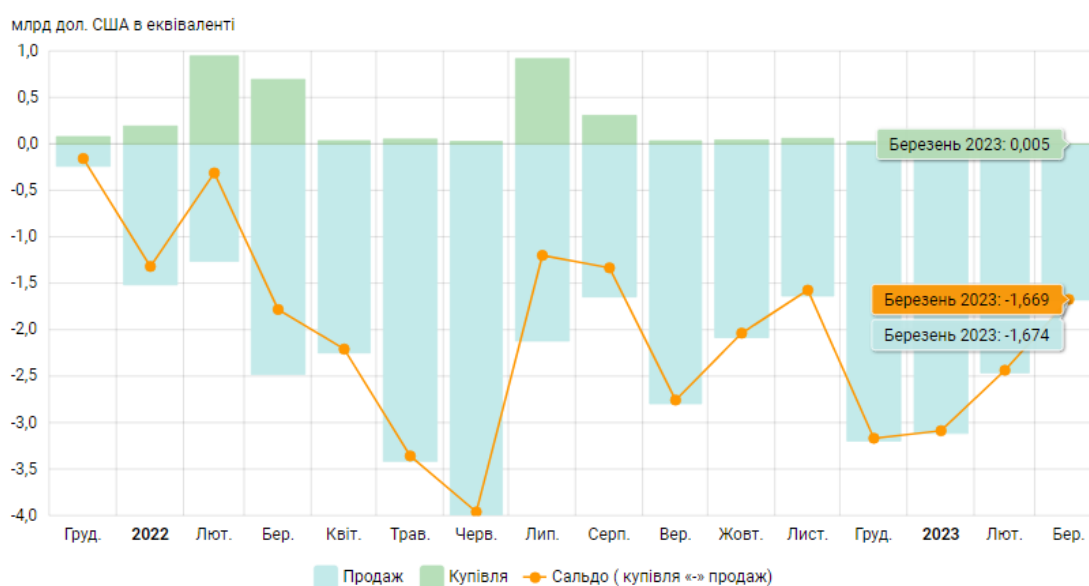


Рис. 2. Валютні інтервенції НБУ за період 2022-поч.2023 року [4]

Станом на 01.03.2023 року НБУ за час воєнного стану продало на міжбанківському ринку валюти на суму 34,0764 млн. дол. США, а купівля склала 3,19098 млн. дол. США.

Тобто, на відміну від 2021 року, сальдо є від'ємним, становить -30,8854 млн. дол. США, що свідчить про використання даного інструменту центральним банком для згладжування курсових коливань на валютному ринку [4].

Ще одним інструментом валютного регулювання в Україні є корегування ставки рефінансування, яка впливає на обсяги рефінансування банків, а відповідно на зміну пропозиції грошей в обігу. Ставка рефінансування банків залежить від облікової ставки, яка є орієнтиром вартості грошей. Станом на 23.02.2022 року облікова ставка була на рівні 10%. У зв'язку з впровадженням воєнного стану 03.06.2022 року, облікову ставку було піднято з 10% до 25%. Такі дії НБУ були спрямовані на стримування інфляційних процесів [4].

Обов'язкові резерви банків також є один з інструмент валютно-курсової політики. У період воєнного стану з метою послаблення інфляційного тиску, було проведено підвищення рівнів обов'язкових резервів банків. З лютого 2022 року норматив формування обов'язкових резервів банками у національній валюті за коштами на вимогу збільшився з 0% до 2%, за строковими коштами – залишився на рівні 0%, а в іноземній валюті – збільшився з 10% до 12%. [5, С.32]

З початком повномасштабного вторгнення також було прийнято ряд валютних обмежень, що були зафіксовані в постанові НБУ «Про роботу банківської системи під час запровадження воєнного стану», зокрема: введено мораторій на транскордонні валютні платежі (крім стратегічно важливих операцій); введено заборону на зняття готівки в іноземній валюті; встановлено ліміт зняття готівки з рахунків клієнтів а в українських банках на суму 100 тис. грн., а пізніше він був зменшений до 50 тис.грн; призупинено проведення операцій між банками на валютному ринку; призупинено здійснення випуску електронних грошей, поповнення електронними грошима різних електронних гаманців [6].

З метою стримування попиту на іноземню валюту, НБУ 21 жовтня 2022 року НБУ було впроваджено додатковий інструмент для збереження міжнародних резервів. Таким інструментом стала можливість громадянина купити американські долари за офіційним курсом з подальшим розміщенням на депозит у банку терміном на 3 місяці.

Отже, можна зробити висновки, що у 2022 році порівняно з попередніми довоєнними роками валютно-курсова політика Національного банку України була більш жорсткою. Такі дії Центрального банку, обумовлені воєнним станом та необхідністю стримування інфляційного сплеску, збереження міжнародних резервів, забезпечення сталості фінансової та банківської системи. Сьогодні, в фінансова та банківська сфери України продовжують працювати, а серед населення та бізнесу зберігається довіра до гривні. Тож, інструменти валютно-курсової політики є дієвими і в міру стабілізації економічної ситуації, Центральний банк зможе скасувати валютні обмеження та відновити плаваючий обмінний курс та режим інфляційного таргетування.

Список використаних джерел:

1. Про Національний банк України: Закон України від 20.05.1999 р. № 679-XIV. *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text> (дата звернення: 10.04.2023).
2. Фінансові ринки. Статистика. *Офіційний сайт Національний банку України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart?startDate=01.01.2022&endDate=18.04.2023> (дата звернення: 11.04.2023).
3. М. І. Крупка, М. І. Кульчицький, Н. В. Жмурко, Д. В. Ванькович. Валютно-курсова політика України: монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 366 с.
4. Валютне регулювання та курсова політика в період війни та після перемоги. *Офіційний сайт Національний банку України*. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/2022-11-03.pdf?v=4 (дата звернення: 10.04.2023).
5. А. Дьордйай. Порівняльна характеристика грошово-кредитної політики НБУ в 2021 році та на період воєнного стану. Трансформація національної моделі фінансово-кредитних відносин: виклики глобалізації та регіональні аспекти: збірник матеріалів VII Всеукраїнської науково-

практичної конференції (м. Ужгород, 30 листопада 2022 р.). Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2022. С32-36.

6. Про роботу банківської системи під час запровадження воєнного стану: постанова Національного банку України від 24.02.2022 № 18. *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22> (дата звернення: 10.04.2023).

УДК: 339.923

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Юлія-Адріана Пясецька

sofia7777a@gmail.com

Львівський фаховий коледж

Львівського національного університету природокористування, м. Львів, Україна

Науковий керівник: викладач вищої кваліфікаційної категорії Софія Гнатюк

Економіка України перебуває у складних умовах, що зумовлені воєнними подіями. Цей фактор негативно, а здебільшого навіть руйнівню впливає на економіку держави, про що зокрема свідчать:

- ✓ зниження темпів виробництва;
- ✓ сповільнення бізнес-активності, а також відсутність можливості розвитку суб'єктів господарювання;
- ✓ чисельне зменшення людського капіталу, погіршення
- ✓ продуктивності та умов праці.

Повномасштабне військове вторгнення РФ завдало удару по всіх ланках економічної системи України. Вже за перші три місяці війни економіка України понесла великі втрати. Саме тому Уряд в екстреному порядку запровадив певні новації, які покликані зменшити навантаження на бізнес та стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу.

Також відбулася певна лібералізація митного законодавства, а саме - частково було скасовано платежі при імпорті товарів та транспортних засобів.

Дані заходи із пом'якшення економіки свідчать про усвідомлення уряду прямого зв'язку між політико-економічною свободою та економічним розвитком.

Зазначимо також про необхідність реалізації заходів, що повинні бути продовжені і в повоєнній відбудові, в інакшому випадку, Україну чекає повернення в минуле із монополізацією ринків, корупцією та низьким рівнем соціального життя. [3, ст.12]

Ще на першій фазі війни на Донбасі (2014 рік) почали з'являтися судження, що модель економіки, яка існує, вже вичерпала свої можливості і настав час пошуку нових акцентів економічної політики задля ефективнішого економічного розвитку. Але, на жаль, за більш ніж 8 років агресії проти України, ніяких рішень не було впроваджено. Економіка України залишалась бюрократичною, корумпованою та малоефективною. Експорт залишався спрямованим на сировину, а не на готову продукцію. Провідним сектором економіки залишалося сільське господарство.

Уся небезпека такої моделі стала всім очевидною вже після 24 лютого 2022 року, після введення воєнного стану.

Протягом першого місяця лише 17% великих підприємств змогли працювати без обмежень (30% знайшли можливість продовжити роботу в режим «он-лайн», всі інші або зупинили свою підприємницьку діяльність повністю, або призупинили її до спокійніших часів). Сільське господарство, яке займало переважну частку у доходах бюджету, також зазнало втрат. Більше 10% земель стали непридатними до використання, що дуже вдарило по

експортному потенціалу держави.

На тлі зазначених процесів у країні, вже на початок квітня статистичні данні зазначають, що близько 50% працюючого населення втратило роботу.

Якщо звернути увагу на світовий і європейський досвід, то можна побачити, що основними принципами успішного повоєнного відродження та вдосконалення економіки країн долаючих наслідки війни на своїй території прагнучи розвиватися в канві європейської цивілізаційної моделі є: людська гідність, економічний індивідуалізм, недоторканість людської приватної власності, підприємницька свобода, субсидіарність, демонополізація ринків, економічна дерегуляція та європейська інтеграція. [4, ст.7]

Адже послідовне втілення цих принципів у життя країни означає, що держава, в особі своїх інституцій центрального, регіонального й субрегіонального рівнів, має перш за все сформувані надійний інституційний ґрунт для повоєнного відновлення України, а також забезпечити належний контроль за виконанням чинного законодавства та інших нормативно-правових актів, щоб не допустити руйнування цього ґрунту на задоволення чийось особистих інтересів та примх, або ж вузькокорпоративним чи груповим інтересам.

Виходячи з цього, сьогодні в Україні пріоритетного значення набувають заходи державної економічної політики такі, як декартелізація ринків та демонополізація, зменшення частки бюджетного перерозподілу ВВП, зниження рівня адміністративного та фіскального навантаження на бізнес, інфляційні обмеження, забезпечення стабільності банківського сектору, лібералізація діяльності зовнішньоекономічної тощо.

Разом з тим основні зусилля з реалізації економічної політики у площині конкретних стратегічно-планових завдань та рішень повинні бути перенесені на рівень окремих громад і регіонів. Проте, для успішного повоєнного розвитку нашої країни важливо дуже чітко диференціювати заходи економічної політики для різних типів регіонів та громад, визначених за критерієм рівня збитків, завданих їм війною, а також враховуючи специфіку повоєнних безпекових викликів для кожного з них. Отже, варто виділити: регіони й громади, які постраждали від наземного воєнного вторгнення, та ті, що перебувають в зоні підвищеного ризику, межуючи з російським або білоруським кордонами; регіони «умовного тилу», де концентрується переважна частина аграрного потенціалу держави, а також територією яких пролягають основні транспортно-логістичні маршрути зі сходу на захід; території, які зазнали значних руйнувань інфраструктури внаслідок артилерійських обстрілів та ракетних атак; прикордонні з ЄС регіони та громади, які стали основним місцем для релокації бізнесу та для переселення внутрішньо переміщених осіб, одночасно виконуючи роль такого своєрідного транзитного «моста» між Україною та ЄС. [5, ст.2]

Не зважаючи на певну невизначеність на фронті сьогодення, вже з'являються і оговорюються шляхи повоєнного відновлення економіки. Існує два варіанти розгортання подій відновлення:

Перший – надання пріоритетності малим підприємствам та місцевим економікам;

Другий – забезпечення стимулів великим підприємствам та регіональній економіці, які є визначальними при формуванні державного бюджету та національної економіки.

Прихильники першого варіанту вважають, що дії із відновлення слід починати вже сьогодні. І найефективнішим стане впровадження «москітної економіки». Для України «москітна економіка» передбачає скорочення владних інституцій і подальше зменшення податкового навантаження.

Також, прихильники першого варіанту, вважають доцільним провести скорочення соціальної допомоги населенню і збільшити видатки на оборонну потужність країни. Іншим напрямом зменшення видатків бюджету, розглядається процес реформування фінансування бюджетної системи.

І завершальною ланкою реформування, є зміна цілей економічної політики держави. Тобто, надавати перевагу не експортноорієнтованим галузям, а стимулювати малі підприємства, які в майбутньому зроблять «бум в економіці».

Прихильники другого варіанту також вважають, що основний акцент має належати оборонним програмам та розбудові обороннопромислового комплексу. Паралельно з цим, бюджетне фінансування слід зберегти та спрямувати на базові суспільні послуги - медичні та освітні. А вирішення більшості соціальних проблем має відбуватися за рахунок стимулювання їхньої самозайнятості. Саме це створить передумови до збільшення доходів та зменшення рівня безробіття із подальшим збільшенням працевлаштуванням в легальний сектор економіки, що дозволить в свою чергу отримати вищий рівень соціальних гарантій ніж у тіньовому секторі економіки. [2, ст.18]

Сьогодні для успішної повоєнної модернізації України вагомим значенням набуває формування ефективних механізмів управлінських взаємодій між органами влади різних рівнів, а саме між органами державної влади та органами місцевого самоврядування. Перш за все, це стосується міжбюджетних відносин, зокрема оптимізації чинної системи міжбюджетних трансферів, та делегування повноважень і забезпечення достатньої адміністративної спроможності органів місцевого самоврядування територіальних громад.

Експерти зосереджені на думці, що держава має зосередитись на вирішенні шести основних проблемах:

- 1) задоволення безпеки та оборони країни;
- 2) забезпечити продовольчу безпеку;
- 3) експорт;
- 4) переселенці і перенесення підприємств;
- 5) робота виробничого і фінансового сектора економіки;
- 6) перегляд затребуваних професій на ринку.

Таким чином слід відзначити, що економічний «бум» можливий лише за послідовної і чітко сформованої економічної стратегії.

Список використаних джерел:

1. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання: веб-сайт. URL: <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-vijny-ta-povojennyj-ekonomichnyjrozvytok-ukrajiny-problemy-priorytety-zavdannya>
2. Ю. Самаєва Як працює тил. Дзеркало тижня. 2022. 31 березня. URL: <https://zn.ua/ukr/macrolevel/jak-pratsjuje-til.html>
3. Максимов В. Стало відомо, скільки українців втратили роботу через війну. Today. Ua. URL: <https://ukraine.today.ua/ru/stalo-yzvestnoskolkoukrajntsev-poteryaly-rabotu-yz-za-vojnju>
4. Квіт С. Усе має змінитися: десять кроків з реформування вищої освіти після війни. Дзеркало тижня. 2022. 31 березня. URL: <https://zn.ua/ukr/EDUCATION/use-maje-zminitisja-desjat-kroki-v-z-reformuvannjavishchoji-osviti-pislja-vijni.html>
5. Публікація: Інструменти НУО. Громада і влада. Громадянське суспільство. Сила тилу. Україна. URL: <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-hromad-i-rehioniv-v-umovah-vojennoho-stanu-ta-priorytety-jih-povojennoho-rozvytku>

УДК 314.74

МІГРАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Анна Родная

annarodnaya000@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Наталія Кузнецова

Війна росії проти України спричинила масштабний потік біженців у країни Європи, Сполучені Штати Америки та інші країни світу. Певна кількість українців вже повернулася

назад на територію України, тоді як інша частина тільки планує виїзд за кордон. Демографічна ситуація стрімко змінюється та передбачити, що буде відбуватись далі майже неможливо. Масштабна вимушена міграція впливає на соціально-економічну сферу, що відобразиться на українських реаліях у довгостроковій перспективі. Міграція, яка спричинила низку викликів майбутньому української нації, потребує наукової та експертної оцінки, так як без цього буде неможливо розробити стратегію подальшого відновлення.

Станом на листопад 2022 року за кордоном знаходиться близько 7,6 млн українських біженців, які були зареєстровані та шукали притулок, ховаючись від страшних реалій сьогодення. З усіх країн, які прийняли найбільшу кількість українців можна виділити: Польщу - 1,5 млн українців, Німеччину - 1 млн та Чехію – близько 450 тис. біженців. Іспанія, Італія та Великобританія прихистили близько 100 тис українських мігрантів. На превеликий жаль, з загальної кількості біженців 3 млн українців знаходяться на території росії з причини окупації частини територій України та примусової депортації українського населення з боку російського агресора [1].

Втрати українського населення внаслідок міграції негативно впливають на стан української економіки. За даними дослідження та опитування «Разумков центр» виявлено, що 90% мігрантів – це жінки та діти. Більшість громадян, які мігрували є працездатного віку: 30-40 років – 41%, 40-50 років – 30%. Діти, яких вивезли задля безпеки є майбутнім України, тож масовий виїзд дітей за кордон спричиняє втрату майбутньої робочої сили. Понад 83% мігрантів мають вищу або незакінчену вищу освіту, а 30% мігрантів є висококваліфікованими фахівцями. Для отримання вищої освіти в середньому необхідно 4-5 років. Тож розуміємо, що в кожного українця держава вкладала кошти аби надати освіту та підготувати фахівця для майбутньої роботи на користь державі та українській економіці. Але країни-реципієнти отримують вже повністю підготовлених фахівців в яких не треба вкладати кошти, просто надати вакансію і українець буде сплачувати податки, чим буде покращувати економіку держави в якій працює, в той час, як Україна втрачає своє населення та робочу силу [3].

Українські мігранти активно інтегруються у європейський ринок праці та платять податки, наповнюючи бюджет країн-реципієнтів. До прикладу, у бюджет Польщі українські мігранти сплатили 2 млрд євро податків від початку повномасштабного вторгнення, що утричі більше, ніж обсяг витрат на допомогу біженцям [4].

Проживаючи за кордоном, українці мають потребу в продуктах харчування та речах, необхідних для забезпечення життя. Отже, споживання товарів зростає, що як наслідок, збільшує обсяг ВВП у країнах Європи, і є позитивним показником для їхніх економік. Якщо порівняти 2021 рік з 2022, то витрати українців за кордоном зросли в 3 рази – близько 2 млрд дол на місяць. Важливо зазначити, що витрати на житлову інфраструктуру, освіту, систему охорони здоров'я стимулюють державне споживання країн-реципієнтів, враховуючи те, що частка малолітніх дітей-мігрантів становить від 28% до 44% залежно від країни, то відповідно, мігранти активно споживають державні послуги та товари, що стимулює розвиток даних секторів [1; 4].

Важливо зазначити, що за підрахунками Національного банку України до 2026 року, завдяки впливу українських мігрантів, випуск товарів та послуг в Польщі, Естонії та Чехії зросте на 2,0% – 2,5%, ніж планувалося без урахування міграції, а Німеччина збільшить випуск товарів та послуг на 0,6% [5].

На мотивацію повернення українців до України впливають деякі чинники: соціальні, економічні, родинні, чинник безпеки. Існує виклик розділених сімей. 33% мігрантів планують повернутися до України з причини воз'єднання зі своїми близькими. Якщо війна буде затягуватись, то буде й надалі руйнуватись інфраструктура, буде зростати рівень безробіття, погіршуватиметься якість освіти. Ці фактори будуть спричиняти виїзд решти родини за кордон. [2]

Необхідно розуміти, що за умови продовження воєнних дій у часі, українські біженці

настільки глибоко інтегруються в життя за кордоном, що повертатися до України вже не буде необхідності. Люди облаштують своє життя, діти знайдуть собі нових друзів, більш дорослі діти вступають на навчання до іноземних ВУЗів, звикнуть до мови, пристосуються до умов життя за кордоном та вже не матимуть потреби повертатися.

Мотиватором до повернення в Україну для теперішніх мігрантів також буде загальний стан соціально-економічного розвитку країни; ситуація з відновленням житла; бачення безпечного майбутнього; відчуття власної важливості для Батьківщини.

Успішна реінтеграція має важливе значення для відновлення України. Для цього необхідно організувати консультації щодо можливості отримання чи придбання пільгового житла. Також важливим є сприяння зайнятості біженців, які повернуться на Батьківщину та надання освітніх послуг, а також послуг з професійної підготовки. Ще одним варіантом підтримки буде доступ до кредитів для заснування підприємницької діяльності. Важливо буде залучення інвестицій в країну, а отже українці мають генерувати ідеї для створення стартапів, щоб це було цікаво для інвесторів. Це дасть змогу розвивати бізнес, а отже отримувати доходи, прибутки, сплачувати податки, збільшувати обсяги ВВП та споживання, тобто стимулювати розвиток економіки. Також для покращення економічного стану України необхідно буде працювати на експорт для залучення грошей в країну та подальшої інтеграції отриманого доходу в розвиток бізнесу і життя українського населення.

Отже, міграція, спричинена військовою агресією Росії проти України, спричиняє негативний вплив на економічне та соціальне становище України. Втрата висококваліфікованих фахівців, дітей, як майбутньої робочої сили держави, веде за собою втрату населення, яке є необхідним у відбудові економіки України. Але підтримка держави, бажання української нації будувати сильну та незалежну державу, висока якість освіти, потужний розвиток науки і технологій значно покращить ситуацію та сприятиме подоланню тієї кризи, в якій на сьогодні знаходиться Україна.

Список використаних джерел:

1. Operation Data Portal. URL: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine#ga=2.92194970.188031801.1670859078-711474979.1670859078> (дата звернення: 10.04.2023 р.).
2. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020> (дата звернення: 10.04.2023 р.).
3. Настрої та оцінки українських біженців / Центр Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/nastroi-ta-otsinky-ukrainskykh-bizhentsiv-lypenserpem-2022p> (дата звернення 10.04.2023 р.).
4. Українці платять більше податків у Польщі, ніж країна витрачає на біженців, Анна Bałakur, 2022. 31 жовт. LWÓW. URL: <https://ukrayina.pl/ukrayina/7,183830,29091034,1059-1082-1088-1072-1111-1085-1094-1110-1087-1083-1072-1090-1103-1090-1100.html> (дата звернення 10.04.2023 р.).
5. Національний Банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Migration_impact_2022-12-15.pdf?v=4 (дата звернення: 10.04.2023 р.)

УДК: 656.02

СТАН І РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

Наталія Сіденко

natashasidenko12@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Сергій Полях

В умовах збройної агресії росії проти України існує значна кількість негативних факторів, які впливають на процес формування логістичних центрів і гальмують їх розвиток

у цілому. Проте створення та розвиток логістичних центрів в Україні є одним із перспективних процесів євроінтеграції України, оскільки неухильно веде до збільшення обсягів зовнішньоекономічних торговельних операцій, за рахунок вдосконалення системи пропуску вантажів, їх реєстрації й обробки, що в свою чергу призводить до підвищення конкурентоспроможності національної економіки та сприяє залученню іноземних інвестицій.

Враховуючи географічну близькість до Європи, розташування транспортних коридорів і міжнародних вантажопотоків, призведе до підвищення рівня логістичної інфраструктури та її ефективності, що в свою чергу дозволить українським компаніям покращити рівень своїх послуг. А за рахунок більш тісної співпраці логістичних центрів України з сусідніми державами покращиться загальний рівень міжнародної логістики.

За останні роки логістична галузь в Україні зіткнулася зі значними викликами, зокрема політичною нестабільністю, економічною кризою, пандемією COVID-19 і збройною агресією російської федерації. Ці виклики суттєво вплинули на стан логістичних центрів в Україні.

Розташування логістичного центру є ключовим елементом у підвищенні ефективності систем логістики, в межах операцій ланцюга поставок. Тому необхідно проаналізувати розташування інтермодального логістичного центру з метою визначення головних факторів, що впливають на визначення місця розташування даного центру, для подальшого планування всіх ланцюгів поставок.

Дослідження функціонування існуючих логістичних центрів в Україні свідчить про їх повільний розвиток. Більшість логістичних комплексів розташовані в Київській області, також у таких містах, як Харків, Одеса, Дніпро та Львів. Загалом у 2020 році в Україні було побудовано близько 200 тис. кв. м складських приміщень. У 2021 році на ринку складської та логістичної нерухомості Києва та передмістя столиці з'явилося лише 130 тис. кв. м. Окрім Києва, у 2021 році будівництво складських і логістичних об'єктів розпочато у Дніпрі, Одесі, Львові та Харкові [1].

З початку збройного вторгнення логістична нерухомість зазнала значних збитків, а деякі склади були повністю зруйновані, так як вони є стратегічно важливими об'єктами для нанесення цілеспрямованих ударів, та широко використовуються як місця розташування окупаційних баз ворога. Лише за 2 місяці війни в Україні було знищено складських і матеріально-технічних споруд на 1 млрд. доларів. Як приклад, війська окупантів знищили понад 440 тис. кв. м (20%) матеріально-технічної нерухомості столичного регіону [2].

Як наслідок виникла недостатня забезпеченість логістичними центрами в країні, що призвело до неефективного управління логістичними потоками. Це впливає на якість і своєчасність процесу доставки; швидкість перетворення матеріального потоку; якісні характеристики логістичних операцій; швидкість обороту всередині країни; ступінь вигоди, яку отримує споживач у вигляді послуг з доданою вартістю; і транспортні витрати та витрати, пов'язані зі зберіганням матеріальних ресурсів.

У 2022 році головним завданням було відновлення відповідного рівня пропускної здатності та кількості пунктів пропуску в країні. Цього було досягнуто за рахунок:

- Впровадження «єЧерги» від «Укртрансбезпека», метою функціонування якої було забезпечення швидкого перетину кордону, шляхом виконання наступних кроків: запис у електронну чергу; приїзд до пункту пропуску в зазначений час; проходження перевірки прикордонниками без зайвих часових затрат.

- Відкриття нових пропускних пунктів на кордоні з Румунією: «Красноільськ – Вікову де Сус»; «Дяківці – Раковець»; «Біла Криниця – Клімеуць».

- Введення «транспортного безвізу». За політичної та дипломатичної можливості, його розширення з двох до тристоронніх перевезень [3].

Для збереження позитивної тенденції з відновлення транспортно-логістичної галузі країни необхідно вплинути на скорочення бюрократичних процесів, зменшення корупційних махінацій і підвищення автоматизації процесів перетину вантажів на кордоні.

Незважаючи на виклики кризових умов, логістичні центри в Україні активно впроваджують стратегії та інструменти для покращення своєї діяльності. До них можна віднести: скорочення транспортних витрат, впровадження нових технологій, покращення обслуговування клієнтів [4].

Зменшення транспортних витрат є ключовою стратегією логістичних центрів України в умовах кризи. Що реалізується за рахунок зменшення кількості відправлень і використання більш ефективних методів транспортування, таких як електромобілі, щоб зменшити витрати на паливо та мінімізувати вплив на навколишнє середовище.

Ще однією стратегією, яку використовують логістичні центри в Україні, є впровадження нових технологій. Використання IT-інструментів, таких як системи GPS, дозволяє точніше відстежувати транспортні засоби та краще керувати маршрутами доставки, що зрештою підвищує ефективність логістичних операцій. Окрім впровадження нових стратегій та інструментів, логістичні центри в Україні також орієнтовані на покращення обслуговування клієнтів. Надання додаткових послуг, таких як зберігання та підготовка до відвантаження, забезпечує високий рівень задоволеності та лояльності клієнтів.

Ринок логістичних послуг України з точки зору глобального ринку дещо відстає від сформованих світових трендів та потребує суттєвого удосконалення як правового поля щодо регулювання роботи митних органів, спрощення процедури проходження митного контролю, так і оновлення інфраструктури міжнародного транспортного сполучення, осучаснення транспортного комплексу, що задовольняє потреби національної економіки у транспортному забезпеченні тощо [5. с. 191]. Для продовження покращення стану логістичних центрів в Україні важливо, щоб держава надала підтримку та ресурси галузі. Що може включати фінансування досліджень і розробок, удосконалення інфраструктури та політики, які сприяють стійкості та ефективності.

Підсумовуючи, стан логістичних центрів в Україні в кризових умовах сьогодення є надскладним, проте варто відмітити наявні можливості для відновлення, розвитку й інновацій. Зосереджуючись на зниженні витрат, впровадженні нових технологій і покращенні обслуговування клієнтів, логістичні центри в Україні можуть процвітати та сприяти економічному розвитку країни в повоєнному майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Настич І. Логістична нерухомість під час війни: масштаби руйнувань, диверсифікація та перспективи відбудови. 2022. URL: https://propertytimes.com.ua/industrialnaya_nedvizhemost/logistichna_neruhomist_pid_chas_viyni_masshtabi_ruynuvan_diversifikatsiya_ta_perspektivi_vidbudovi
2. Арбузов Ф. Російські війська пошкодили понад 20% логістичної нерухомості столичного регіону. 2022. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/823460.html>
3. Кукуруза Г. Як вантажівки «вивозять» логістику у війну. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/02/8/696834/>
4. Нагребельна Г. Логістична нерухомість 2021: низька вакантність і високий попит. URL: https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/logistichna_neruhomist_2021_nizka_vakantnist_i_visokiy_popit
5. Іванова І.В., Боровик Т.М., Руденко А.Ю., Залозна Т.Г. Ринок логістичних послуг України: сучасний стан, проблеми, перспективи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 6. С. 181-192. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/34213> (дата звернення 30 березня 2023).

УДК 339.372

ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА РИНОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Вікторія Фільшина

Vikbox@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Цибань Анжела, викладач, спеціаліст першої категорії

На сучасному етапі розвитку суспільства мережеві та інформаційні технології проникли у всі сфери людського життя. Це зумовило активний розвиток E-commerce - сфери цифрової економіки, що передбачає використання інтернет-ресурсів для нарощування обсягу купівлі-продажу товарів у Всесвітній мережі Інтернет. У 2019 р. обсяг роздрібного продажу через Інтернет у всьому світі склав 3,53 трлн. дол. США. Прогнозується, що доходи від електронної роздрібною торгівлі зростуть до 6,54 трлн. дол. США у 2023 році [1, с. 58].

Електронна комерція має декілька різновидів: 1) за технологією діяльності в певному секторі господарювання: е-торгівля, е-маркетинг, е-банкінг, е-страхування; 2) за складом учасників бізнес-процесу: «бізнес – бізнес» (B2B), «бізнес – споживач» (B2C), «споживач – споживач» (C2C), «бізнес – держава» (B2G). [2]

Електронна комерція існує в правовому полі України вже досить давно. Однак, лише прийняття Закону «Про електронну комерцію» забезпечило міцну правову основу для здійснення електронних транзакцій.

Відповідно до статті 3 Закону України «Про електронну комерцію», електронна торгівля визначається як господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, дистанційна реалізація товарів покупцеві шляхом вчинення електронних правочинів з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем. [3]

Проаналізуємо динаміку ринку електронної комерції в Україні за 2018 – 2022 роки на рис. 1.

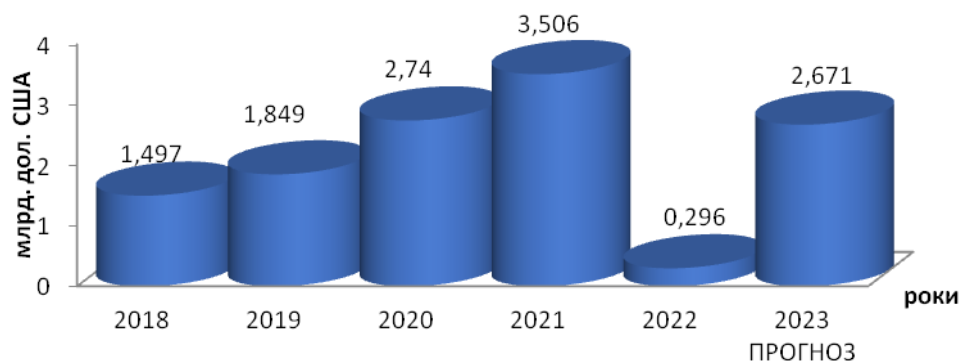


Рис. 1. Обсяг ринку електронної комерції за 2018-2023 роки, млрд. дол. США

Джерело: розроблено автором за даними [4]

Як бачимо з рис. 1, до 2022 року e-Commerce в Україні стрімко зростав. За період з 2018 по 2021 рік обсяг ринку електронної комерції зріс майже в 2,5 рази та у 2021 році за інформацією бази аналітичних та статистичних даних Statista становив 3,509 млрд.дол. За прогнозом Soul Partners передбачалося, що протягом наступних п'яти років ринок електронної комерції зросте у 2 рази.

Однак, з початком 2022 року що найменувався розгортанням повномасштабної російсько-української війни став стримуючим чинником подальшого нарощування обсягів електронної торгівлі в Україні. Обсяги продажу на ринку електронної торгівлі у 2022 році скоротились у 12 разів і вскали всього 295,85 млн. дол.США. Так, в Україні розвиток електронної торгівлі призупинився та знизився в 12 разів. Найбільш суттєве падіння було

відчутне у сфері торгівлі одягом, іграшками, електронної техніки, меблів, товарів для краси та інше. За прогнозами Statista, очікується, що у 2023 році обсяги ринку досягнуть рівня 2020-го та складуть 2,67 млрд. дол. США. А у 2025-му стануть навіть вищими, ніж у довоєнному 2021 р. [4]

Найпопулярнішими бізнес-моделями інтернет-торгівлі в Україні є маркетплейси та інтернет-магазини. У день російського вторгнення інтернет-магазини в середньому втратили 82,7% сеансів. Сеанси – це кількість відвідувань, під час яких користувачі переглядали певну сторінку.

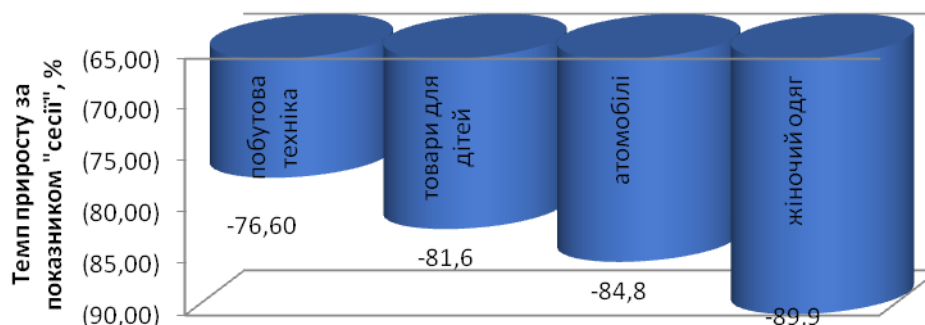


Рис. 2 Темп приросту кількості «сесій» за період 28.02.-06.03.2022 року порівняно з 31.01.-06.02.2023 року.

Джерело: розроблено автором за даними [5]

Особливо відчутні зміни у відвідуваності інтернет-магазинів та маркетплейсів були помітні з 31.01 по 06.03.2022 року. Тоді за окремими сегментами ринку спостерігались такі втрати: побутова техніка втратила 74,6% сеансів, товари для дітей - 81,6 %, автомобілі - 84,8%, жіночий одяг - 89,9%. Незважаючи на значне зниження кількості сесій, трафіку, розмір середнього чеку зріс. Ймовірно, споживачі робили дорогі покупки або намагались придбати більше одиниць товару, щоб уникнути підвищення цін чи дефіциту [5].

Основними категоріями товарів, що стали затребуваними під час війни та купувались через торговельні майданчики були: ліки, зокрема для надання першої допомоги, заспокійливі, знеболюючі; мобільні батареї та повербанки; товари для особистої безпеки, виживання та орієнтування; дитячі автокрісла; продукти харчування, зокрема бакалійні товари та консерви; гігієнічна продукція, підгузки та побутова хімія; корм та товари для домашніх тварин.

Українські підприємці були гнучкими і швидко адаптувалися. В середині березня розпочалося пожвавлення ринку електронної комерції, що частково пов'язане з відновленням роботи найбільших логістичних компаній «Нова пошта» та «Укрпошта».

До ТОП найбільших маркетплейсів в Україні належать: Rozetka, Prom, Allo, Bigl i Epicentr, Olx.ua , а серед інтернет-магазинів - Comfy, Makeup, Apteka 911, Foxtrot, Citurus.

Розглянемо детальніше діяльність окремих онлайн-ритейлерів в Україні. Найбільший вітчизняний онлайн маркетплейс Rozetka.ua, зі слів Співвласника В.Чечоткіна у перші дні війни – це «літак у смертельному піке». За три тижні від початку повномасштабного вторгнення виторг інтернет-ритейлера становив 23 млн грн, для порівня у грудні 2021 року ця сума складала 4 млрд грн. Для стимулювання продажу, компанія відмінила комісію за продаж, що дало змогу захопити продавців. Втрачені позиції Rozetka.ua повернула майже через рік. Станом на лютий 2023 року у компанії працювало 297 магазинів, що більше ніж у лютому 2022-го, коли їх було 270. За рік військової агресії маркетплейс також розширив географію діяльності за межі України і розпочав вихід на ринок Польщі [6].

У перші місяці повномасштабної війни спостерігався відтік продавців із маркетплейсу Prom.ua У перші дні робота маркетплейсу була паралізована, станом на середину березня кількість замовлень на сайті досягла 20% довоєнного рівня, а у грудні 2022 року кількість замовлень відновилася до показників попереднього року. Для стимулювання

продаж у перші дні війни маркетплейс продовжив пакети продавцям, а для зручності покупців Prom.ua додав позначку «Зараз працюю». Зараз щомісяця до сайту приєднуються 1500 нових підприємців. Здебільшого це люди, які втратили роботу та намагаються відкрити інтернет-бізнес, або продавці, які намагаються перейти з офлайну на онлайн [7].

Інтернет-магазин EVA.ua не припинив свою роботу і 24 лютого 2022 року. Однак, асортимент в інтернет-магазині наразі скоротився і до замовлень доступно близько 50 % асортименту довоєнного часу. Обсяг замовлень в інтернет-магазині EVA.ua також зазнав змін і складає приблизно 40% від довоєнної кількості. Хоча в останні тижні відзначається поступове зростання даного показника. З більш як 1100 магазинів мережі EVA понад 200 не працюють з різних причин [8]. Багато складів компанії розташовані в зоні бойових дій та присутні проблеми з постачанням товару, нестачею транспорту, водіїв.

Основними проблемами в онлайн-торгівлі під час війни стали: обмежена кількість товарів першої необхідності на складах та в державі загалом; брак транспорту та водіїв; складна ситуація у регіонах; втрата цільових аудиторій потенційних покупців через вимушену міграцію за кордон; порушення напрацьованих логістичних ланцюгів поставок; обмежені можливості людей для здійснення онлайн шопінгу, т.ч. відсутність доступу до мережі інтернет, повітряні тривоги.

Загалом електронна торгівля в Україні пережила спочатку шокове падіння, потім сплеск попиту на окремі категорії товарів та нарешті стабілізацію після масового переміщення людей, релокацій складів та виробництва. Однак, споживачі надалі будуть чутливі до ціни, прихильність до відомих брендів буде низькою.

Очікується, що електронна комерція зростатиме як у світі, так і в Україні, але з меншими щорічними темпами. Ключовими тенденціями електронної торгівлі в Україні залишаються: збільшення кількості мобільних магазинів через збільшення частки мобільного трафіку, зростання кількості користувачів смартфонів і збільшення рівня покриття 4G; розширення способів оплати з використанням електронних гаманців, електронних платіжних систем (Apple Pay або PayPal) та криптовалюти; зростання ролі соціальних мереж в електронній торгівлі; використання технології доповненої реальності для створення «віртуальних примірочних» та ефекту «присутності в інтернеті», який за відчуттями буде близький до офлайн-магазинів; впровадження штучного інтелекту для функцій онлайн-консультанта; персоналізація покупок; збільшення кількості голосових покупок та голосового пошуку товарів.

Отже, за сприятливої віськово-політичної та економічної ситуації електронна комерція здатна стати одним з наймогутніших сегментів національної економіки за умови економічного стимулювання внутрішнього споживчого ринку.

Список використаних джерел:

1. Іванова І.В., Боровик Т.М., Руденко А.Ю., Залозна Т.Г. Black Friday as a Tool for Sales Promotion. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 4. С. 52-61. DOI: 10.15276/mdt.4.4.2020.3
2. Березовська Л.О., Кириченко А.В. Розвиток електронної комерції в Україні та ЄС. *Економіка та суспільство*. 2022. №42. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1614/1551> (дата звернення: 08.04.2023)
3. Про електронну комерцію: Закон України від 19.11.2022 року № 675-VIII. Законодавство України: веб-сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 08.04.2023)
4. Р. Іванина. Як змінився ринок E-commerce в Україні в 2022 році. *Агенція інтернет-маркетингу Elit-Web*. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-ecommerce-v-ukraine-v-2022-godu>
5. П.Фортельний. Як змінився український ecommerce за місяць війн. *Агенція з перформанс-маркетингу Promodo*. URL: <http://surl.li/gfszh>

6. Rozetka: війна обманула плани або як вдалось врятувати компанію. *Журнал Forbes Ukraine* URL: <http://surl.li/gftje>

7. CEO одного з найбільших маркетплейсів України розповів, наскільки зроста інтернет-торгівля під час війни *Журнал Forbes Ukraine* URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**<https://forbes.ua/news/seo-odnogo-z-naybilshikh-marketpleysiv-ukraini-rozproviv-naskilki-zrosla-internet-torgivlya-pid-chas-viyni-11012023-11000>

8. Як EVA адаптується до роботи в умовах війни. *Офіційний сайт магазину EVA*. URL: <https://work.eva.ua/news/yak-eva-adaptuyetsya-do-roboti-v-umovah-viyni>

УДК:330.321

ВОЄННІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Христофорова Поліна
hristoforova729@ukr.net

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна
Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент кафедри
публічного управління та адміністрування Юлія Головня,

Промисловість має ключове значення для забезпечення національної обороноздатності, територіальної цілісності, суверенітету та економічного розвитку нашої країни. Повномасштабне вторгнення російської федерації завдало важкого удару вітчизняній промисловості. Проаналізуємо, як змінилося промислове виробництво за 2022 рік.

Платіжний баланс України являє собою функціональну макроекономічну модель, котра відображає усі операції, які здійснюються між суб'єктами національної економіки та суб'єктами економік інших держав світу. Ця модель дає змогу аналізувати стан товарних і фінансових ринків, проводити наукові дослідження економічних процесів у державі. За даними 2022 року, що були оприлюднені НБУ, обсяг експорту товарів впав на 35.2% (у 2021 році збільшився на 34.3%), тоді як їх імпорт знизився лише на 19.4% (у 2021 році зріс на 33.4%). Експорт знижувався за всіма основними товарними групами (табл.1).

Таблиця 1

Промисловий експорт за основними товарними групами

№	Товарна група	2022 рік	2021 рік
1	Чорні та кольорові метали	-62.6%	+79.0%
2	Мінеральні продукти	-47.8%	+58.7%
3	Продукція машинобудування	-40.2%	+12.7%
4	Продукція хімічної промисловості	-47.4%	+37.5%
5	Промислові вироби	-40.1%	+31.0%
6	Деревина та вироби з неї	-15.0%	+41.7%

Джерело: складено на основі [6]

У низці галузей, що швидко стали заручниками війни фіксується критичне падіння виробництва, вагомими причинами якого стали:

1. Безпекова ситуація. Унаслідок окупації, постійних ракетних і артилерійських обстрілів зупиняються або руйнуються малі і великі підприємства. Ця тактика окупантів спрямована на швидкий підрив економічного потенціалу країни і позбавлення її спроможності ефективно і довго протистояти агресії. Металургія втратила маріупольські «Азовсталь» і ММК імені Ілліча, відповідно другий і третій за розмірами металургійні заводи України, Авдіївський коксохімічний завод, що їх доповнював у виробничому ланцюжку, як

мінімум сильно пошкоджений. «Запоріжсталь», «АрселорМіттал» (Кривий Ріг) вимушені працювати на мінімальних потужностях.

2. Труднощі із логістикою. Ті підприємства, які здатні продовжувати виробництво, стикаються з розривом логістичних ланцюгів, викликаних блокуванням портів, руйнуванням дорожньо-транспортної інфраструктури, обмеженістю «Укрзалізниці» у перевезенні вантажів. Як свідчить статистика, до повномасштабного вторгнення аж 75% зі сукупного зовнішнього вітчизняного товарообігу припадало на морські порти, які із 24 лютого 2022 р. були заблокованими [5]. Досить актуальною є проблема нестачі пального через російські удари по Кременчуцькому нафтопереробному заводу та паливних сховищах по всій території України. В результаті паливо тепер на 100 % імпортується.

3. Енергетичне забезпечення. Для організації виробничих процесів підприємства потребують енергії. Атаки на енергетичну інфраструктуру продовжують руйнувати підприємства, паралізувати життя громадян та економічної системи в цілому.

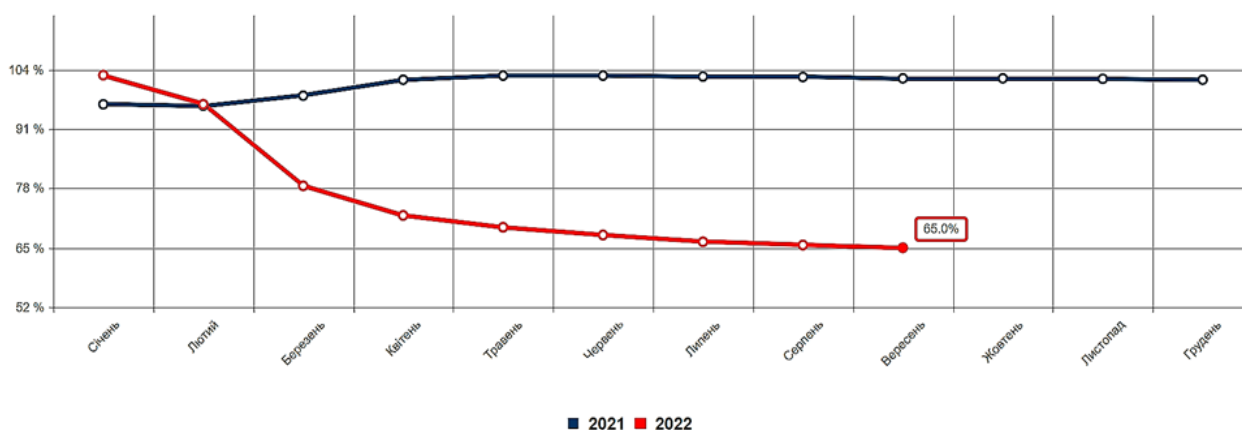
4. Проблема людського капіталу і робочої сили. За даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (UNHCR), станом на 28.03.2023 року через війну за кордоном залишаються 8,2 млн. українських громадян [7]. Згідно з опитуванням UNHCR 87% мігрантів – жінки з дітьми, 65% жінок – працездатного віку, від 18 до 59 років. Дві третини переміщених осіб мають вищу освіту, а майже половина – були зайняті у висококваліфікованих професіях. Також чверть з них навіть не впевнені, що повернуться в осяжному майбутньому [8].

Разом з тим на сьогодні точної статистики трудової міграції в Україні не існує взагалі: вона є умоглядною і оціночною. Таким чином, переміщені особи мають хорошу освіту та соціальний вплив, входили до креативного класу, створювали суспільну цінність, впливали на зростання ВВП. Це велика втрата для промисловості України, так як людський капітал виступає в якості ключового виробничого фактору.

Станом на вересень 2022 р. внаслідок погіршення результатів у промисловості відбулося падіння індексу промислової продукції, що становить 65,0 % відповідно до вересня 2021 року (рис. 1).

ІНДЕКС ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

(КУМУЛЯТИВНО, % ДО ВІДПОВІДНОГО ПЕРІОДУ ПОПЕРЕДНЬОГО РОКУ)



при документуванні втрат, оскільки працюють активні збройні сили, а також через те, що не вся інформація може бути оприлюднена з міркувань національної безпеки. Оцінка збитків за галузями промисловості станом на вересень 2022 року була проведена Київською школою економіки, фахівці якої застосовували прямі і непрямі методи оцінки збитків [3]. Згідно їх досліджень найбільше постраждалі – галузі з виробництва металів, коксу та продуктів нафтопереробки. За підсумками 2022 року збитки, завдані українському бізнесу оцінювались в 13 млрд. доларів [2].

Таким чином, унаслідок російської воєнної агресії українська промисловість зазнала

коласальних втрат. Очевидно, що обсяг втрат нашої держави уже перевищує кількарічний ВВП. Але при цьому, незважаючи на те, що війна й досі триває, формування стратегічних цілей відбудови і визначення галузевих векторів відновлення вже сьогодні є надзвичайно важливим завданням для України [1, с. 24]. Сьогодні є чимало думок щодо напрямів відновлення, проте спільним у цих думках є усвідомлення необхідності розбудови якісно іншої господарської системи зі зміною структури економіки від сировинно - експортної до виробничої. Поряд з цим Уряд і суспільство мають вирішити чи будувати капіталомісткі підприємства недалеко від кордону з російською федерацією чи перемістити центр промислового тяжіння України у західні регіони.

Список використаних джерел:

1. Дейнеко Л.В., Кушніренко О.М., Циплицька О.О., Гахович Н.Г. Наслідки повномасштабної воєнної агресії РФ для української промисловості. Економіка України. 2022. № 5. С. 03—25.
2. Збитки, завдані українському бізнесу внаслідок російської агресії / Kyiv School of Economics URL: <https://damaged.in.ua/damage-assessment> (дата звернення: 31.03.2023).
3. Збитки промисловості через війну 27 вересня 2022 року. Вокс Україна. URL: <https://voxukraine.org/zbytky-promyslovosti-cherez-vijnu> (дата звернення: 31.03.2023).
4. Індекс промислового виробництва. URL: <https://me.gov.ua/Charts/Detail?lang=uk-UA&id=ce4a90d7-2020-4c73-90e2-f11390c04319> (дата звернення: 31.03.2023).
5. Ніцевич А., Ткачов В., Буда Р., Горбачов М., Горова К. Логістика та міжнародна торгівля в Україні в умовах війни. 2022. URL: <https://eba.com.ua/logistyka-ta-mizhnarodna-torgivlya-v-ukrayini-v-umovah-vijny>.
6. Платіжний баланс у 2022 році. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external> (дата звернення: 31.03.2023).
7. Situation Ukraine. Refugee Situation. Situations. URL: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine> (дата звернення: 28.03.2023).
8. Lives on hold: Intentions and perspectives of refugees from Ukraine. URL: https://data.unhcr.org/en/documents/details/95767#_ga=2.5544499.1218543842.1663938030-518881478.1646318875 (дата звернення: 31.03.2023).

УДК 330.322

ІНВЕСТУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Вікторія Фільшина

vikbox1@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Людмила Долока, викладач, спеціаліст вищої категорії

Інвестування є невід'ємною складовою покращення інвестиційного клімату в будь-якій країні. Одним із найважливіших джерел фінансування інвестиційних потреб економіки України є прямі іноземні інвестиції. Тому наразі актуальним є дослідження інвестиційної привабливості України на фоні швидкозмінного середовища та впливу війни.

З початку повномасштабного вторгнення, перші місяці інвестори найбільше вкладали кошти в базові людські потреби. За результатами опитування спільноти «УкрінвестКлубу» - найбільшого в Україні майданчика роздрібних інвесторів, який до війни налічував понад 5000 учасників найбільше інвестували в сільське господарство, а саме 56% та будівництво - 50% відповідей. Далі іде інфраструктура, а саме транспорт, склади, пошта і переробка – 41% та 40% [1].

За даними Міністерства фінансів, 2022 рік став роком, на протязі якого реальні інвестиції в Україну майже не заходили. Про це свідчать статистичні дані за перші три квартали 2022 року. За даний період в економіку України надійшло 190 млн. дол. прямих іноземних інвестицій, а виведено було капітал майже на 159 млн. дол. В результаті ми маємо позитивне сальдо в сумі 31 млн. дол., але для масштабів економіки України це занадто малі цифри [2].

Незважаючи на війну, можемо відмітити, що спаду капіталовкладень в ІТ-сектор і стартапи майже не відбулося. Значна частина ІТ-фахівців переїхала в безпечні регіони країни, що дало їм змогу не зменшувати темпів своєї роботи. Тому інвестори продовжили вкладати кошти в наші ІТ-компанії, а венчурні фонди продовжують збирають кошти для фінансування українських стартапів.

Незважаючи на всі виклики спричинені війною в Україні, ІТ-сектор у I кварталі 2022 року приніс державі рекордні експортні надходження у розмірі 2 млрд. доларів, а це на 33,3% більше ніж у відповідному періоді 2021 року. За даними Національного банку України, обсяг ІТ-експорту фактично зріс майже на 30% [3].

За даними Європейської Бізнес Асоціації, у першому півріччі 2022 року відбулося значне падіння індексу інвестиційної привабливості до 2,17 балів із 5. Але вже починаючи з другого півріччя можна спостерігати відновлення інвестиційної привабливості України, індекс піднявся до позначки 2,48. На такому ж рівні він був у 2020 році, коли значний вплив на економіку країни здійснила активна фаза пандемії Covid-19 [4].

Експерти відзначають, що на першому місці серед факторів негативного впливу на інвестиційний клімат України є повномасштабна військова агресія росії проти України. На друге місце ставлять атаки на українську енергосистему, а третє місце займає корупція.

В той же час можна відмітити і позитивні зміни, які покращують бізнес-клімат в Україні, а саме надання Україні статусу кандидата на вступ до ЄС, скасування встановлених квот та мита на український експорт, «транспортний безвіз», а також включення українських логістичних шляхів до індикативних мап Трансєвропейської транспортної мережі (TEN-T) [5].

Станом на сьогодні, велика кількість держав цивілізованого світу вже заявили про свої наміри долучитися до повоєнної відбудови України. Це, безумовно, додає впевненості в покращенні у майбутньому, але українська економіка повинна працювати вже зараз, бо вона повинна забезпечувати наших мужніх захисників та добробут всіх громадян.

Саме тому залучення інвестицій є одним із надважливих завдань для української влади на 2023 рік. Кабінет Міністрів України зазначає, що важливим кроком в цьому напрямку є реалізація пілотного проекту страхування від військових ризиків, який Україна планує реалізує разом із Багатостороннім агентством з гарантування інвестицій (MIGA), що належить до групи Світового банку. На реалізацію цієї ініціативи наша країна вже отримала від MIGA 30 млн. доларів [6].

Європейська бізнес-асоціація та асоціація Global Business for Ukraine разом з компанією Ukraine Invest створили мапу інвестиційних можливостей та бізнес-можливостей України з розбивкою по регіонах. Дана мапа дозволить потенційним інвесторам швидко шукати проекти, відсортувавши їх за регіоном, видом економічної діяльності. На даній мапі станом на сьогодні вже позначено 81 проект та 14 індустрій. Кожен проект містить інформацію про необхідну суму інвестицій, цілі, строки реалізації, інвестиційні можливості і т.д. [7].

За даними Міністерства економіки України з метою залучення в економіку країни іноземних інвесторів було створено унікальну електронну платформу Advantage Ukraine. На даній платформі вже зібрано понад 500 інвестиційних проектів, а також визначені інвестиційні можливості у 10-ти галузях економіки [8].

Пріоритетними галузями для залучення прямих інвестицій є:

- IT-індустрія в якій спостерігалось стрімке зростання до початку війни і найкращі показники стійкості від початку повномасштабної війни;
- оборонно-промисловий комплекс, який дасть змогу забезпечити захист території країни та гарантії безпеки в майбутньому;
- металургія та металообробка, що дасть можливість утримувати нішу на ринку заліза, за рахунок багаторічного досвіду в сфері виробництва титану та титановмісної продукції;
- енергетика, а саме вкладення в «зелені» електричних потужності;
- природні ресурси, так як Україна має значні запаси вугілля, природного газу, марганцю, залізної руди, солі, графіту, нафти тощо;
- агропромисловий комплекс, який «кормить» всю Європу;
- логістика та інфраструктура. Україна є транзитним коридором завдяки своєму географічному розташуванню, що робить логістику одним із найважливіших секторів економіки;
- промислове виробництво, яке включає велику мережу машинобудівних підприємств;
- деревообробна промисловість та меблеве виробництво. Україна може стати потужною меблевою фабрикою світу, завдяки ресурсній базі та логістиці;
- фармацевтика. Дана галузь може стати одним із лідерів інвестицій, так як фармацевтичні компанії України відповідають міжнародним стандартам [9].

Отже, війна дуже негативно вплинула на інвестиційну сферу України. Велика кількість інвесторів відмовились співпрацювати з Україною через постійні ракетні обстріли та територіальну небезпеку, а також невизначену економіко-політичну ситуацію. Але в той же час Україна залишається привабливою для інвесторів, які співпрацюють в IT-секторі та в сфері інноваційної діяльності. Після перемоги Україна стане однією з найпривабливіших країн для вкладення інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Які сфери є найбільш привабливими для дрібних приватних інвесторів під час війни? *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/18/687187/> (дата звернення: 08.04.2023).
2. Реальні інвестиції в Україну у 2022 році практично не заходили. *УкрАгроКонсалт*. URL: <https://ukragroconsult.com/news/realni-investyciyi-v-ukrayinu-u-2022-roczy-praktychno-ne-zahodyly/> (дата звернення: 08.04.2023).
3. Інвестиції під час війни: тенденції та перспективи. URL: <https://buduysvoe.com/publications/investyciyi-pid-chas-viyny-tendenciyi-ta-perspektyvu> (дата звернення: 09.04.2023).
4. Індекс інвестиційної привабливості України відновився до «ковідного» значення. *Європейська бізнес асоціація*. URL: <https://eba.com.ua/indeks-investytsijnoyi-pryvablyvosti-ukrayiny-vidnovyvsya-do-kovidnogo-znachennya/> (дата звернення: 10.04.2023).
5. Інвестування в Україну під час війни. URL: <https://trans.info/ua/investuvannya-v-ukrayinu-pid-chas-viyni-327911> (дата звернення: 10.04.2023).
6. Вийти з туману війни: як Україна зможе залучати іноземні інвестиції у 2023 році. *УНІАН інформаційне агентство*. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/viyti-z-tumanu-viyni-yak-ukrajina-zmozhe-zaluchati-inozemni-investiciji-u-2023-roci-12084243.html> (дата звернення: 12.04.2023).
7. В Україні розробили мапу бізнес-можливостей. *Слово і діло. Аналітичний портал*. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/02/11/novyna/biznes/ukrayini-rozroblyly-mapu-biznes-mozhlyvostej> (дата звернення: 12.04.2023).
8. Інвестиції в Україну та відновлення економіки. *Міністерство економіки України*. URL: <https://www.me.gov.ua/> (дата звернення: 13.04.2023).

9. Країна можливостей: чому інвестор прийде в Україну. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/29/691997/> (дата звернення: 14.04.2023).

УДК 339:54

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНУ СФЕРУ УКРАЇНИ

Олександра Шевчук

sashashevchuk201@gmail.com

Державний податковий університет, м.Ірпінь, Україна

Науковий керівник: доктор екон. наук Яніна Белінська

Російське вторгнення призвело до колапсу торгівлі України, зокрема зовнішньої. Через російську блокаду українські порти втратили статус основних експортних воріт країни. Залізничний та автомобільний транспорт набув особливого значення, оскільки з 24 лютого 2022 року Україна використовує їх для перевезення та імпорту більшості своїх товарів через територію своїх західних сусідів. Як наслідок, Європейський Союз зміцнив свою роль як головного торговельного партнера України як в експорті, так і в імпорті, а Польща – вперше в історії – стала лідером у торговому обміні України.

У 2022 році відбулося дуже серйозне падіння експорту (-35,1%) та імпорту України (-24,2%) (рис. 1). Слід зазначити, що на практиці вплив військових дій на український експорт є більш серйозним, ніж те, що показує офіційна сукупна статистика за 2022 рік, оскільки вона враховує два довоєнні місяці. За цей короткий період Україна зафіксувала дуже сприятливі дані в результаті економічного відновлення після пандемії.

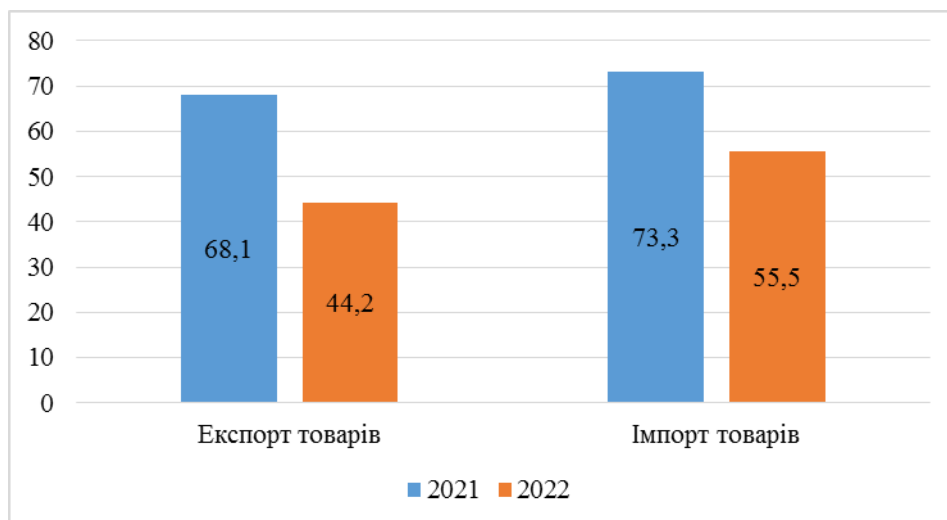


Рис. 1. Порівняння експорту та імпорту товарів України у 2021 та 2022 роках, млрд дол. США

Джерело: складено автором на основі [3]

Отже, помітно значне скорочення обсягів експорту (на 23,9 млн дол. США) та імпорту (на 17,8 млн дол. США) товарів у 2022 році в порівнянні з мирним 2021 роком.

Російська агресія спричинила стрімке падіння торгівлі України: уже в березні 2022 року її експорт впав на 49,5%, а імпорт — аж на 70,7% (рис. 2). Ще однією причиною цього спаду був той факт, що до війни Росія та Білорусь були важливими економічними партнерами України, особливо щодо імпорту палива. Після 24 лютого 2022 року торговельні відносини України з Росією зруйнувалися, а цифри, наведені в щорічній статистиці, в

основному стосуються торгівлі, яка здійснювалася в січні та лютому. Те ж саме стосується Білорусі, хоча в цьому випадку скорочення двосторонньої торгівлі розтягнулося на більш тривалий період.

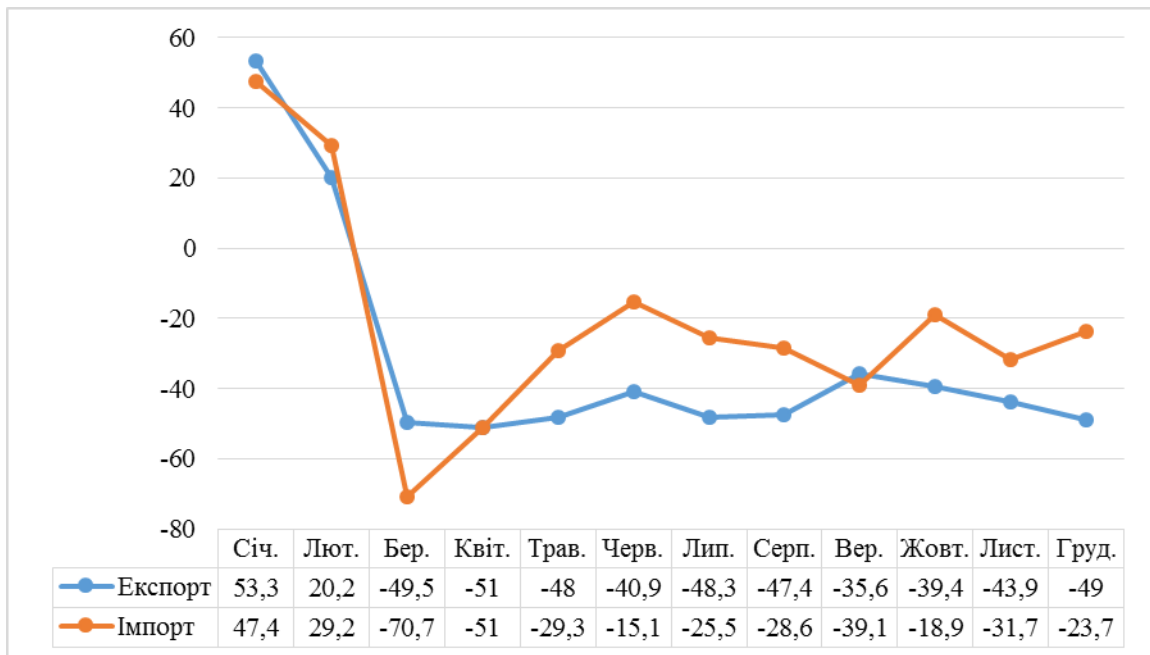


Рис. 2. Темп приросту/скорочення експорту та імпорту товарів у 2022 році в порівнянні з аналогічними показниками 2021 року, %

Джерело: складено автором на основі [2]

Таким чином, хоча ситуація з імпортом частково стабілізувалася протягом другої половини 2022 року (у грудні 2022 року імпорт України впав на 23,7% порівняно з груднем 2021 року), з експортом вона продовжує залишатися дуже складною (-49% у грудні 2022 року проти грудня 2021 року).

Масштаб змін, які Україна зафіксувала в торговельному обміні, різний для окремих географічних регіонів. ЄС закріпив за собою статус основного реципієнта українських товарів (на країни ЄС припало 64% експорту України). У торгівлі з іншими регіонами світу було зафіксовано падіння від 20% до 90% (рис. 3).

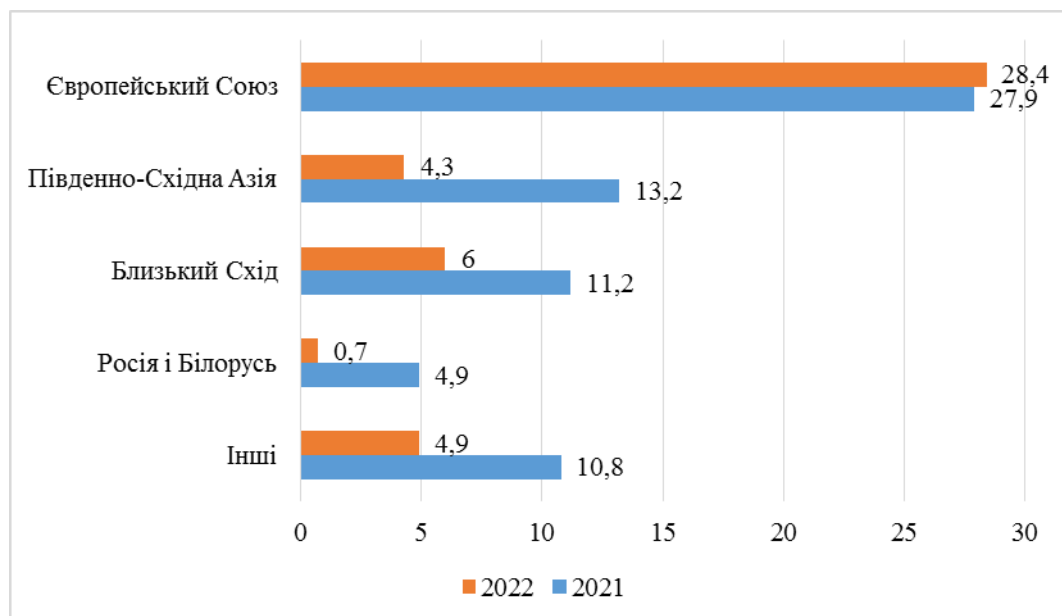


Рис. 3. Порівняння товарного експорту України у 2021 та 2022 роках за окремими регіонами світу, млрд дол. США

Джерело: складено автором на основі [1]

Таким чином, експорт України до Європейського Союзу зріс на 1,7% у 2022 році в порівнянні з 2021 роком.

Структура імпорту товарів України за регіонами світу представлена на рисунку 4.

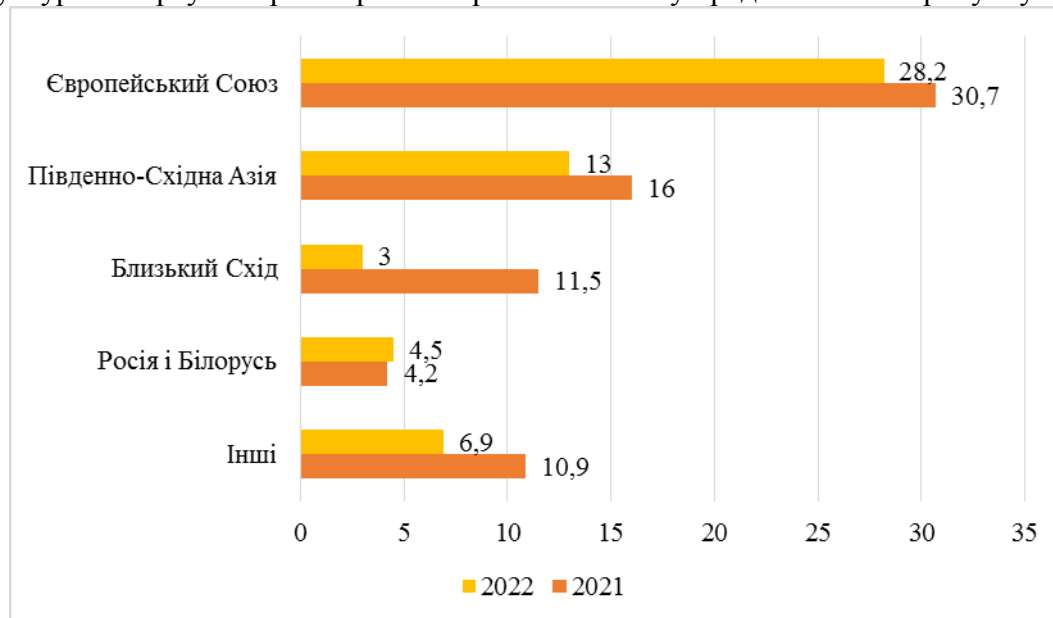


Рис. 4. Порівняння товарного імпорту товарів України у 2021 та 2022 роках за окремими регіонами світу, млрд дол. США

Джерело: складено автором на основі [1]

Отже, на ЄС припадає 51% імпортованих Україною товарів, падіння зафіксовано в усіх інших регіонах світу, окрім Близького Сходу.

Україна має значний потенціал для розвитку зовнішньої торгівлі, але існують деякі проблеми, які потрібно вирішувати. Безумовно, на даному етапі, ключовою проблемою, яка гальмує зовнішню торгівлю є війна. Існують також інші проблеми: недостатній рівень експорту України, низька конкурентоспроможність українських товарів, низький рівень інвестицій у виробництво, відсутність розвиненої інфраструктури, корупція. Для того, щоб зробити зовнішньоторговельну діяльність України більш ефективною та конкурентоспроможною, потрібно зосередитись на розвитку інфраструктури та логістики, підвищенні якості виробництва, залученні інвестицій та розвитку кадрів. Крім того, сприятливим для розвитку зовнішньої торгівлі України може стати укладання нових торговельних угод з іншими країнами та збільшення обсягу експорту у традиційні напрямки.

Можна зробити висновок, що війна досить негативно вплинула на зовнішньоторговельну діяльність України. Відбулося значне скорочення обсягів експорту та імпорту, які дещо стабілізувались протягом року, проте все ще залишаються на досить низькому рівні. Окрім причин, безпосередньо пов'язаних з війною (втрата Україною частини території та збиток її промислових об'єктів в експортоорієнтованих галузях), основною причиною цього занепаду була блокада чорноморських портів України, через які Україна відправляла близько двох третин свого експорту до російського вторгнення. Хоча блокаду було частково знято в серпні 2022 року, вона стосувалася лише сільськогосподарської продукції, а не інших ключових експортних товарів України, таких як залізна руда та металургійна продукція.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://customs.gov.ua/> (дата звернення: 29.03.2023).
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.04.2023).
3. A year of war in Ukraine's foreign trade. *OSW Centre for Eastern Studies*. URL: <https://www.osw.waw.pl/en/publikacje/osw-commentary/2023-02-08/a-year-war-ukraines-foreign-trade> (date of access: 05.04.2023).

УДК: 339.13.024

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ БРЕНДИНГУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Вікторія Біжко

Bizhkovika1505@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. техн. наук Наталія Хлебнікова

Наразі в Україні брендинг перебуває на стадії відновлення та розвитку, за рахунок чого не всі компанії сприймають за необхідне, окрім створення нових брендів, модернізувати поточні на ринку. Жоден продукт не протримається весь життєвий цикл на рівні зростання без своєчасних поновлень дизайну, рекламної кампанії, слогану чи методів поширення. Тому саме оновлений продукт має змогу залучити більше уваги потенційних покупців, що будуть його споживати [1].

До способів удосконалення брендингу продовольчої продукції в Україні можна віднести наступні:

1. Створення власного бренду, що відповідає цілям і цінностям організації, що є важливим кроком у розвитку бізнесу. Необхідно використовувати унікальні кольори, логотип і шрифти для кожного окремого бренду, які відображатимуть особливості продукції компанії [2].

2. Використання екологічно чистих матеріалів для упакування продукції, таких як: картон, пластик або біопластик, що може забезпечити унікальний вигляд із зображенням природних об'єктів, що сприятиме більш активному сприйняттю продукту компанії [2].

3. Застосування якісних матеріалів для упакування продукції може зберігати її свіжість і якість. Крім того, якість упакування впливає на естетичний вигляд продукту та може зробити його більш привабливим для споживачів.

В Україні налічується достатньо виробників якісних пакувальних матеріалів, які можуть бути використані для пакування продуктів. Наприклад, компанія «Уніпак» виробляє пакувальні матеріали високої якості з використанням найновіших технологій, за рахунок чого відбувається збереження якості продукту та збільшення термінів його зберігання [3].

4. Застосування інноваційних технологій може допомогти покращити якість продукту та його брендинг. Наприклад, використання технологій збереження свіжості продукції забезпечить більш довготривале зберігання, а отже, поліпшить якість цієї продукції.

Україна є країною, яка перебуває у фазі розвитку галузі інновацій і технологій. Сучасні технології забезпечують виробництво продукту більш ефективним та екологічним. Крім того, використання технологій інформаційних систем може сприяти ефективному управлінню брендом і покращенню комунікації зі споживачами.

5. Розвиток ефективних стратегій маркетингу може допомогти збільшити увагу споживачів до продукту та покращити брендинг. До цього відноситься також розробка програм лояльності для підвищення відданості споживачів і їх лояльності до бренду. Приміром, програма накопичення балів може спонукати покупців повертатися до придбання товару знову та знову [4].

Українські виробники можуть запроваджувати різні програми лояльності, наприклад, програми знижок, подарунків чи промокодів. Важливо, щоб ці програми були привабливими для споживачів і не забирали значну частину коштів компанії на їхню реалізацію.

6. Підвищення свідомості споживачів про продукт і його якість може допомогти покращити брендинг і збільшити довіру до продукту, приміром, провівши інформаційні кампанії про вигоди вживання здорової їжі.

7. Підвищення якості обслуговування споживачів надає більш високий рівень задоволення клієнтів і збільшує їх лояльність до бренду. Важливо забезпечувати якісне обслуговування на всіх етапах взаємодії з клієнтом – від замовлення продукту до післяпродажного обслуговування. Надання індивідуальних консультацій і рекомендацій щодо використання продукту може покращити взаємодію з клієнтами та збільшити їх задоволеність [4].

8. Використання інтернет-маркетингу впливає на просування продукту та забезпечення ширшої аудиторії споживачів. Соціальні мережі для просування продукту сприяють збільшенню споживачів і підвищенню їх інтересу до придбання продуктів.

9. Співпраця з мережами супермаркетів і роздрібними магазинами може забезпечити широке поширення продукту та збільшити його популярність серед споживачів.

Для розвитку співпраці з мережами супермаркетів і роздрібними магазинами доцільно виконувати всі вимоги щодо якості та безпеки продукту, а також розробляти ефективну стратегію маркетингу та просування продукту на ринку.

10. Реклама та піар можуть допомогти привернути увагу споживачів і збільшити популярність продукту на ринку. Реклама виконується у формі телевізійних і радіоэфірних роликів, рекламних оголошень у газетах чи журналах, а також у вигляді онлайн-реклами на інтернет-ресурсах.

Для ефективної реклами та піару важливо розробити якісну стратегію та використовувати різні інструменти маркетингу з урахуваннями чинного законодавства.

Українські виробники продовольчої продукції мають значний потенціал для розвитку та покращення свого брендингу. Використання різних методів та інструментів маркетингу підвищує популярність продукту на ринку та забезпечує більшу конкурентоспроможність виробника. Важливо також дотримуватись вимог якості та безпеки продукту, а також забезпечувати ефективну взаємодію зі споживачами та мережами роздрібних магазинів для поширення продуктів і товарів.

Одним з головних чинників удосконалення брендингу продовольчої продукції є використання сучасних технологій у виробництві та маркетингу. Окрім того, потрібно враховувати тенденції та особливості ринку, а також дотримуватись вимог споживачів щодо якості та безпеки продукту. Також важливо звертати увагу на дизайн та упаковку продукту, які можуть впливати на його привабливість та розпізнаваність серед конкурентів.

Загалом, удосконалення брендингу продовольчої продукції в Україні є актуальною задачею для виробників, яка може допомогти забезпечити конкурентні переваги на ринку та забезпечити зростання бізнесу. Для досягнення цієї мети необхідно використовувати вищезазначені методи та інструменти маркетингу, дотримуватись вимог якості та безпеки продукту та ефективно співпрацювати зі споживачами та мережами роздрібних магазинів.

Список використаних джерел:

1. Гончарук Н. Брендинг як фактор підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. URL: <http://surl.li/gifdx>
2. Архипова М., Афян А., Бошицький Ю. Формування брендів регіональних продуктів як спосіб популяризації України на міжнародному ринку. URL: <http://surl.li/gifet>
3. Головна сторінка сайту компанії «Уніпак». URL: <https://unipak.dk/uk>
4. Сагер Л., Колесник А. Лояльність споживача: сутність та види програм. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/32.pdf

УДК 339.13: 658.114

**ВИКОРИСТАННЯ PEST-АНАЛІЗУ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА З
ВИРОБНИЦТВАТА ПРОДАЖУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ З КОЗИНОГО МОЛОКА
«О'ФЕРМА»**

Анастасія Бондарєва

bondarevaanastasiia@gmail.com

*Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро
Науковий керівник: канд. екон. наук Тетяна Дронова*

Аналіз зовнішнього/внутрішнього середовища компанії, її діяльності, споживачів тощо складає вагомую частину роботи маркетинг-відділів підприємств. Особливого значення аналітика набуває у кризові періоди, адже середовище стає більш, ніж агресивним і дії компанії потребують більшого зважування. За таких умов підприємства мають швидко відреагувати на несподівані зміни в зовнішньому середовищі. Тому суб'єкту господарювання необхідно постійно проводити моніторинг нинішнього становища функціонування, напрямів розвитку своєї діяльності в перспективі, наявних можливостей та ресурсів. З цією метою компанія може використати такий метод стратегічного аналізу як PEST-аналіз.

PEST-аналіз – це маркетинговий інструмент, метою використання якого є дослідження політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів зовнішнього середовища, що безпосередньо впливають на діяльність підприємства [1]. Важливість аналізу зовнішнього середовища підприємства полягає у визначенні сили прояву кожного із факторів на поточну діяльність підприємства, на процес досягнення ним місії та цілей. Керівництво має обов'язково виявити суттєві чинники та проаналізувати їх вплив на підприємство і врахувати виявлену тенденцію змін в процесі прийняття управлінських рішень.

Можливості підприємства стосовно задоволення потреб залежать від багатьох реальних чинників і подій макросередовища, що насамперед вносить свої корективи в систему ресурсів, необхідних для виконання підприємством своєї місії, визначає параметри виробничої системи. Макросередовище впливає на бажані обрії підприємства як опосередковано, через мікросередовище, так і безпосередньо, здійснюючи втручання в ринкові відносини, що здебільшого продиктовано позитивними намірами задля регулювання ринку і відношень між його суб'єктами [5, с. 83].

Вплив макросередовища відбувається на всі суб'єкти господарювання загалом, а не на окремо взяте підприємство. Проте цей вплив різний, в залежності від галузі, специфіки бізнесу, внутрішнього потенціалу компанії. Важливо, що підприємство фактично не може впливати на зовнішні фактори, але його діяльність має бути підлаштованою під них.

Так як зовнішнє середовище характеризується постійною мінливістю, то для дослідження компанія повинна мати інформацію про характер змін цього середовища. Аналіз проводиться, використовуючи матричний метод. По-перше, експертами, які проводили діагностику стану зовнішнього середовища, було проведено відбір факторів. По-друге, обрані фактори розділено на групи з метою побудувати матриці взаємозв'язків цих факторів за шкалою оцінки їхнього стану.

Діагностику зовнішнього середовища методом PEST-аналізу нами було проведено на прикладі бренду «О'Ферма», що спеціалізується на фермерстві та виробництві продуктів з козиного молока» та діє на базі ФГ «Миколаєво-Петрівське» (код ЄДРПОУ – 34359052) (табл. 1).

Оцінка факторів впливу здійснювалась за шкалою від 1 до 5, де 1 – аналізований чинник має менший вплив на діяльність підприємства, а 5 – аналізований чинник має суттєвий вплив на функціонування суб'єкта господарювання.

Тематичний напрям 3. Сучасний маркетинг у підприємницькій діяльності

Таблиця 1

«PEST-аналіз підприємства «О'Ферма» [2, 3, 4]

Фактори макросередовища	Стан фактора	Тенденції розвитку фактора	Характер впливу		Ступінь впливу	Можливі дії організації
Політичні фактори						
1. Рівень корупції	Індекс сприйняття корупції у 2022 р. – 33/100 – є покращення, але рівень корупції залишається високим	З кожним роком ІСК збільшується на 2-3 одиниці, тобто покращується	Негативно впливає на можливості ведення бізнесу через системи «відкатів» тощо		+4	Ведення усіх сфер бізнесу відповідно до законодавства
2. Стійкість політичної влади	Політична влада займає стійкі позиції + має зрозумілий курс розвитку	За умови незмінності політ. курсу, рівень стійкості лише збільшає	Позитивно впливає, адже дає упевненість, навіть в умовах війни		+3	Планомірна діяльність згідно із законодавством
3. Податкова політика	На час війни податкове навантаження максимально зменшилось	На час війни змін не планується	Полегшує діяльність у матеріальній/операційній діяльності		+3	Сплачувати повний пакет податків разом із ЄСВ
4. Військові дії в країні	В країні ведуться активні бойові дії	-	Високі, непередбачувані Ризики фізичних та матеріальних втрат		+4	Дотримання рекомендованих дій задля безпеки
Економічні фактори						
1. Рівень інфляції	На кінець 2022 р – 26,5% (дуже висока)	Можлива стабілізація	«-» знецінення ресурсів Підприємства + значне підвищення цін на витратні статті підприємства		+4	Спрямованість на підтримання купівельної спроможності заощаджень
2. Дефіцит державного бюджету	7,2 млрд. грн. дефіциту (січень 2023)	Можлива як стабілізація, так і погіршення ситуації	«-» скорочення дотацій від держави		+2	Проведення різних соціальних «+» можливість надання дотацій програм, що сприяє наданню дотацій
3. Кадрове забезпечення	Недостатня кількість кадрів	Зростання пропозиції необхідних спеціалістів	«-» проблеми в пошуку кадрів для підприємства		+4	Навчання молодих спеціалістів за умови подальшої співпраці
4. Скорочення оходів споживачів	Зниження доходів споживачів	Скоріш за все, покращення ситуації	«-» попиту	зниження	+2	Редагування стратегії відповідно до актуальних умов
Соціальні фактори						
1. Спосіб життя і звички користувачів	Звички, потреби і спосіб життя споживачів у деяких моментах сильно змінились через війну	Зміни продовжуються (навіть без впливу війни)			+3	Регулярна кореляція Стратегії підприємства відповідно до змін в поведінці споживача
2. Імміграція	За час війни з України виїхало 9,6 млн ос.	Залежить від стану військових дій	«-» зниження попиту «+» у подальшому це призведе до збільшення довіру та «любові» до локальних виробників		+1	Робота з тим населенням, що лишилось в країні
Технологічні фактори						
1. Ступінь використання та впровадження технологій	Низький рівень інновацій	Можливе як покращення, так і погіршення ситуації в залежності від економічного стану	«-» нижча якість та швидкість виробництва		+2	Впровадження інновацій на підприємстві

Таким чином, повномасштабна війна в Україні зробила з і без того нелегкого зовнішнього середовища – агресивне. Фактично, більшість факторів негативно впливають на діяльність підприємства, а факт ведення активних бойових дій в країні ставить під питання

фізичне існування підприємства.

Щодо позитивних наслідків: діяльність та розвиток у таких складних умовах сприятиме високому рівню адаптивності та стійкості у часи після перемоги. До того ж, повномасштабна війна сприятиме розвитку тенденції підтримки локальних продуктів через підвищення потреби/лояльності населення до них. Також можемо відмітити, що через цифровізацію багатьох

процесів, помітно зменшився рівень бюрократії і сплачувати податки, вести бізнес стало значно легше.

Список використаних джерел:

1. Що таке PEST-аналіз. URL: <https://business.dii.gov.ua/handbook/marketing/so-take-pest-analiz> (дата звернення: 17.03.2023).
2. Індекс сприйняття корупції – 2022. URL: <https://cpi.ti-ukraine.org> (дата звернення: 17.03.2023).
3. Індекс інфляції в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (дата звернення: 17.03.2023).
4. Державний бюджет України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/> (дата звернення: 17.03.2023).
5. Ареф'єва О. В., Городинська Д. М. Економічна стійкість підприємства : сутність, складові та заходи її забезпечення. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 8. С. 83-91.

УДК: 338.4

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Альона Бузько

aaalnaaa.b@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: проф., д-р. екон.наук, Олег Куклін

В Україні проведені економічні реформи, які створили базові передумови для розвитку бізнесу в країні, що ґрунтуються на маркетингових принципах та внутрішньо-економічних зв'язках. Зарубіжний досвід підтверджує, що розвиток корпоративної маркетингової системи є одним з найбільш надійних способів забезпечення стабільності бізнесу. Це досягається шляхом створення сприятливого середовища для дистриб'юторів, клієнтів та інших компаній. Для ефективного управління організацією важливо належним чином організувати маркетингову діяльність, включаючи побудову організаційно-економічного механізму управління, забезпечення інформаційно-аналітичної бази, а також використання сучасних методів планування та організації виробництва.

Ефективність традиційних методів ринково-орієнтованої діяльності на промислових підприємствах знижується через зовнішні зміни макро- і мікросередовища, що вимагає виробництва та маркетингу нових продуктів, а також інноваційних рішень в галузі людських ресурсів, фінансів та інших аспектів. У сучасному бізнес-світі успішний розвиток промислових підприємств залежить від ефективної роботи в галузі маркетингу, розробки та виробництва нових продуктів і використання новітніх технологій. Успіх таких підприємств залежить від розроблення та реалізації ефективних планів розвитку.

Макро- та мікросередовищні зміни призвели до неефективності традиційних маркетингових інструментів, що вимагає пошуку нових способів орієнтації маркетингової діяльності, щоб відповідати поточним соціально-економічним процесам, новим

можливостям роботи з інформацією та іншим чинникам. Це вимагає покращення контролю за існуючими системами та розробки нових маркетингових інструментів та методів, щоб зосередитися на нових ринкових можливостях та загрозах, цільових ринках і допомогти промисловим компаніям підвищити конкурентоспроможність і зміцнити свої позиції на ринку.

Якщо говорити про розвиток маркетингових концепцій, то можна зазначити, що вона поступово перетворюється на систему управління, що об'єднує модель великого маркетингового відділу та експертів, які спеціалізуються на маркетингових дослідженнях, продажах, рекламі, просуванні та дистрибуції товарів або послуг [1].

За останні роки наука маркетингу та підходи до бізнесу зазнали значних змін. Хоча багато з розроблених протягом століть концепцій маркетингу залишаються корисними для промислових компаній й досі, економічні трансформації останніх років викликали потребу в сучасних методах маркетингу та нових концепціях, щоб допомогти підприємствам успішно функціонувати на ринку [2]. Один з найбільш перспективних підходів сьогодні - холістичний маркетинг.

Умови невизначеності, глобалізація, цифрові технології, глобальні проблеми та збільшення соціальної відповідальності сприяють зростанню ринків. У зв'язку з цим, керівники підприємств активно використовують маркетинг як ефективний інструмент для забезпечення прибутку та стабільної позиції на ринку. Керівники-маркетологи зосереджуються на збільшенні продажів, приверненні нових клієнтів, формуванні довгострокової лояльності тощо, щоб забезпечити ефективність своїх рішень.

Маркетинг стає все більш інтегрованою складовою організацій, замінюючи традиційний підхід з окремим відділом. Сучасні підходи вимагають, щоб маркетинг визначав бачення, цілі та стратегічні плани компанії. Це означає визначення потреб клієнтів, продуктів та послуг, цін, комунікацій, розподілу та партнерських відносин. Ефективність маркетингу залежить від співпраці всіх відділів компанії для досягнення спільних цілей. Кращі компанії використовують холістичний підхід до маркетингу, щоб врахувати всі ці зміни [2].

Проте, в основному бізнес-середовищі маркетинг вважається окремою складовою підприємницької діяльності, що діє самостійно та є об'єктом окремого управління. Але з огляду на зміни в ринковій економіці, важливо використовувати маркетингові підходи, тому вся система управління промисловим підприємством має бути орієнтована на маркетинг [3].

На мою думку, застосування цифрових технологій дає компаніям можливість отримати перевагу перед конкурентами, розробляючи нові бізнес-моделі, які включають у себе всі клієнто-орієнтовані мережі та потреби, йдучи за межі традиційних ланцюжків вартості. Покращення відносин з клієнтами та партнерами стає важливою складовою для підвищення ефективності та продуктивності підприємства, спрощення кінцевих бізнес-процесів, зменшення витрат на запаси та оптимізації процесів, починаючи від замовлення й закінчуючи отриманням платежу. Ефективні бізнес-процеси можуть сприяти поліпшенню якості обслуговування та зниженню витрат, що допоможе компаніям забезпечити собі конкурентні переваги.

Маркетинговий процес має на меті розвиток бізнесу та формування бренду шляхом продажу товарів і послуг партнерами. Він включає співробітників, клієнтів та партнерів, щоб створювати та забезпечувати клієнтські стандарти та нововведення. Щоб забезпечити конкурентну перевагу та підтримувати інноваційні можливості, підприємства повинні розробляти гнучку систему, яка може швидко реагувати на потреби клієнтів та бізнес-середовища [4].

Сьогодні є невід'ємною умовою підтримання високого рівня розвитку та прибутковості організації постійне впровадження інновацій. Промислові підприємства використовують інноваційну діяльність як основу конкурентної стратегії. Використання нових знань допомагає покращити якість продуктів та послуг та знизити їх вартість.

Впровадження нових маркетингових інновацій сприяє зростанню бізнесу та визнанню їх потенціалу. Щоб забезпечити сталий розвиток, необхідно розробляти умови та стратегії, які вирішують глобальні проблеми екологічної та промислової політики, забезпечуючи при цьому підтримку існування суспільства. [3]. Механізми економічного зростання та інновацій мають вплив на різні аспекти життя, такі як навколишнє середовище, соціальну та моральну сфери, рівень життя, швидкий розвиток науки та техніки, капітал та інші важливі глобальні екологічні фактори. Сучасна глобальна система зазнає складних системних змін, які призводять до порушення темпів зростання складних структур, необхідних для досягнення сталого розвитку.

Стратегія сталого розвитку – це новий шлях подальшого розвитку цивілізації та вимагає розробки нових систем у всіх сферах, у тому числі й у промисловості.

Одні з головних цілей сучасного маркетингу полягають у створенні попиту на нові продукти, які поліпшують умови життя, підтримують технічний прогрес, сприяють створенню нових спільнот та підвищенню рівня інтелекту. Аналіз тенденцій та ідей розвитку вітчизняного бізнесу дозволяє виявити проблеми, які призводять до зниження ефективності та стійкості підприємств. Серед цих проблем можна виділити низький рівень технічного розвитку, конкуренцію на ринку продукції, необхідність в інноваційно-інвестиційній роботі, забезпеченні відповідними кадрами та незавершену соціальну політику. Ці проблеми часто пов'язані з неефективною маркетинговою діяльністю, яка стає гальмом розвитку промислових підприємств. Сучасні методики маркетингу передбачають створення самостійних об'єктів не тільки для маркетингової діяльності, але й структуру єдиної системи, де всі об'єкти пов'язані між собою, що означає використання цілісної маркетингової концепції або концепції холістичного маркетингу.

Щоб перейти до нової концепції розвитку, потрібно сформулювати нову філософію, яка буде ґрунтуватися на свіжих ідеях. Однією з головних задач сучасного маркетингу є створення нових потреб, які допоможуть встановити нові взаємини та сприятимуть розвитку нових процесів, що будуть корисними для всіх учасників. Цього можна досягти за допомогою сучасних маркетингових інструментів, які інтегруються в одну маркетингову систему.

Щоб промислове підприємство могло ефективно розвиватися в непередбачуваному середовищі, необхідно знайти фактори, які можуть стати стратегічною основою для його сталого зростання. Для досягнення цієї мети потрібно приймати управлінські рішення, що спрямовані на позитивний імідж компанії, збільшення конкурентоспроможності, залучення та утримання клієнтів, стимулювання інновацій та приваблення інвестицій. Стратегічно ефективний маркетинг є ключовим чинником успішного розвитку бізнесу.

Отже, у зв'язку з нестабільними змінами в українській економіці, споживчими потребами та багатьма іншими факторами, що впливають на діяльність промислових підприємств, нині виникла потреба в суттєвому, по-перше, посиленні процесів комерційних ринків у всіх підрозділах і службах, по-друге, досягти певного рівня співпраці між ними, по-третє, використовувати сучасні маркетингові концепції, засновані на організаційних, фінансових, кадрових, технологічних та інших можливостях бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Борисенко, О. С., Фісун, Ю. В., Ярмолюк, О. Я. Концептуальні підходи до стійкого розвитку промислових підприємств на засадах холістичного маркетингу. *Науковий вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Маркетинг та логістика*, 2022. №100, С. 7-17.

2. Фісун, Ю. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Холістичний маркетинг». Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. URL: <https://dSPACE.nau.edu.ua/handle/NAU/56547> (дата звернення: 14.04.2023).

3. Косенко, С. А., Ткачова, Н. П., Перерва, П. Г. Розвиток комплексу маркетингу промислового підприємства. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін* : зб. наук. пр. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Полтава, 27 жовтня 2022 р. / гол. ред. Лега О. В ; Полтав. держ. аграрний ун-т. Полтава : ПДАУ, 2022. С. 1123-1125.

4. Чміль, Г. Л., Олініченко, К. С., Прядко, О. М. Організаційні аспекти формування комунікативної політики промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2022. №2. С. 118-127.

УДК: 339.923

МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ У МЕДІА ПРОСТОРИ

Мирослава Гвозд

miroslava2207@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Чекраси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент кафедри Сергій Полях

Маркетинг впливу дозволяє компаніям співпрацювати з популярними людьми в соціальних медіа, щоб привернути увагу своєї цільової аудиторії. Ця стратегія стає все більш популярною в наш час, оскільки вона дозволяє компаніям досягати більшої аудиторії та підвищувати впізнаваність свого бренду [1].

Однією з головних переваг маркетингу впливу є те, що він дозволяє компаніям досягти цільової аудиторії, якої вони б не досягли іншими способами. Використання впливових людей, які вже мають свою аудиторію, дозволяє компаніям збільшити свою видимість та залучити нових клієнтів. У медіа просторі маркетинг впливу використовується для створення вірусного ефекту та просування товарів на різних цифрових платформах [1]. Інфлюенсери можуть створювати контент про товари та послуги, або розміщувати свої відгуки про них в соціальних мережах, блогах та інших медіа.

Маркетинг впливу зазвичай заснований на довірі та авторитеті, який мають інфлюенсери серед своїх прихильників. Це дозволяє підприємствам залучати нових клієнтів та збільшувати продажі.

Маркетинг впливу може бути особливо ефективним у сегментах ринку, де споживачі надають перевагу особистим рекомендаціям та думкам відомих осіб. Однак, для того, щоб маркетинг впливу був ефективним, важливо правильно вибрати інфлюенсера, який відповідає цільовій аудиторії і має високий рівень довіри в її очах [4].

В підборі для співпраці важливим моментом є дослідження контенту потенційного блогера, аналіз відповідності його світогляду й життєвих та духовних цінностей, концепції та філософських напрямків бренду, а також вивчення компаній та брендів, з якими блогер вже мав співпрацю.

Понад 60% споживачів спілкуються з інфлюенсерами принаймні раз на день, 35% – кілька разів на день, а 41% отримують інформацію про нові бренди та продукти [7].

Беручи до уваги те, що молоді люди довіряють думкам і порадам цих людей, оскільки вважають їх щирими, чесними, вони вміють слухати та спілкуватися з фанатами, тому заслуговують на увагу та доброзичливе ставлення. Однак нещодавно експерти підкреслили небезпеку отримання помилкових індикаторів, які впливовець штучно створює для підвищення популярності власних сторінок.

Останні дослідження з цього питання показали, що знаменитості, політики та корпорації часто фінансують залучення фальшивих підписників, щоб візуально збільшити свою популярність. Тому рекомендується використовувати спеціальні додатки, які зможуть

визначити реальність користувача. Експерти прогнозують, що найважливішими параметрами при відборі кандидатів на посади інфлюенсерів стануть такі параметри, як кількість реальних відгуків і коментарів, взаємодія з користувачами тощо [2,3].

Залучення інфлюенсерів до участі в рекламних інтеграціях є ознакою величчч бренду. Не кожен може собі це дозволити. Однак тут питання не у вартості такої співпраці. Одна помилкова думка полягає в тому, що зірки дуже дорогі та неефективні. Насправді інструменти маркетингу впливу дозволяють створювати яскраві та незабутні кампанії, щоб оптимізувати свої витрати на інші канали розповсюдження. Крім того, така співпраця завжди дуже творча. Це також стосується загального вірусного ефекту проекту.

Ще одним безсумнівним плюсом є можливість контролювати свідомість великої і відданої аудиторії зірки. Вибір і домовленість про правильну знаменитість може не тільки покращити імідж вашого бренду, але й визначити напрямки.

Інфлюенсери є взірцем для своїх послідовників і безпосередньо впливають на вподобання аудиторії та рішення про покупку. Їх вміст незмінно дуже привабливий. Співпраця з інфлюенсерами дозволяє брендам спілкуватися безпосередньо з аудиторією, яка може не бути відкритою для прямої розсилки, що швидко створює довіру.

Багато брендів використовують впливових людей для просування своїх продуктів і послуг у соціальних мережах. Розглянемо випадок використання цього інструменту для підвищення впізнаваності бренду, зміни його іміджу та збільшення продажів.

Прикладом нового запуску є бренд Mentos і кампанія в соціальних мережах, використана для запуску нового смаку жувальної гумки Mentos. Завдяки вдало підібраній комунікаційній платформі – TikTok – кампанія перевершила очікування в 10 разів і досягла 4 мільйонів переглядів із коефіцієнтом залученості 14,9% (Engagement Rate, ER – залученість глядачів, яка включає «лайки», «поширення», кліки та ін). В рекламній компанії взяли участь такі інфлюенсери як: Шелудяк Богдан (@bushe8), Осадчук Богдан (@osadchukbogdann), Дмитро Євтушенко (@evtushenko_dima), Анна Трінчер (@annatrincher_official) та Влад Шевченко (@vlad.shevchenko_) [6].

Intertop також вибрав 30 лідерів думок і розіслав прес-пакети. З 90 очікуваних випусків, компанія змогла досягти 120. Наприклад, рекламні інтеграції за участю телеведучої Лесі Нікітюк, включаючи рекламу таких інфлюенсерів, як Даша Квіткова (452 тис. охоплення) та Богдана Шелудяка (262 тис. охоплення), принесла 500 тис. переглядів. Google Analytics показав 300% повернення інвестицій [7].

Співпраця з інфлюенсерами для бренду Xiaomi Україна, отримало гарні показники понад 2млн. переглядів і багато питань про марку і функції смартфона [7].

Ще одним вдалим прикладом маркетингу впливу є включення сервісу дистрибуції Rocket у музичний кліп інфлюенсерської співачки Jerry Heil. Окрім представлення бренду у відео на YouTube та інших соцмережах блогерів, кожен мав змогу стати учасником кліпу, замінивши за допомогою програми Reface обличчя головного героя на своє.

Співпраця з впливовими особами може допомогти подолати перешкоди для споживання або навчити споживачів. Наприклад, якщо клієнт не використовує продукт, тому що боїться, що він складний, ненадійний або просто дивний. «Нова Пошта Глобал» та споживчі бар'єри – страх глядачів користуватися міжнародними службами доставки та робити замовлення в іноземних інтернет-магазинах. На особистих прикладах інфлюенсери показують, як користуватися сервісом Nova Poshta Global, щоб легко та безпечно купувати або продавати онлайн [6].

Таким чином, маркетинг впливу може бути ефективним інструментом просування товарів у медіа просторі, але варто звернути увагу на його обмеження і ризики, такі як підробка інфлюенсерів, невдала стратегія співпраці з ними і недостатнє залучення аудиторії до бренду.

Отже підсумовуючи можемо сказати , що стрімкий розвиток інформаційних технологій та активна комерційна активність інтернет-простору формують основу для появи

та поширення нових комунікаційних форматів, змінюючи динаміку спілкування та забезпечуючи ефективність двосторонньої комунікації між виробниками та споживачами. Інноваційні інструменти просування товарів і послуг за допомогою впливових агентів дозволяють чітко охопити цільову аудиторію, створити ефективну інтерактивну комунікацію між виробниками та потенційними споживачами, сформувати бажані моделі поведінки та в цілому сприяти реалізації економічних інтересів компанії. Слід зазначити, що ефективність інфлюенсерів як інструменту комунікації залежить не стільки від кількості їхніх фоловерів, скільки від здатності привернути й утримати увагу власної аудиторії, стимулювати її до спілкування один з одним, а найголовніше отримувати зворотній зв'язок [5].

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко С.М., Іванова Т. Є. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015, No 3. С. 20-32.
2. The State of Influencer Marketing 2019: Benchmark Report. Available at: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-2019-benchmark-report/> (accessed 25 April 2020).
3. Yak spivpratsiuvaty z bloheramy v sotsmerezkhakh i ne znyshchyty brend. Available at: <https://raza.com.ua/iak-spivpratsi-uvaty-z-bloheramy-v-sotsmerezkhakh-i-ne-znyshchyty-brend/> (accessed 25 April 2020).
4. Chen J. What is influencer marketing: How to develop your strategy. Available at: <https://sproutsocial.com/insights/influencer-marketing/> (accessed 25 April 2020).
5. Mathew, J. (2018). Understanding Influencer Marketing And Why It Is So Effective. Available at: www.forbes.com/sites/theyec/2018/07/30/understanding-influencer-marketing-and-why-it-is-so-effective/#6adf74a171a9/ (accessed 25 April 2020).
6. Dentsu Ukraine: 5 bloheriv zabezpechyly 4 mln perehlyadiv. Yak brendu pratsyuvaty z lideramy dumok. Available at: <https://mc.today/uk/dentsu-ukraine-5-bloheriv-zabezpechili-4-mln-pereglyadiv-yak-brendu-pratsyuvaty-z-liderami-dumok/>
7. V Ukrayini ponad 60 000 mikroinflyuenseriv. Yak brendy vykorystovuyut' yikh dlya reklamy i skil'ky tse koshtuye. Available at: forbes.ua/company/v-ukraini-ponad-60-000-mikroinflyuenseriv-yak-brendi-vikorystovuyut-ikh-dlya-reklami-i-skilki-tse-koshtue-27072021-2128

УДК: 339.138:004

РОЛЬ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Ірина Злотя

gebura.olga@gmail.com

Нововолинський електромеханічний фаховий коледж,

м.Нововолинськ, Україна

Науковий керівник: викладач, викладач-методист Ольга Гебура

Маркетингові комунікації охоплюють всю діяльність підприємства, що спрямована на надання інформації, переконання, нагадування споживачам про свої товари і свою діяльність. До одного з сучасних напрямів маркетингових комунікацій можна віднести Інтернет-маркетинг, який практично використовує всі елементи традиційного маркетингу в Інтернеті, тобто спирається на ціну, продукт, місце продажу та просування. Основною метою при цьому є отримання максимального ефекту від використання сайту за рахунок його потенційної аудиторії.

Перевагою інтернет-маркетингу є те, споживач швидко може отримати інформацію про товар, а також придбати його. Але потрібно враховувати, що якщо на сайті не буде інформації про якийсь товар, або споживач не зможе її знайти, то, напевно, він придбає інший подібний товар у конкурентної фірми.

Використання методів інтернет-маркетингу спрямоване на отримання економії коштів (оплата праці працівників збуту, реклама, витрати на стимулювання збуту тощо), а також на розширення діяльності підприємств (наприклад, розширення свого ринку збуту в межах регіону, перехід з регіонального ринку на національний, або навіть на міжнародний ринки). При цьому як великі підприємства, так і середні та малі, мають більш-менш однакові шанси у конкурентній боротьбі за ринок. На відміну від традиційних друкованих видів реклами, радіо і телереклами, використання Інтернету для входу на ринок потребує менше витрат. Але при цьому на відміну від традиційних маркетингових методів просування, інтернет-маркетинг може дати чіткі і точні статистичні дані для оцінки ефективності маркетингової кампанії.

Інтернет-маркетинг розвивається дуже швидко, якщо порівнювати темпи його розвитку з іншими видами маркетингу, а саме: друкованими, радіо і телебаченням. Він стає все більш популярним не тільки для підприємств, але і у звичайних користувачів, які хочуть просунути свій веб-сайт або блог та отримати дохід з цього.

Аналіз різноманітних досліджень та публікацій вчених дає змогу виділити сім основних інструментів інтернет-маркетингу: просування в соціальних мережах (SOS); контекстну рекламу; медійну рекламу; прямий маркетинг; вірусний маркетинг; партизанський маркетинг; пошуковий маркетинг, у тому числі SEO-маркетинг [1].

Одним із найбільш актуальних на сьогодні елементів Інтернет-маркетингу є SEO-оптимізація, яку визначають як комплекс заходів, що дозволяють підняти позиції сайту в результаті видачі пошукових систем за конкретними запитами користувачів.

Прийнято вважати, що термін «пошукова оптимізація» почав використовуватися у 1997-1998 роках завдяки Денні Салівану, який працював із наповненням сайту Search Engine Watch. Але сам Денні Саліван стверджує, що точно не знає, хто і як придумав цей термін. До цього часу вживали такі поняття, як: «розміщення в пошукових системах», «пошукове ранжування», «пошукове позиціонування» та «пошукове просування» [2].

Пошукова оптимізація на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій – це реальний технологічний інструмент, який дає змогу набагато ефективніше підвищити обсяги продажів, ніж використання традиційної реклами.

Зауважимо, що SEO-оптимізацію розділяють на два види – внутрішню і зовнішню. При цьому, якщо внутрішня оптимізація передбачає весь комплекс заходів, що включають безпосередню роботу над сайтом, то зовнішня оптимізація є сукупністю заходів, які спрямовані на отримання цільових зовнішніх посилань на ресурс.

Сьогодні виділяють три основних методи SEO-оптимізації:

1. Біла оптимізація – пошукова оптимізація, при якій не застосовуються заборонені й недобросовісні методи просування. Вона передбачає розробку семантичного ядра та структури сайту, створення нових сторінок та оптимізацію текстів сайту. Саме такий метод може дати гарантію довгострокового існування та успішного процвітання сайту.

2. Сіра оптимізація здійснюється за допомогою додавання великої кількості ключових слів у текст сторінки. Але так як правила та алгоритми пошукових систем дуже часто змінюються і стають більш жорсткими, то існує велика ймовірність того, що найближчим часом те, що сьогодні називають сірою оптимізацією, стане незаконним і перейде в розряд чорної оптимізації.

3. Чорна оптимізація – це оптимізація, яка спрямована на підвищення позицій сайту у пошуковій видачі такими способами, які не схвалюють пошукові системи, тобто використовує заборонені методи просування.

Зауважимо, що процес пошукової оптимізації вимагає значних витрат часу, зусиль і

грошей. Також необхідно мати компетентних співробітників, що часто-густо потребує пошуку для виконання роботи фахівців, що спеціалізуються на SEO-оптимізації [2].

Але є і переваги використання SEO-оптимізації:

- переходи на сайт відбуваються тільки за ключовими словами, під які просувається сайт, тобто вона є лагідною, ненав'язливою;
- звичайний користувач не буде задумуватися над тим, хто вкладає гроші для того, щоб бути на першій сторінці, для нього важливо знати, що це відомий сайт, це підвищує довіру до сайту;
- орієнтація на довготривалу перспективу – за рахунок вкладання коштів один раз в SEO-просування сайту за умови обрання ефективної стратегії можна отримати упродовж тривалого часу значний результат.
- у порівнянні із звичайною рекламою вартість пошукового просування є все ж таки відчутно нижчою.

Відмітимо, що оптимізація і просування сайту в Інтернеті проходить декілька етапів, які дають змогу максимально ефективно оптимізувати сайт:

- комплексний аналіз, який дозволяє вивчити спрямованість й тематику Інтернет-ресурсу;
- створення семантичного ядра, тобто підбір ключових запитів із визначенням їх кількості та якості;
- створення унікального контенту, що включає в себе використання різноманітних текстів, графіків тощо;
- оптимізація мета-тегів сторінок, що дає змогу сформувати правильну структуру сторінок [3].

За звичай, пошукові системи ранжують сайти у пошуковій видачі за певним коефіцієнтом релевантності ключовому запиту. Якщо власник сайту при розміщенні інформації не забезпечив контент потрібним рівнем релевантності, що відповідає темі, тоді, на думку пошукової системи, така сторінка не має бути в ТОП пошукової видачі. Інакше кажучи, чим більше говорять та посилаються на ресурс, там більш популярним та авторитетним він здається пошуковим системам.

На сьогодні виділяють більш як двісті факторів ранжування, які можуть використовуватися SEO-оптимізаторами для просування різноманітних сайтів. Саме тому якщо скласти мозаїку з тих самих двохсот факторів, то за рахунок цього можна отримати високоякісний сайт, який буде відповідати всім вимогам пошукових систем.

Наявність цілеспрямованої стратегії пошукової оптимізації є критичним фактором при русі трафіку на сайт компанії. Але повністю оптимізованою маркетинговою стратегією є така, яка передбачає об'єднання SEO з іншими автономними і онлайн-каналами. SEO досягає аудиторії за допомогою пошукових систем і зустрічає їх відповідями на ті питання, які вони задають. Це, відповідно, і забезпечує ефект синергії між усіма маркетинговими зусиллями підприємства. SEO маркетинг, який включає в себе дослідження ключових слів, оптимізацію на сторінці, структури сайту і зворотних посилань, дає кращі результати у поєднанні з використанням платформ соціальних мереж і PPC зусиллями [3].

На сьогоднішній день складно знайти підприємство, яке не просуває себе в мережі. Тенденції зростання можна легко побачити і завдяки розширенню торговельних інтернет-майданчиків, зростанню їх кількості, а також кількості потенційних покупців, які переходять на сайти SEO-оптимізації (рис.1).



У воєнний час істотно змінилися купівельні звички споживачів та їх ставлення до реклами. Оскільки новини про війну постійно транслюються, споживачі постійно дивляться телевизор. Тому в часи нестабільної війни веб-сайти є конкурентною перевагою. Маркетингові зусилля в цих каналах можна відстежувати швидше, ніж канали з повільнішим циклом (наприклад, пряма поштова розсилка та каталоги). Таким чином, компаніям важливо зосередитися на швидких каналах зворотного зв'язку та бути готовими швидко реагувати на запити клієнтів.

Для того щоб сайт став ефективним інструментом інтернет-маркетингу, з ним потрібно постійно працювати, змінювати його і постійно стежити за конкурентами. Сайт повинен мати цікавий контент, швидко працювати на різних пристроях і бажано в різних країнах. Це допомагає пошуковій оптимізації та багатьом корисним програмам, завдяки яким сайт стає окремим ефективним інструментом інтернет-маркетингу та сприяє покращенню комунікаційної політики компанії.

Таким чином, пошукова оптимізація (SEO) є одним із найважливіших інструментів інтернет-маркетингу. Але це є роботою на перспективу, тому що миттєвого ефекту від покращення отримати неможливо. Необхідно ретельно і досить довго вносити зміни в контент, структуру сайту та інші компоненти, щоб відповідати вимогам пошукових систем. Однак при правильному використанні цього інструменту довгостроковий ефект буде забезпечений, а авторитет сайту буде зростати.

Список використаних джерел:

1. Інтернет- маркетинг. URL: <http://surl.li/axcnl>
2. Дрокіна Н. І. SEO-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет-маркетингу. URL: <http://surl.li/fbfjx>
3. Ілляшенко Н.С. URL: SEO-оптимізація як сучасний інструмент інтернет-маркетингу. URL : <http://surl.li/fbfok>

УДК: 339.138(100):339.9

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Олена Коваль
аспірант

mab73737@gmail.com

Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця, Україна

В умовах глобалізації одним із факторів ефективного функціонування суб'єктів господарювання є вихід на міжнародні ринки. Міжнародна економічна діяльність суб'єктів господарювання створює умови для їхнього ефективного функціонування в сучасній ринковій економіці.

Міжнародний маркетинг відрізняється глобальністю виробничо-збутових завдань і проводиться міжнародними компаніями, охоплюючи ринкові території багатьох країн [1, с. 167].

Ряд авторів зазначають, що міжнародний маркетинг має особливості та нюанси в управлінській діяльності, які сприяють більш адекватному задоволенню економічних інтересів учасників бізнесу в умовах інтеграції, як елемент виробничих відносин у різних економічних системах [2, с. 84].

Е.М. Азарян наголошує, що міжнародний маркетинг — це підхід до прийняття виробничих рішень з позицій, які найбільш повно задовольняють запити внутрішніх і міжнародних споживачів [3].

На нашу думку, міжнародний маркетинг – це система планування та реалізації маркетингової діяльності підприємства на міжнародному ринку з метою створення найбільш сприятливих умов для бізнесу.

Особливості сучасного міжнародного маркетингу полягають у наступному:

1. Організація та методи застосування міжнародного маркетингу повинні враховувати такі важливі фактори, як національна незалежність, національні валютні системи, законодавство конкретної країни, мовні, культурні та інші особливості та звичаї тієї чи іншої країни.

2. На зовнішніх ринках необхідно ретельніше дотримуватися всіх принципів і методів маркетингу, ніж на внутрішніх ринках.

3. Маркетингові дослідження зовнішніх ринків - це трудомісткий процес, ніж подібні вивчення внутрішніх ринків.

4. Зовнішній ринок вимагає творчого та гнучкого використання маркетингових концепцій та технологій.

5. Вирішальну роль у міжнародному маркетингу відіграє розробка та виробництво товарів, призначених для внутрішнього споживання в інших країнах.

6. Компанія на зовнішньому ринку зіткнеться як з іноземними, так і з місцевими конкурентами, що значно загострить боротьбу за ринок.

Отже, керівництво компанії, орієнтованої на реалізацію продукції за межами своєї країни, має чітко сформулювати цілі виходу на міжнародний рівень, проаналізувати специфіку середовища, визначити найефективніший спосіб просування свого товару. Максимальний прибуток забезпечить послідовне втілення правильної стратегії, підкріплене високою якістю продукції та відповідністю всіх процесів стандартам міжнародного ведення справ.

Тенденції розвитку сучасного ринку та глобалізація економіки змушують підприємства переглядати стратегію свого розвитку.

Важливим елементом глобального розвитку сучасного міжнародного маркетингу є загострення конкуренції. Підприємства знаходяться в умовах такої конкуренції, якої вони ще ніколи не знали.

У період глобалізації нинішньої світової економіки вирішальною обставиною є формування міжнародного маркетингу, що формує зручні умови для споживачів, коли товари та послуги, у тому серед основних факторів виробництва (капітал, праця, інформація), робляться доступніше та дешевше.

Головною на сьогодні обставиною розвитку міжнародного маркетингу є технологічна революція, пов'язана насамперед із розвитком Інтернету. Інтернет дозволяє компанії без істотних перешкод отримувати доступ до значної кількості споживачів, які виходять за межі регіональної прив'язки компанії.

Під час ведення міжнародного маркетингу компанії необхідно враховувати дві складові:

- особливості зовнішнього середовища (політичне, соціокультурне, економічне) країни ведення бізнесу;

- можливість застосування маркетингових технологій на обраному цільовому ринку з урахуванням особливостей його кон'юнктури.

Етап процесу також можна вважати таким, що включає функції, пов'язані з міжнародним маркетингом:

- дослідження ринку. На цьому етапі збирається інформація, для того, щоб підприємства мали змогу вести нецінову конкуренцію, при цьому необхідно регулярно оновлювати інформацію про стан галузі.

- прогноз. Підприємства повинні робити обґрунтовані прогнози щодо перспектив галузі, обсягів продажів і конкуренції.

- звертати особливу увагу на рівні НТП і покращення асортименту під час оцінки власних можливостей.

- створення стратегії - передбачає формулювання довгострокових цілей і визначення шляхів їх досягнення.

- створення конкретних дій для досягнення цілей - вибір конкретних інструментів для досягнення короткострокових цілей.

- аналіз і контроль. Аналізуючи інформацію, що надходить, ви можете налаштувати свою маркетингову стратегію, щоб вона була найбільш ефективною.

При виході зовнішній ринок слід враховувати такі аспекти:

- суттєво збільшуються ризики в порівнянні з діяльністю в національних масштабах;

- значно підвищуються вимоги до якості продукції та креативності у рекламному супроводі;

- простежується явна залежність успішності просування товару від рівня розуміння специфіки закордонного ринку;

- потрібне дотримання всіх правил ведення справ на міжнародному рівні, а також більш послідовне застосування ключових маркетингових принципів та заходів;

- посилюється конкуренція.

Міжнародний маркетинг - це об'єктивний процес, зумовлений сучасним станом світової спільноти. Створення виробничих програм і асортиментів продукції на основі ретельного дослідження споживчого попиту стає обов'язковою вимогою в умовах глобалізації.

Основним принципом міжнародного маркетингу є відповідність кінцевого результату виробництва реальним потребам і бажанням іноземних споживачів. Від того, наскільки якісно йде міжнародний маркетинг, залежить ефективність діяльності підприємства на світовому ринку.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що тенденція розвитку сучасного міжнародного маркетингу пов'язана з постійним розвитком глобальної економіки, конкуренцією товаровиробників на глобальному ринку, інтернаціоналізацією та соціальною інтеграцією. Знання принципів міжнародного маркетингу та їх практики дозволяє підприємствам легко інтегруватися у світову економіку.

Список використаних джерел:

1. Alonso I., Bea E. A tentative model to measure city brands on the Internet. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2012. № 8. pp. 311–328.

2. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А., Стороженко О.А. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Національна академія управління, 2012. 656 с.

3. Азарян Е.М. Міжнародний маркетинг. Київ: ИСМО МО України, НВФ «Студцентр», 2019. 200 с.

УДК 330.341

ВИКОРИСТАННЯ СТОРІТЕЛІНГУ В ЦИФРОВІЙ ЕПОСІ: МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ

Олександр Крупський
канд. психол. н., доцент,
krupskyy71@gmail.com
Юлія Стасюк, ст. викладач,
yulstas@ukr.net,

Дніпровський університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна

У сучасному світі цифрові технології не тільки перевернули світ бізнесу, а й надали нові можливості для просування товарів і послуг. За таких умов важливо, щоб підприємства для привернення уваги потенційних клієнтів використовували різні методи та способи. Головною перешкодою для інноваційних (не звичних) інструментів привертання уваги стейкхолдерів є низький рівень економічної культури менеджерів, які відповідають за прийняття відповідних рішень [1]. Інформаційно-комунікаційні технології виступають фактором стратегічної перебудови компанії, їх впровадження забезпечує прискорення розвитку компаній [8]. В умовах ринку, насиченого пропозицією та конкуренцією, суттєву роль у формуванні унікального образу бренду та приверненні уваги аудиторії може відіграти ефективно використання сторітелінгу.

Сторітелінг (від англ. storytelling) – це метод передавання інформації за допомогою розповіді, який активно використовується в сучасному маркетингу. Журнал Forbes визначив сторітелінг як «потужний інструмент, оскільки він створює емоційний зв'язок між компанією, її продуктами та клієнтами» [7]. Щоб зрозуміти, що таке сторітелінг, його особливості та приклади використання в бізнесі, слід звернутися до статті «Storytelling in Social Marketing» [18]. Ідея використання сторітелінгу в бізнесі виникла в середині ХХ століття і концептуально була розглянута у роботі [15]. Стратегія сторітелінгу має численні переваги в маркетингу, що підтверджується у дослідження М. Е. Воусе [2]. Один з основних аспектів використання сторітелінгу в бізнесі – це створення емоційного зв'язку з потенційними клієнтами, на що зацентрував увагу S. M. A. Moïn [13]. Крім того, сторітелінг може бути використаний в різних сферах бізнесу, наприклад, у просуванні особистого бренду [5], або в рекламі для підвищення ефективності рекламної кампанії [9]. Незважаючи на те, що цей метод маркетингового впливу широко використовується в сучасному бізнесі, його можливості та обмеження до кінця не вивчені, особливо в контексті цифрової епохи.

Згідно з дослідженням S. Singh та D. Goyal [17] використання сторітелінгу в бізнесі дає можливість створювати й поширювати унікальні історії, що привертають увагу аудиторії та підвищують впізнаваність бренду. Водночас інші дослідники зазначають, що використання надто універсальних історій, які не мають конкретного зв'язку з брендом, може викликати відторгнення в аудиторії та негативно позначатися на іміджі компанії [11]. Одним зі способів ефективного використання сторітелінгу в сучасному бізнесі є його інтеграція в контент-маркетингові стратегії. Включення історій у контент дає змогу збільшити частку переглядів і тривалість перебування користувачів на сайті [19]. При цьому необхідно враховувати, що сторітелінг може бути неефективним, якщо він не підтримується іншими маркетинговими інструментами, такими як SEO-оптимізація, реклама та інші.

Крім того, використання сторітелінгу в цифровій епосі пов'язане з низкою обмежень. Наприклад, в умовах перевантаженості інформацією та нетривалої уваги аудиторії, розповідь про бренд або продукт має бути максимально короткою, але при цьому змістовною [4]. Також, використання сторітелінгу може бути незастосовним у певних сферах бізнесу, як-от виробництво або фінанси, де допускається менше емоцій і більше логіки [6].

Існує безліч досліджень, які доводять ефективність сторітелінгу в бізнесі. Наприклад, було з'ясовано, що використання історій у рекламі збільшує емоційну прив'язаність клієнтів до бренду [12]; це підтверджує гіпотезу, що емоційна прив'язаність до бренду важлива для формування довгострокових стосунків між клієнтом і брендом. Крім того, сторітелінг може бути корисним для компаній у сфері рекрутингу та управління персоналом. Дослідження, проведене Ф. Рохо [16], показало, що використання історій у процесі найму допомагає роботодавцю залучити більш підходящих кандидатів і підвищити рівень їхньої мотивації.

Однак, використання сторітелінгу має і свої недоліки. Е. Kim, М. Duffy, та Е. Thorson [10] з'ясували, що деякі споживачі можуть відкидати історії, якщо вони не відповідають їхньому сприйняттю реальності. Це означає, що сторітелінг може не працювати в разі, якщо історії не відповідають уподобанням і очікуванням конкретної аудиторії.

Проте багато досліджень підтверджують, що використання сторітелінгу має позитивний ефект на бізнес. Наприклад, дослідження, проведене компанією Hubspot, показало, що використання сторітелінгу в маркетингових матеріалах збільшує залученість аудиторії на 22% [3]. Також, згідно з деякими дослідженням, понад 70% респондентів зазначили, що сторітелінг може зробити бренд привабливішим [14].

Отже, існує низка причин, чому сторітелінг стає дедалі популярнішим у бізнесі:

1. Створення емоційного зв'язку з клієнтами. Використання історій допомагає створити емоційний зв'язок між брендом і клієнтом. Коли історія захоплює увагу, клієнти починають відчувати сильнішу прихильність до бренду, що зумовлює зростання лояльності.

2. Залучення уваги. Людина з більшою ймовірністю дивиться відео або читає текст, коли у неї є чуттєва або емоційна прив'язаність до нього. При використанні сторітелінгу бренди можуть привернути та утримати увагу потенційних клієнтів на тривалий час.

3. Посилення бренду. За допомогою історій бренди можуть краще реалізувати свій імідж і створити більш глибокий зв'язок зі своєю аудиторією. Коли історія бренду чітко ідентифікується з компанією, це може призвести до сильнішої впізнаваності бренду.

4. Покращення комунікації. Використання історій також допомагає поліпшити комунікацію всередині компанії. Коли компанія ділиться історіями своїх успіхів і невдач, це може покращити зв'язок між співробітниками і посилити корпоративну культуру.

5. Успіх у соціальних мережах. Використання сторітелінгу може також допомогти компаніям залучити більше підписників у соціальних мережах. Коли бренд ділиться історіями, які викликають емоції, це може призвести до того, що більше людей підписуються на сторінку компанії та дізнаються більше про її продукти та послуги.

До проблем вбудовування сторітелінгу в традиційні бізнес-процеси можна віднести:

1. Складність вимірювання ефективності. Ефект від використання сторітелінгу не просто виміряти; відсутні показники для оцінки впливу та поведінкових змін у споживачів.

2. Можливість суперечності між брендом та історією. Історії, що розповідаються в рамках маркетингових кампаній, можуть суперечити тому, що компанія насправді робить. Це може призвести до втрати довіри у споживачів.

3. Недостатня диференціація. Багато компаній використовують одні й ті самі стандартні сюжети, що робить їхні історії мало помітними. Якщо всі компанії використовують одні й ті самі сюжети, то бренду складно виділитися на тлі конкурентів.

4. Потенційний ризик помилок в інтерпретації. Іноді історії, які розповідаються, можуть бути неправильно інтерпретовані споживачами або навіть журналістами, що може завдати шкоди бренду.

5. Високі витрати на створення. Створення високоякісних історій може бути витратним процесом, що вимагає значних часових, фінансових і кадрових ресурсів. Це може бути особливо проблематично для малих і середніх підприємств, які не мають достатніх ресурсів для створення якісного контенту.

Насамкінець, сторітелінг у цифровій епосі є важливим інструментом для маркетингу та просування бізнесу. Він дає змогу створити емоційний зв'язок між брендом і аудиторією,

а також збільшити впізнаваність і лояльність до бренду. Однак, використання сторітеллінгу в бізнесі пов'язане з низкою обмежень, таких як необхідність створення коротких, але змістовних розповідей, а також незастосовність у деяких сферах бізнесу. Незважаючи на це, багато досліджень підтверджують позитивний ефект використання сторітеллінгу у бізнесі.

Список використаних джерел:

1. Крупський О.П., Стасюк Ю.М. Економічна культура як фактор інноваційного розвитку економіки країни. *Інноваційна економіка*. 2012. №9. С. 56-60. URL: <https://philpapers.org/archive/KRU-5.pdf>.
2. Boyce M. E. *Organizational story and storytelling: a critical review*. The Aesthetic Turn in Management. 2017. P. 233-254.
3. Decker A. The Ultimate Guide to Storytelling. Hubspot. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling>
4. Dessart L., Pitardi V. How stories generate consumer engagement: An exploratory study. *Journal of Business Research*. 2019. Vol. 104. P. 183-195.
5. Frunzã S. Storytelling in the organizational brand development and personal brand construction in the perspective of symbolic conscience. *European Journal of Science and Theology*. 2019. Vol. 15. №6. P. 129-143.
6. Ghodeswar, B. M. Building brand identity in competitive markets: A conceptual model. *Journal of Product & Brand Management*. 2008. Vol. 17. №1. P. 4-12. <https://doi.org/10.1108/10610420810856468/>
7. Hattar M. Why Storytelling Wins In Marketing. *FORBES*. Jun 9, 2022. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2022/06/09/why-storytelling-wins-in-marketing/?sh=4f86458f73a7>.
8. Ingram, K. L., Diachenko, O., Halytskyi, O., Nitsenko, V., Romaniuk, M., Zhumbei, M. Formalization of the optimal choice of the activities of agricultural enterprises for the implementation of information and communication technologies. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2022. 3(44), 141–149. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.44.2022.3758>.
9. Kang J. A., Hong S., Hubbard G. T. The role of storytelling in advertising: Consumer emotion, narrative engagement level, and word- of- mouth intention. *Journal of Consumer Behaviour*. 2020. Vol. 19. №1. P. 47-56.
10. Kim E., Duffy M., Thorson E. Under the influence: Social media influencers' impact on response to corporate reputation advertising. *Journal of Advertising*. 2021. Vol. 50. № 2. P. 119-138.
11. Krause R. J., Rucker D. D. Strategic storytelling: When narratives help versus hurt the persuasive power of facts. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2020. Vol. 46. № 2. P. 216-227.
12. Lundqvist A., Liljander, V., Gummerus, J., Van Riel, A. The impact of storytelling on the consumer brand experience: The case of a firm-originated story. *Journal of brand management*. 2013. Vol. 20. №4. P. 283-297.
13. Moin S. M. A. *Brand storytelling in the digital age: Theories, practice and application*. Palgrave Macmillan, 2020. 100 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-59085-7>.
14. Moustakas E., Lamba, N., Mahmoud, D., Ranganathan, C. Blurring lines between fiction and reality: Perspectives of experts on marketing effectiveness of virtual influencers. *2020 International Conference on Cyber Security and Protection of Digital Services (Cyber Security)*. IEEE, 2020. P. 1-6.
15. Rooney T., Lawlor K., Rohan E. Telling tales: Storytelling as a methodological approach in research. *ECRM2016-Proceedings of the 15th European Conference on Research Methodology for Business Management: ECRM2016. – Academic Conferences and publishing limited*, 2016. 225 p.
16. Roxo F. Transmedia Storytelling as a Potential Employer Branding Strategy: Participatory Culture and Recruitment. *U. Porto Journal of Engineering*. 2020. Vol. 6. № 1. P. 66-77.
17. Singh, S., Goyal, D. The power of storytelling in business: A review. *Journal of Management and Research*. 2021. Vol. 8. №1. P. 32-40.
18. Weinreich, N. K. Storytelling in Social Marketing. *The Palgrave Encyclopedia of Social Marketing*, 2021, 1–8. https://doi.org/10.1007/978-3-030-14449-4_101-1
19. Wongkitrungrueng A., Dehouche N., Assarut N. Live streaming commerce from the sellers'

perspective: implications for online relationship marketing. *Journal of Marketing Management*. 2020. Vol. 36. № 5-6. P. 488-518.

УДК: 658.8

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

Карина Лісянська

lisyanskakaryna@gmail.com

*Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, м. Миколаїв, Україна
Науковий керівник: канд. екон. наук, старший викладач Вікторія Волошина-Сідей*

Ефективне функціонування будь-якого підприємства, на сьогоднішній день, неможливе без управління його господарською діяльністю. Саме через функцію управління відбувається процес координації діяльності основних суб'єктів господарювання на підприємстві, основною метою якого є досягнення поставлених цілей і виконання місії підприємства.

Управління – це процес сполучення ресурсів для досягнення поставленої мети; свідомий вплив людини на різні об'єкти та процеси, що відбуваються в оточуючому середовищі та осіб, які пов'язані з ними, що відбувається з метою надання процесам визначеної направленості та отриманню бажаних результатів [1].

Згідно з наведеним визначенням, управління являє собою складну систему, що складається з багатьох взаємопов'язаних елементів та їх взаємозв'язків.

Система управління промисловим підприємством, що регулюється концепцією інноваційного маркетингу, являє собою сукупність принципів, функцій, управлінських відносин та механізму управління, які в сукупності ведуть до забезпечення конкурентоспроможності підприємства та зміцнення його позицій на ринку, покращення якісних показників господарської діяльності та підвищення рівня менеджменту [2].

Таким чином, починаючи діяльність, органи управління підприємства встановлюють основні принципи управління, які в майбутньому будуть основними принципами його діяльності. На основі аналізу публікації про існуючі принципи управління промисловими підприємствами, які керуються концепцією інноваційного маркетингу, звернемо увагу на:

1. Принцип орієнтації підприємства на інноваційний шлях розвитку – полягає в орієнтації підприємства на постійний пошук і використання нових методів і напрямків реалізації інноваційного потенціалу в мінливих умовах зовнішнього середовища відповідно до обраної місії та стратегії економічного розвитку.

2. Принцип орієнтації на споживача – полягає в постійному аналізі рівня задоволеності споживача та визначенні шляхів його підвищення. Основна місія підприємств, які дотримуються концепції інноваційного маркетингу, – задоволення потреб і запитів споживачів. Таким чином, будь-які відхилення від місії є неприпустимими і вимагають негайних рішень і дій.

3. Принцип кадрової орієнтованості – його виконання дозволяє підвищити ефективність і раціоналізувати процес генерації ідей інновацій на підприємстві, основними джерелами яких є його працівники.

4. Принцип максимізації прибутку підприємства, максимізуючи добробут кожного працівника, який доповнює принцип орієнтації на працівників, принцип збереження та розвитку конкурентних переваг, який передбачає процес безперервного розвитку інноваційної та маркетингової діяльності як основних функцій компанії.

5. Принцип наукового обґрунтування системи управління – полягає у врахуванні використання наукових підходів при формуванні системи економічних законів і законів

мислення, метою яких є підвищення рівня стійкості системи управління. Цей принцип дозволить підприємствам, керуючись концепцією інноваційного маркетингу, шляхом використання наукових підходів до управління, а також останніх досягнень у різних галузях науки підвищити рівень конкурентоспроможності та досягти поставленої мети.

6. Принцип збереження та розвитку конкурентних переваг – виявлення сильних і слабких сторін функціонування підприємств дозволяє формувати операційні стратегії на основі їх прогнозування, досягати першості у виробництві товарів по відношенню до конкурентів.

7. Принцип системності – полягає в трактуванні підприємства як системи, сукупності взаємопов'язаних елементів (підсистем), зв'язків із зовнішнім середовищем. Системний підхід дає можливість включити в систему управління всі необхідні зв'язки і взаємодії, дозволяє комплексно зважити всі фактори при постановці цілей і спрямувати механізми управління на досягнення цілей. До основних системних принципів відносять: цілісність, структурність, взаємозалежність системи та зовнішнього середовища, ієрархічність, множинність описів кожної системи.

8. Принцип правового регулювання господарювання – економіко-правове регулювання процесів управління господарською діяльністю відповідно до вимог нормативних актів, що регулюють законність господарювання. Цьому принципу приділяється особлива увага через нерозвиненість законодавчої бази країни у сфері інновацій та інтелектуальної власності. Тому врахування цього питання є досить важливим для функціонування підприємства.

9. Принцип єдності теорії та практики управління – кожне управлінське рішення повинно відповідати логіці, принципам і методам управління та вирішувати одне з практичних завдань. Таким чином, органи управління підприємством, приймаючи рішення про розробку та впровадження конкретної інновації, повинні розуміти, що цей процес не порушує принципів та методів управління, які є основою управління підприємством та необхідні для реалізації його місії і досягнення поставленої мети діяльності.

10. Принцип співставлення варіантів управлінських рішень при їх виборі – альтернативні варіанти управлінських рішень призводять до порівнюваної форми за такими факторами: час, якість, рівень розробки, спосіб отримання інформації, фактори ризику та невизначеності. При здійсненні інноваційної діяльності підприємство повинно постійно приймати рішення щодо вибору однієї або кількох альтернатив. Щоб рішення було чітко обґрунтованим, необхідно постійно порівнювати кожну з альтернатив за встановленими експертами критеріями [3].

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що концепція інноваційного маркетингу є провідною концепцією на сьогоднішній день, особливо в конкурентному середовищі, коли компанії намагаються залучити споживачів, пропонуючи вищу або нижчу вартість товарів чи послуг. Ведення бізнесу на засадах інноваційного маркетингу дає можливість знаходити та використовувати ринкові можливості для інноваційного розвитку компанії, забезпечуючи підвищення рівня її конкурентоспроможності, зміцнення позицій на ринку, підвищення ефективності функціонування та забезпечення умов тривалого виживання і розвитку. маркетингові інновації залишаються основними чинниками конкурентоспроможності підприємств. Інноваційний маркетинг спрямований на формування перспективного попиту на ринку та створення умов для матеріально-технічного забезпечення змін, що відбуваються у сфері постачання, виробництва та збуту. А комплексна реалізація інноваційного маркетингового потенціалу в масштабах України забезпечить її конкурентоспроможність на світовому ринку та соціально-економічне зростання.

Список використаних джерел:

1. Солодкий В.О. Інноваційний розвиток підприємств : конспект лекцій. Рівне : НУВГП, 2016. 52 с. URL: [https://ep3.nuwm.edu.ua/5998/1/06-01-196\(1\).pdf](https://ep3.nuwm.edu.ua/5998/1/06-01-196(1).pdf) (дата звернення:

12.04.2023).

2. Старицька О.П. Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення ефективності функціонування підприємств. Інноваційна економіка. 2014. Т. 4. С. 244–250.

3. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. Суми: Дісаплюс, 2016. 192 с.

УДК: 330.111.4

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Аліна Лепетинська

alina.lepetinska@gmail.com

Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського,

м. Миколаїв, Україна

*Науковий керівник: канд. екон. наук, старший викладач кафедри економіки,
менеджменту та фінансів Вікторія Волошина-Сідей*

Будь-яке існуюче підприємство, незалежно від специфіки його виробничої діяльності, зацікавлено у забезпеченні трьох ключових факторів: прибутковості та результативності власної діяльності, стабільності її провадження, а також у забезпеченні конкурентоспроможності своєї виробничої продукції. У тій чи іншій мірі, усе це досягається за рахунок забезпечення ефективного управління виробничим потенціалом підприємства, який вибудовується на продуктивності виробничої діяльності підприємства і його наявних виробничих можливостях. Простіше кажучи, коли підприємство належним чином використовує власні наявні виробничі ресурси й ефективно організовує процес виробництва – воно у повній мірі забезпечує результативний процес управління своїм виробничим потенціалом. Сам виробничий потенціал підприємства можна охарактеризувати як «потенційно-можливу спроможність підприємства виготовляти продукцію такого асортименту та якості, щоб вона була конкурентоспроможною на ринку і задовольняла необхідні потреби попиту на неї з боку споживачів». Стосовно ж структури виробничого потенціалу підприємства, можна виділити такі його складові:

– фінансова складова (це фінансові ресурси підприємства, за рахунок яких створюється сталий «механізм» забезпечення належного рівня функціонування виробничого потенціалу підприємства та його розвитку);

– матеріально-сировинна складова (матеріальні ресурси підприємства та матеріальні ресурси його постачальників, рівень якості і своєчасності поставок яких визначає рівень виробничого потенціалу підприємства);

– техніко-технологічна складова (рівень управління техніко-технологічним потенціалом, який у рамках виробничого потенціалу підприємства відповідає за забезпечення мінімізації його виробничих витрат і вдосконалення виробничих процесів);

– трудова складова (рівень підготовки працівників підприємства згідно до їх кваліфікації та рівень їх робочого завантаження у процесах виробництва);

– інформаційно-комунікативна складова (забезпечення інформативності та сполучного взаємозв'язку між процесом виробництва і використанням ресурсів, які визначають виробничий потенціал підприємства) [4, с. 624-625].

Що ж стосується, безпосередньо, самого процесу управління виробничим потенціалом підприємства, його можна охарактеризувати як «процес із пошуку найбільш оптимальних та дієвих шляхів покращення виробничої діяльності на підприємстві і доцільного використання його ресурсів різного характеру, який має забезпечувати належний рівень конкурентного положення підприємства на ринку». В свою чергу, основним

завданням процесу управління виробничим потенціалом підприємства – є зменшення рівня понесених ним витрат ресурсів матеріального, техніко-технологічного, трудового та фінансового характерів з метою спрямування вивільнених коштів у розвиток підприємства та підтримки належного рівня результативності його діяльності як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. У той же час, забезпечення ефективного процесу управління виробничим потенціалом підприємства неможливе без врахування ряду внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на виробничий потенціал підприємства та формування політики по його управлінню. Серед внутрішніх факторів все досить просто, до них можна віднести: об'єм товарообігу, стан матеріально-технічної бази підприємства, організація товарообороту і техніко-технологічної процесу, склад та чисельність висококваліфікованих працівників (персоналу) підприємства, рівень продуктивності їх праці, тощо. Що стосується зовнішніх факторів здійснення впливу на виробничий потенціал підприємства і формування політики по його управлінню, до них можна віднести:

– рівень існуючої конкуренції на ринку (постійне підтримання належного рівня конкурентоспроможності підприємства не тільки посилює його позиції на ринку, але й перманентно потребує від нього додаткових характерних витрат на забезпечення процесу управління виробничим потенціалом);

– ємність ринку (чим більшою є ємність ринку, тим ліпшим є товарооборот підприємства і його можливості нарощування доходу/прибутку, що позитивно позначається на комплексному фінансуванні його виробничого потенціалу);

– рівень цін на транспортні послуги і послуги постачальників (наприклад, незадовільна кон'юнктура ринку може стати причиною існування високих цін у постачальників підприємства та високих тарифів на транспортні послуги, що збільшує витрати підприємства і відповідно зменшує можливості фінансування

його виробничого потенціалу) [1; 3].

Процесом управління виробничим потенціалом підприємства займаються відповідні висококваліфіковані менеджери підприємства та апарат управління ним згідно до цілей, мети і завдань діяльності підприємства. Задачею апарату управління і менеджерів у відношенні виробничого потенціалу підприємства є гарантія складання тактичного й стратегічного планів управління виробничим потенціалом підприємства відповідно до таких трьох складових блоків:

1. Формування бази даних, статей та розрахунків, що стосуються складу й структури виробничого потенціалу підприємства;

2. Визначення поточного і прогнозного рівнів використання виробничого потенціалу підприємства на основі оцінки забезпеченості й рівня використання усіх ресурсів підприємства різного характеру (фінансового, трудового, техніко-технологічного, матеріально-сировинного, тощо);

3. Складення й наочна презентація порівняння виробничих можливостей підприємства з виробничою програмою та тактичними і стратегічними планами по управлінню його виробничим потенціалом.

Що стосується джерел відновлення виробничого потенціалу та розробки напрямів удосконалення поточної виробничої діяльності на підприємстві, до них можна віднести наступне:

– сума прибутку підприємства, яке воно одержує в результаті провадження своєї виробничо-господарської, інвестиційної та фінансової діяльності;

– чистий прибуток підприємства, який залишається у його розпорядженні після сплати усіх податків та відсотків;

– обсяг отриманого нерозподіленого прибутку підприємства та резервний капітал [2, с. 133-135].

Тож, забезпечення ефективного провадження діяльності підприємства та досягнення ним поставленої мети, завдань і цілей – є неможливим без процесу організації управління

його виробничим потенціалом. Управління виробничим потенціалом підприємства та його вдосконалення залежать не тільки від рівня розвитку підприємства і існуючої тактично-стратегічної політики його апарату управління, але і від забезпеченості й доцільності використання фінансового, матеріального-сировинного, трудового та техніко-технологічного ресурсного потенціалу підприємства у синтезі з забезпеченням належного рівня дохідності і прибутковості його діяльності. Виробничий потенціал і якість управління ним на сьогодні виступають однією із ключових характеристик, що свідчать про положення підприємства на ринку і рівень його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Захаренко М.М. Теоретичні засади управління виробничим потенціалом підприємства. *Агросвіт*. 2018. №23. С. 59-65.
2. Кобрин Л.Й. Застосування інструментів управління виробничим потенціалом з метою підвищення результативності діяльності підприємства. *Наукові записки*. 2019. №1 (58). С. 132-138.
3. Круш П.В., Бойко Т.О. Система управління виробничим потенціалом підприємства в сучасних умовах. *Підприємництво та інновації*. 2015. №1. С. 75-83.
4. Левченко Ю.Г., Ратушняк Ю.Ю. Теоретичні основи формування та використання виробничого потенціалу підприємства. *Молодий вчений*. 2018. №12. С. 623-626.
5. Шаманська О.І. Основні напрямки підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. №6. С. 166-172.

УДК: 339.138

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ
У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Владислав Пинтя
vlad_pintya@ukr.net

Ізмаїльський державний гуманітарний університет, м. Ізмаїл, Україна
Науковий керівник: докт. екон. наук Микола Меркулов

Ринкові процеси на території України супроводжуються створенням певних передумов для вдалої інтеграції у міжнародне економічне товариство, що потребує деяких змін у підприємницькій діяльності. Тим самим, ХХІ ст. характеризується змінами в економіці для нашої країни, що активно відображаються на загальних засадах розвитку. Управління інформаційними ресурсами стає необхідним для підприємств, що функціонують в суспільстві, яке вже досягло певного інформаційного ступеня свого розвитку [2].

Сучасний розвиток та прогрес інформаційних технологій сприяв на розширення комунікаційних каналів. Тим самим, підприємства повинні використовувати нові інструменти, методи та підходи до удосконалення та формування системи маркетингових комунікацій.

Значну роль у підприємницькій діяльності відіграють саме маркетингові комунікації, які транслюють передачу інформації про товар підприємства до цільової аудиторії. Такі комунікації представляють собою систему взаємодії та взаємовідносин між підприємством та споживачем.

Пропонуємо розглянути трактування поняття «маркетингові комунікації» опираючись на думку провідних науковців у даній галузі.

Дослідник Ф. Котлер наголошує, що маркетингові комунікації – це процес передачі та отримання інформації, яка націлена на вирішення необхідних завдань з метою формування маркетингових взаємозв'язків [3, с. 48].

Провідний науковець Г. Армстронг у своїх працях писав, що маркетингові комунікації транслюють комплексний вплив організації на навколишнє середовище з метою формування сприятливих умов для прибуткової діяльності та відносин між підприємством та споживачем [1, с. 124].

Дослідник К. Пацалюк вважає, що маркетингові комунікації – це сукупність інформаційних сигналів, які підприємство відправляє до своєї цільової аудиторії з метою ознайомлення зі своїми товарами та підприємством загалом [5, с. 294].

Узагальнюючи, можна стверджувати, що маркетингові комунікації представляють собою взаємозв'язок між підприємством та споживачем, в процесі передачі необхідної інформації.

Так як, маркетингові комунікації – це передача інформації, то вона має бути актуальною та насиченою в міру своїх можливостей. Тому, вони мають враховувати сучасні аспекти розвитку (рис. 1.).



Рис. 1. Сучасні аспекти розвитку маркетингових комунікацій

Джерело: систематизовано автором на основі [6]

Сучасний етап розвитку маркетингових комунікацій потребує урахування всіх можливих соціально-орієнтованих каналів щодо взаємодії та комунікації в системі «підприємство – споживач».

Головна мета маркетингових комунікацій простежується у інформуванні про діяльність підприємства, характеристик продукції, а також створення позитивного іміджу. Всі ці компоненти будуть сприяти на отримання бажаного економічного ефекту.

Маркетингові комунікації розрізняють за наступними видами: реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг та спонсорство.

Рекламна діяльність використовується з метою інформування споживача про товар цільову аудиторію, тим самим спонукаючи їх до відповідної покупки.

Зв'язки з громадськістю використовуються з метою формування позитивного іміджу та створення певного бренду як підприємства, так і товарів, які плануються до виходу на ринок.

Прямий маркетинг використовується з метою залучення певної цільової аудиторії для ознайомлення з продуктом, а в майбутньому його покупки.

Спонсорство використовується з метою привернення уваги споживача до товару, використовуючи різного роду заходи (виставки, ярмарки, майстер-класи та ін.).

Вищеперераховані види маркетингових комунікацій на сьогоднішній день є найбільш актуальними та дієвими у своєму використанні. У підприємницькій діяльності використання ефективних зв'язків для підтримки взаємовідносин зі споживачами призводить до отримання бажаного ефекту та прибутку від продажу.

Маркетингові комунікації у своїй діяльності охоплюють засоби та дії, які націлені на пошук та обмін інформацією, яка є вагомою для суб'єктів відповідних відносин. Слід розглядати маркетингові комунікації опираючись на сукупність коштів, адже в такому випадку система буде передбачати зміст та способи передачі маркетингової інформації, яка буде формувати зв'язки з громадськістю.

Формування чіткої системи маркетингових комунікацій на підприємстві вимагає використання комплексних дій, які орієнтовані на базову стратегію розвитку підприємства. Відсутність чіткого плану щодо розвитку та впровадження маркетингових комунікацій на підприємстві призводить до зниження рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку, паралельно збільшується рівень витрат на просування продукції на ринку, а загальним результатом є низький рейтинг підприємства та негативний імідж [4].

В процесі розробки чіткої та ефективної системи маркетингової комунікації підприємства слід звертати увагу на деякі критерії, а саме:

- конкретизування цілей комунікаційної взаємодії;
- орієнтація на цільову аудиторію;
- формування стратегії комунікації у відповідності до основної стратегії підприємства;
- формування бюджету маркетингової комунікації;
- оцінка ефективності маркетингової взаємодії між підприємством та споживачем.

Отже, розвиток інформаційних технологій сприяв на розширення комунікаційних каналів. Тим самим, підприємства повинні використовувати нові інструменти, методи та підходи до удосконалення та формування системи маркетингових комунікацій.

Маркетингові комунікації передбачають комплекс маркетингових заходів, які мають на меті поінформувати споживача щодо стану та якості товару задля подальшої покупки споживачем.

Слід зауважити, що маркетингові комунікації відіграють важливу роль у підприємницькій діяльності, які транслюють передачу інформації про товар підприємства до цільової аудиторії. Маркетингові комунікації представляють собою систему взаємодії та взаємовідносин між підприємством та споживачем.

Список використаних джерел:

1. Армстронг Г. Маркетинг: загальний курс. К.: Далектика, 2001. 608 с.
2. Івашова Н.В. Гончаренко Т.П. Сучасний підхід до формування системи комунікацій промислового підприємства. *Вісник Української академії банківської справи*. 2011. № 1. С. 120-126. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/56525/5/Ivashova_public_relations1.pdf (дата звернення: 15.03.2023).
3. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент. К.: Хімджест, 2008. 720 с.

4. Панченко О.В. Теоретичні основи розвитку маркетингових комунікацій. *Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування*. 2014. № 2. С. 62-66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnuk_2014_2_12 (дата звернення: 16.03.2023).

5. Пацалюк К. Маркетингові комунікації в сучасному менеджменті. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2013. № 1. С. 294-295.

6. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Боровик Т.В., Чухліб О.С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. № 11. 2021. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2021/72.pdf (дата звернення: 16.03.2023).

УДК 336 : 338

ФІНАНSOVA ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Світлана Власюк

vlasiuks@ukr.net

Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Черкаська обл., Україна

Аграрна сфера має специфічне значення в економічному розвитку країни. Роль сільського господарства є вагомою, оскільки вирішує основні завдання щодо досягнення самодостатності у виробництві, забезпеченні продовольчої безпеки та сталого економічного розвитку. Проте, однією з постійних перешкод є обмежений доступ сільськогосподарського сектору до фінансових послуг, що виступає стимулом ефективної діяльності та продуктивності підприємницьких структур аграрної сфери. Обмеженість зумовлена низкою факторів, зокрема просторовою дисперсією потенційних позичальників, потребою в конкретних фінансових продуктах та проблемами управління ризиками.

Досягнення результативності функціонування фінансово-економічного механізму державного регулювання сталого розвитку аграрного сектору є одним із ключових напрямів реалізації економічної політики країни.

Фінансовий менеджмент аграрної сфери реалізується на практиці через фінансову політику господарюючих суб'єктів. Основою фінансової політики є побудова ефективної системи управління, яка забезпечує досягнення стратегічних та тактичних цілей підприємницьких структур аграрної сфери, які відбиватимуться в максимізації прибутку, забезпеченню його фінансової стійкості, платоспроможності, інвестиційної привабливості тощо. В сучасних умовах, суб'єкти господарювання по-різному формують джерела фінансування діяльності, використання нерозподіленого прибутку, регулювання витрат виробництва. Всі зазначені аспекти піддаються управлінню за допомогою різних методів, прийомів напрацьованих вітчизняною та світовою практикою.

Аграрну сферу і цінову політику можна правильно зрозуміти й оцінити, лише якщо дивитися на це в контексті загальної економічної та фінансової політики. Однією з найважливіших і найпоширеніших причин невірної оцінки аграрних процесів є те, що процеси на аграрних ринках розглядаються надто вузько як аграрно-економічні явища, а не в контексті загальної економічної динаміки. Основною ознакою тенденцій розвитку сучасної економіки є її інноваційна спрямованість. [1]

Нині сільськогосподарське виробництво, в основному, фінансується банківською системою. Без кредиту, товаровиробник не може провадити ефективну діяльність, оскільки виробництво визначається специфікою процесу його відтворення. Більшість сільськогосподарських підприємств виступаючи потенційними позичальниками – непривабливі кредитори через їх низьку кредитоспроможність. Така кредитоспроможність зумовлена незадовільним фінансовим станом, недостатньою ліквідністю та високими ризиками при кредитуванні.

Сільгоспвиробник повинен вибирати між різними стратегічними варіантами, щоб залучити ресурси для фінансування своїх планів розвитку бізнесу. Однак компанії не завжди мають доступ до цих можливостей: велика кількість компаній фактично не мають до них доступу і відмовляються, свідомо чи несвідомо, використовуючи всі свої можливості. Контекстуальні фактори та фактори, пов'язані з соціально-структурними характеристиками ферми, можуть знизити рівень дотримання цих політик, враховуючи їх емоційний вплив.

Залучення значних фінансових ресурсів у сільське господарство не є чимось новим. Великі землевласники є основними гравцями в аграрній сфері, які заохочують розширення агробізнесу та монокультурних територіях; вони також перші, хто отримує від цього

користь. Постійна потреба вдаватися до дорогого обладнання та ресурсів (серед іншого, добрив, агрохімікатів, комерційного насіння та ГМО) у поєднанні з погонею за постійно зростаючим виробництвом сільськогосподарської сировини змусили компанії агробізнесу брати позики та кредити від банків та інших фінансових інвесторів. Таким чином, вплив і влада фінансових суб'єктів на промислове сільськогосподарське виробництво в останні десятиліття були консолідовані.

Зміни в політичній та економічній ситуації викликають все нові проблеми, які потребують вирішення у своєчасному пошуку нових і вдосконаленні традиційних кредитних механізмів для сільського господарства. [2]

Основними стримуючими факторами розвитку кредитного ринку в аграрному секторі сьогодні є: довгостроковий спад в банківській кредитній діяльності, орієнтація банківської кредитної діяльності на невиробничі галузі, висока вартість кредитів, обмеження довгострокового кредиту 3-5 роками, низький рівень кредитоспроможності агрохолдингів через високий рівень експлуатації та моральна зношеність основних засобів сільськогосподарських підприємств, обмежена інфраструктура кредитного ринку тощо.

Глобальні фінанси проникають на нашу територію різними шляхами. Фінансові суб'єкти створили різні прямі (наприклад, продаж землі) і непрямі (наприклад, збереження, вуглецеві ринки тощо) форми вилучення багатства через контроль над активами, природними ресурсами та загальними благами. [3]

Концентрація природних багатств і активів у руках купки корпорацій та «інвесторів» стає проблемою глобального занепокоєння. Різноманітні форми накопичення та вилучення багатства світовим фінансовим капіталом йдуть пліч-о-пліч зі зростанням насильства, яке використовується для позбавлення володіння природними ресурсами та придушення опору проти нього.

Пріоритетом розвитку аграрного сектору має стати формуванням ефективного механізму кредитування, здатного задовольнити високий попит в аграрному секторі кредитного ринку та подолання тенденції низького кредитування комерційних банків та відсутності джерел самофінансування.

Фінансова політика роз'яснює ролі, повноваження та відповідальність за важливу діяльність та рішення з управління фінансами в аграрній сфері. Виважена фінансова політика в аграрній сфері є необхідним інструментом її розвитку та формується на основі науково-обґрунтованих підходів стратегічного розвитку спрямованого на створення оптимальних умов підвищення темпів фінансово-економічного зростання.

Список використаних джерел:

1. US Agriculture Act 2018. Conference report H.R. 2642 U.S. government printing office / House of representatives 113th congress. 2d session report. Washington. URL : <https://www.congress.gov/house-reports/113th-congress>.
2. Гмиря В. Державна підтримка фінансування аграрного виробництва України. Фінансовий простір. 2016. № 3. URL: <http://fp.cibs.ubs.edu.ua>.
3. Прокопчук О.Т., Мальований М.І., Барбаш Л.В., Бондаренко Н.В., Власюк С.А. Insurance Market in Ukraine and Europe: Current Parallels. *Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management / Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, 10-11 April 2019 Granada, Spain. 969–979

УДК 658.15

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Олександр Вугман

oleksandr.vuhman@kneu.ua

КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд. екон.наук, професор Олена Ткаченко

У науковій економічній літературі описано значну кількість методів та методик оцінювання ефективності використання капіталу підприємства. При цьому усі вони безпосередньо пов'язані з аспектом його формування, і лише окремі системи показників, мають безпосереднє відношення до таких видів капіталу як основний, оборотний, інтелектуальний, виробничий, фінансовий, ін.

У наукових дослідженнях О. Магдалюка виділено такі підходи до оцінювання капіталу [1]:

- процесний, в межах якого оцінювання капіталу здійснюється в залежності від стадії кругообігу (формування, використання, накопичення, відтворення);
- за видами капіталу, що передбачає формування адекватної системи аналітичних індикаторів для кожного різновиду капіталу (основний, оборотний, інтелектуальний, виробничий, фінансовий, власний, позиковий, ін.). Основними групами показників в межах видової оцінки капіталу є показники продуктивності, швидкості обороту та прибутковості;
- атрибутивний, що пов'язаний з оцінюванням таких характеристик капіталу як ризик, ліквідність, доходність, достатність, придатність, ін.;
- управлінський, який фокусується на питаннях оцінювання доданої вартості та різних видів вартості капіталу (ринкової, фундаментальної, інвестиційної, ін.);
- системний, який поєднує попередні підходи у різних авторських інтерпретаціях з урахуванням специфіки об'єкту оцінювання.

У наукових публікаціях І. Бланка, системи показників ефективності використання капіталу об'єднані у такі групи:

- показники продуктивності;
- показники швидкості обороту;
- показники доходності.

Дані системи показників можуть бути використані для різновидів капіталу – основного, оборотного, інтелектуального, виробничого, операційного, ін. При цьому варто враховувати, що системи показників оцінювання інтелектуального капіталу є більш складними та не завжди можуть бути використані для здійснення кількісного оцінювання. При цьому грошові вимірювання інтелектуального капіталу та ефективності його використання також не є однозначними, ні з точки зору вибору видів вартості, що оцінюється, ні з точки зору методичного інструментарію. Так, серед методик оцінювання ефективності використання інтелектуального капіталу найбільш розповсюдженим видом вартості, що використано у різних методиках є ринкова вартість. При цьому з точки зору вибору методи визначення ринкової вартості є певні питання, так як науковці зазвичай не акцентують увагу на даній проблематиці.

Ще одним важливим аспектом оцінювання ефективності використання капіталу підприємства є вибір аналітичної моделі – бухгалтерської або фінансової (вартісної). Так, в межах бухгалтерської моделі оцінювання ефективності використання капіталу основні вихідні дані для розрахунку аналітичних індикаторів визначаються у відповідних категоріях, таких як необоротні активи, оборотні активи, зобов'язання. В межах фінансової моделі оцінювання використовується традиційна економічна термінологія. При цьому, з точки зору

використання інформаційної бази є певні проблеми. Так, джерелом вихідної інформації для здійснення розрахунків є фінансова звітність підприємства, яка формується на засадах принципів та підходів бухгалтерського обліку.

При цьому термінологія, що використовується в межах фінансової моделі оцінювання є такою, що відсутня у змістовних межах бухгалтерського обліку. Наприклад, основний капітал є категорією незрозумілою для даних фінансової звітності, яка оперує такими поняттями, як основні засоби, інвестиційна нерухомість, незавершені капітальні вкладення, біологічні активи. Відповідно, такі моменти потребують здійснення коригувань.

В межах розвитку управлінського підходу до оцінювання капіталу за критерій ефективності прийнято зростання вартості капіталу. Відповідна дана логіка набула свого розвитку і в теорії оцінювання інтелектуального капіталу. Так, в основу розрахунків закладено або додану вартість капіталу, або ринкову вартість. При цьому у науковому співтоваристві не існує єдиної позиції щодо вибору виду вартості, та, відповідно, методу її розрахунку. Якщо проаналізувати наукові джерела, до 2010 р. у публікаціях абсолютно домінуючою була ринкова вартість капіталу. При цьому, фінансова криза 2008 р. довела, що ринкова вартість капіталу у переважній більшості випадків формується під впливом дії факторів, які є непідконтрольними менеджменту компанії. Відтак, в теорії вартісно-орієнтованого управління, яка активно почала розвиватися з кінця ХХ ст. фокус досліджень змістився на фундаментальну або внутрішню вартість капіталу. Дані види вартості формуються під впливом дії факторів, які є підконтрольними менеджменту компанії а відтак, цілеспрямованість впливів на такі фактори забезпечує певні важелі та інструменти для забезпечення її зростання.

Щодо оцінювання вартості капіталу, то у дослідженнях О. Мендрула [2-3] найбільш чітко представлено узагальнення методів оцінювання вартості капіталу. Науковці зазначають, що з методологічної точки зору існує два концептуальних підходи до оцінювання вартості капіталу: на основі концепції дисконтування грошових потоків; на основі концепції економічного прибутку.

Концепція дисконтування грошових потоків набула потужного розвитку у другій половині ХХ ст. та до 2010 р. ХХІ ст. була домінуючою. При цьому з точки зору управлінської бізнес-аналітики, концепція економічного прибутку характеризується більш високим аналітичним потенціалом та набула потужного розвитку з точки зору розвитку VBM-аналізу. Основна змістовна ідея економічного прибутку полягає у тому, що з величини чистого прибутку віднімаються витрати на капітал. Саме ця величина є основним вимірником доданої вартості, що формує функціонуючий капітал.

У науковій літературі описано різні види аналітичних моделей, на основі яких здійснюється вимірювання економічного прибутку. До таких моделей відносять модель ринкової доданої вартості (*MVA, Market Value Added*); економічної доданої вартості (*EVA, Economic Value Added*); акціонерної доданої вартості (*SVA, Shareholder Value Added*); доданої грошової вартості (*CVA, Cash Value Added*) [4-6].

Узагальнюючи наведену інформацію варто наголосити на тому, що оцінювання ефективності використання капіталу здійснюється у різних аспектах, при цьому, найбільш поширеними сучасними практиками є ті, що базуються на концепції вартісно-орієнтованого управління. Це пояснюється тим, що іманентною властивістю капіталу є формування доданої вартості. Відповідно аналітичний фокус здійснюється на оцінюванні здатності капіталу формувати додану вартість. При цьому такі системи показників як продуктивності, швидкості обороту та прибутковості є показниками другого рівня аналітики у сфері капіталотворення, які використовуються у ході здійснення факторної інтерпретації VBM-моделей.

Список використаних джерел:

1. Магдалюк О. В. Сучасні методичні підходи до оцінювання капіталу підприємства. *Економіка та підприємництво*. 2019. №42. С. 85- 97.

2. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємств: монографія. К.: КНЕУ, 2002. 272 с.
3. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємства. навч. посіб. К.: КНЕУ, 2011. 538 с.
4. Мельник О. В. Капіталізація підприємств: теорія та практика: монографія. Кам'янець-Подільський: Видавець: Панькова А.С. 2020. 428 с.
5. Магдалюк О.В. Управлінські аспекти фінансових моделей формування та зростання вартості капіталу підприємства. *Економіка харчової промисловості*. 2020. Т.12, Вип. 2. С. 76-81.
6. Рябикіна К. Г. Ефективність управління капіталом підприємств: монографія. Кривий Ріг : Видавництво «Діонат» (ФОП Чернявський Д.О.), 2019. 200 с.

УДК 657

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наталія Голячук

*кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту
golyachuk.natalia@gmail.com*

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Договір – це юридичний документ, який створюється із застосуванням різних стадій договірної процедури двома сторонами: замовником та виконавцем. Договір є основним документом в якому фіксуються зобов'язальні правовідносини.

Договірні відносини сторін регулюються Господарським та Цивільним кодексами, а також низкою законів та нормативних актів України. В лісовому господарстві договірні відносини регулюються положеннями Лісового кодексу та Правилами використання корисних властивостей лісу.

Відповідно до Методичних рекомендацій «Договірна робота лісогосподарського підприємства складається з укладення, зміни, припинення, обліку, збереження, виконання та контролю за своєчасним і якісним виконанням договорів. Вона спрямована на забезпечення своєчасного оформлення договірних відносин на постачання матеріалів та товарів, виконання підрядних лісогосподарських робіт, перевезення лісопродукції та інших вантажів, підвищення якості лісопродукції, що заготовляється, дотримання термінів виконання прийнятих зобов'язань, зміцнення договірної дисципліни, підвищення відповідальності за виконання договірних зобов'язань» [1].

Для організації облікового процесу договірних відносин важливими аспектами є:

- документальне забезпечення договірної процедури на виконання визначеного виду робіт, (табл. 1);
- правильність та своєчасність відображення господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку;
- контроль за здійсненням розрахункових операцій з виконавцями та сплатою податкових платежів в процесі виконання договірних зобов'язань.

Таблиця 1

Документальне забезпечення договору лісогосподарського підприємства на розробку лісосіки та відповідальні особи за його виконання

Документи, передбачені договором	Замовник підприємство лісового господарства			Виконавець
	Директор	Головний бухгалтер	Головний лісничий	
Карта технологічного процесу розроблення лісосіки	+		+	+

Акт приймання-передачі лісосіки для розробки			+	+
Технічне завдання			+	+
Кошторис	+	+		+
Протокол погодження вартості послуг	+	+		+
Акт приймання-передачі виконаних робіт	+	+	+	+
Акт огляду місць використання лісових ресурсів			+	+

Розроблено автором

Для обліку розрахунків при виконанні договірних зобов'язань використовуються рахунки 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» та рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками». Схема організації обліку розрахунків з контрагентами при виконанні договірних зобов'язань показана на рис. 1.

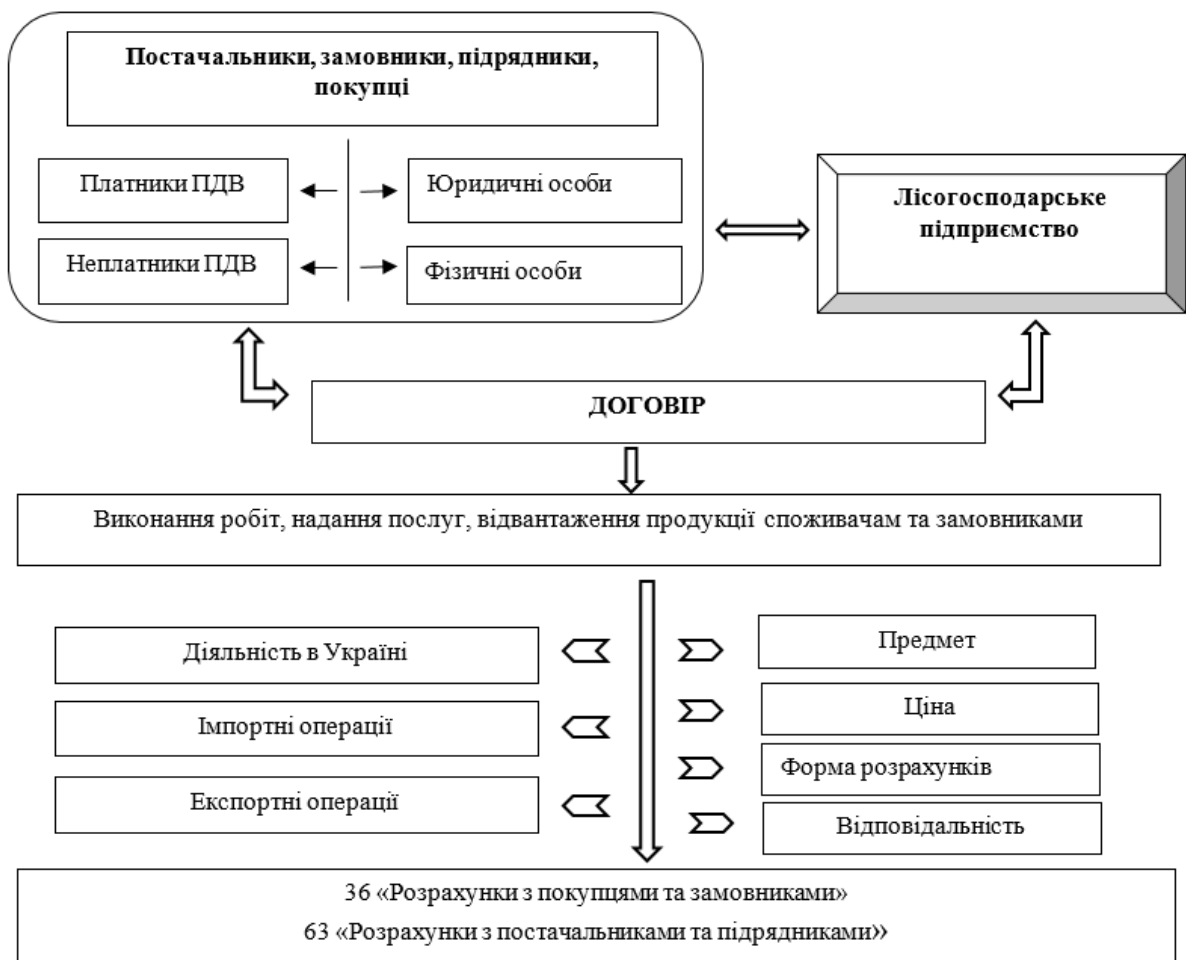


Рис. 1. Організація обліку розрахунків лісогосподарського підприємства за договорами
Джерело: Побудовано автором

Важливим питанням при укладанні договорів є ціна та способи оплати виконаних робіт, наданих послуг чи продажу продукції. Така інформація відображається у додатках до договору, в якому додається кошторис витрат на роботи, які виконує замовник або калькуляція таких робіт.

Таким чином, облік договірних відносин між замовниками та виконавцями на лісогосподарських підприємствах відбувається згідно засад, встановлених нормативними

документами та підписаними договорами.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації «Договірна робота». URL: <https://justice-km.gov.ua/uploads/files/dogov%20rob.doc>

УДК: 331.2

**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ КОШТІВ ФОНДУ ОПЛАТУ ПРАЦІ
АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Вероніка Гуц
inahignak@gmail.com

ВСП «Охтирський фаховий коледж СНАУ», м. Охтирка, Україна
Науковий керівник: викладач, спеціаліст вищої категорії Інна Хижняк

В умовах економічної трансформації заробітну плату потрібно використовувати як найважливіший засіб для стимулювання до зростання продуктивності праці, прискорення науково-технічного прогресу, поліпшення якості продукції, підвищення ефективності виробництва для суспільної злагоди [1]. Система оплати праці повинна бути гнучкою, стимулювати підвищення продуктивності праці, володіти достатнім мотиваційним ефектом. Зростання оплати праці не повинно випереджати темпів зростання продуктивності праці. Гнучкість системи оплати праці полягає в тому, що визначена частина заробітку ставиться в залежність від загальної ефективності роботи підприємства [2].

Надзвичайно актуальною ця тема стала в умовах воєнного стану. По-перше, в умовах ринкової нестабільності та відсутності умов для нормального функціонування (відключення електроенергії, повітряні тривоги і т.д.) підприємствам важливо чітко планувати витрати, в тому числі і витрати на оплату праці. По-друге, якщо мова йде про бюджетні установи, то вони мають спланувати фонд оплати праці на наступний бюджетний рік, щоб отримати відповідні асигнування з державного бюджету.

Згідно із Законом України «Про оплату праці» [3] підприємство самостійно встановлює форми і системи оплати праці, норми праці, розцінки, тарифні сітки, схеми посадових окладів, умови запровадження та розміри надбавок, доплат, премій, винагород та інших заохочувальних, компенсаційних і гарантійних виплат. Це передбачається в колективному договорі з дотриманням норм і гарантій, передбачених законодавством, генеральною та галузевими угодами.

В свою чергу плановим фондом заробітної плати називають суму коштів, яка необхідна підприємству для оплати праці працівників за виконану роботу та відпрацьований час, а також суми виплат і доплат, які передбачені державними законодавчими актами та діючими преміальними системами у запланованому періоді [2].

Плануючи фонд оплати праці на підприємстві, ураховують те, що держава здійснює певною мірою регулювання оплати праці працівників підприємств шляхом [1]:

- установлення величини мінімальної заробітної плати (у розмірі, не нижчому за вартісну величину межі малозабезпеченості в розрахунку на працездатну особу) та інших державних норм і гарантій;
- оподаткування доходів працівників;
- установлення умов і розмірів оплати праці керівників підприємств, заснованих на державній, комунальній власності; працівників підприємств, установ, організацій, що фінансуються чи дотуються з бюджету;

- регулювання фондів оплати праці працівників підприємств-монополістів згідно з переліком, що його визначає Кабінет Міністрів України.

Неможливо спланувати витрати на заробітну плату до копійчини. Але слід намагатися зробити це якомога точніше, розподіливши асигнування за місяцями. Для цього необхідна тісна співпраця працівників кадрових, планово-економічних та бухгалтерських підрозділів.

За результатами такої співпраці необхідно визначити: кількість посад, що вводиться до штату або скорочується; працівників, які досягають пенсійного віку в наступному році; працівників, у яких змінюється розмір надбавки за вислугу років у цій установі; графіки відпусток та курсів підвищення кваліфікації працівників.

Фактори, що впливають на процес формування фонду оплати праці [1]:

1. Внутрішні: динаміка зростання продуктивності праці; чисельність і структура персоналу; можливості нормування робіт; застосовувані форми і системи оплати праці; наявність і співвідношення відрядників і почасових; методологія розрахунку фонду оплати праці; виплати компенсуючого та стимулюючого характеру; рівень прибутковості і рентабельності підприємства тощо;

2. Зовнішні: законодавча база з питань праці та заробітної плати; податкова політика в сфері оплати праці; встановлення коефіцієнтів і відсотків надбавок; рівень інфляції; географічне положення підприємства; рівень середньої заробітної плати по регіону та галузі; рівень конкуренції основних професій, які використовуються підприємством, на ринку праці; наявність дискримінації в оплаті праці за статтю, віком; робота і активність профспілок тощо.

При визначенні планового фонду заробітної плати робітників розраховують:

1) фонд прямої заробітної плати;

2) доплати в годинний, денний і місячний фонди заробітної плати.

При плануванні заробітної плати треба забезпечити випередження зростання продуктивності праці порівняно зі зростанням середньої заробітної плати.

Для визначення планового фонду заробітної плати застосовуються такі методи [4]: 1) за досягнутим рівнем базового фонду оплати праці; 2) на основі середньої заробітної плати; 3) метод прямого рахунку; 4) нормативний (на основі нормативу заробітної плати на одну гривню продукції, робіт, послуг).

Аналіз виконання плану використання фонду заробітної плати здійснюється за такими напрямками [2]: вивчення використання фондів заробітної плати й установа причин відхилення фактично витрачених фондів заробітної плати від планової величини; зіставлення темпів зростання заробітної плати працівника з темпами підвищення його продуктивності праці, виявлення причин відхилення середньої заробітної плати від планових показників; розроблення заходів щодо поліпшення використання фонду заробітної плати окремих категорій працівників.

В даний час майже всі агропромислові підприємства звернулися до використання сучасних прогресивних механізмів менеджменту, що дозволяють перейти на бережливе використання всіх ресурсів, які в у нього є, в т.ч. і заробітна плата. Для цих цілей вони формують свою структуру на основі виділення центрів фінансової відповідальності, що дозволяє посилити контроль над організацією планування фонду оплати праці і збільшити відповідальність за його раціональним використанням. При такій організації з'являється можливість управляти витратами на заробітну плату шляхом своєчасного факторного аналізу планованих і фактичних даних про оплату праці. Виявляються причини і винні в перевитраті, а також можливі резерви зниження даних витрат.

Список використаних джерел:

1. Складанна К. І. Підвищення ефективності управління фондом оплати праці на підприємстві. *Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво*. 2016. Вип. 2. С. 61–67.

2. Попкова О. О. Структура фонду оплати праці як основа організації бухгалтерського обліку. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. Вип. 721. С. 114–118.

3. Про оплату праці: Закон України від 24 бер. 1995 р. № 108/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 11.04.2023).

4. Скрипник Н. Є. Форми та системи оплати праці: вітчизняні проблеми та закордонний досвід. *Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки*: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф., 24–25 лист. 2016 р. Житомир : ЖДТУ, 2016. С. 198–199.

УДК: 657.1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ МАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Наталія Демченко

natasha.demchenko.2003@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та фінансів Анжела Гриліцька

Облік необоротних матеріальних активів (НМА) є важливою складовою фінансової звітності підприємства. НМА є важливими ресурсами, які можуть забезпечити довгострокову прибутковість підприємства та забезпечити його розвиток. Тому, актуальність питання обліку НМА зростає з кожним роком, і знання цих питань є необхідним для фахівців з обліку та аудиту [1, с. 3].

Одним з ключових питань при обліку НМА є їх розміщення в балансі. НМА можуть бути класифіковані як матеріальні, нематеріальні та фінансові. Матеріальні активи, такі як машини та обладнання, зазвичай розміщуються в балансі за вартістю. Нематеріальні активи, такі як патенти та авторські права, можуть бути розміщені в балансі за вартістю або за їх фактичною вартістю. Фінансові активи, такі як акції та облігації, зазвичай розміщуються в балансі за їх фактичною вартістю [2, с. 17].

Другим ключовим питанням є оцінка НМА. Існує кілька методів оцінки НМА, включаючи вартість придбання, вартість використання та вартість заміщення. Кожен метод має свої переваги та недоліки, тому фахівці з обліку повинні бути добре ознайомлені з кожним методом та вибрати той, який найбільш підходить до конкретної ситуації [3].

Третім питанням є знос НМА. НМА зазвичай мають обмежений термін служби, тому їх вартість повинна зменшуватися з часом. Існує кілька методів зносу НМА, включаючи прямолінійний знос, знос на підставі використання та знос на підставі вартості. Вибір методу зносу залежить від характеристик НМА та способу їх використання [4].

Четвертим питанням є розміщення затрат на утримання НМА. Затрати на утримання НМА можуть бути значними, тому їх потрібно враховувати при обліку НМА. Ці затрати можуть включати витрати на ремонт та технічне обслуговування, страхування та оподаткування. Згідно зі стандартами бухгалтерського обліку, затрати на утримання НМА можуть бути включені в вартість НМА або списані як витрати за поточний період.

Останнім питанням є відображення змін у вартості НМА. Наприклад, вартість НМА може збільшуватися за рахунок проведення капітальних ремонтів або збільшення їх технічних характеристик. У такому випадку, зміна вартості НМА повинна бути відображена у фінансовій звітності.

На жаль, недостатньо уваги до правильного обліку НМА може призвести до негативних наслідків для підприємства. Наприклад, неправильна оцінка вартості НМА може призвести до заниження або завищення їх вартості, що в свою чергу може вплинути на фінансові показники підприємства. Крім того, неправильний облік затрат на утримання НМА може

привести до перевищення бюджету підприємства та втрати прибутку [5, с. 2].

Для того, щоб запобігти подібним наслідкам, необхідно використовувати найкращі практики обліку НМА. Наприклад, варто вести детальний облік НМА, зокрема відслідковувати їх рух та вартість протягом усього життєвого циклу. Також важливо правильно визначити метод зносу, з урахуванням характеристик НМА та їх використання. Для зменшення ризику неправильного визначення вартості НМА, рекомендується використовувати експертні оцінки.

Крім того, важливо забезпечити відповідність обліку НМА вимогам стандартів бухгалтерського обліку. Наприклад, МСФО 16 "Оренда" встановлює правила визначення вартості орендованих НМА та їх відображення у фінансовій звітності [6].

Загалом, облік НМА є важливим елементом фінансового управління підприємством. Відповідний облік НМА дозволяє забезпечити точність та достовірність фінансової звітності, зменшити ризик фінансових втрат та зберегти ресурси підприємства. Для досягнення цих цілей необхідно використовувати комплексний підхід до обліку НМА, який включає в себе відповідність стандартам бухгалтерського обліку, використання найкращих практик та експертні оцінки.

Список використаних джерел:

1. Бернадович А. Облік і аудит нематеріальних активів та відображення їх у системі звітності підприємства : магістерська робота. Науковий керівник : к.е.н., доцент Р.В.Романів, Тернопіль, 2018. 143 с.
2. Заяць В. Облік і аудит нематеріальних активів у вітчизняній та зарубіжній практиці : курсова робота. Науковий керівник: викладач Судин Ю. А. Тернопіль, 2017. 43 с.
3. Група компаній "ЕКСПЕРТ ІН" - Експертна оцінка майна та майнових прав. *Оціночна компанія "Експерт ІН"*. URL: <https://www.expert-in.com.ua/> (дата звернення: 07.03.2023).
4. Організація обліку зносу та ремонту необоротних активів - Бібліотека BukLib.net. *Головна - Бібліотека BukLib.net*. URL: <https://buklib.net/books/24580/> (дата звернення: 07.03.2023).
5. Юрченко А. *Дніпровський державний аграрно-економічний університет: Головна сторінка*. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/4557/1/Юрченко.pdf> (дата звернення: 07.03.2023).
6. Облік нематеріальних активів: приклади, проведення. *Головбух*. URL: <https://buhplatforma.com.ua/article/7365-oblk-nematerialnih-aktivy> (дата звернення: 07.03.2023).

UDC 36.71:351.72

THE FINANCIAL SECTOR OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW

Kateryna Zhuravel

zhuravel.katerina01@gmail.com

Cherkasy State Business College, Cherkasy, Ukraine

Scientific supervisors: Aliona Palienko, teacher

The strengthening of the banking sector and the development of well-functioning capital markets will be the main criteria for the successful recovery of Ukraine. The financial sector is an extremely important component for the successful recovery of the economy of Ukraine. Before the war, the financial sector of Ukraine was underdeveloped and mainly depended on the banking sector. Ukraine's painful transition from a command economy to a market economy — combined

with weak institutions and high levels of inequality — hampered the development of financial markets.

Despite the fact that the financial sector of Ukraine is mainly based on banks, the total volume of bank lending to the private sector was only 28% of GDP at the beginning of 2022. The deposit base of the country is also low, the deposit market does not respond to the increase of the NBU discount rate from 10% to 25% per annum, the interbank market does not function, and the foreign exchange market as a whole is influenced only by non-market factors of demand and supply of foreign currency. Today, operations on the interbank market are not carried out, we have a reduction in the volume of operations by UAH 1.4 billion per month. As of October 1, 2022, the volume of interbank loans is only 1% of the total volume of loans to the economy. This indicates that the interbank market did not transmit real impulses to the country's economy by the end of 2022, so the influence of the lending market on economic processes is not significant [1].

For many years, the Ukrainian banking system has been suffering from weak risk management, widespread related-party lending, and low regulatory tolerance. The country experienced a serious economic crisis after the Russian annexation of the Crimea and the start of the war in Donbass in 2014.

As a result of the crisis and the introduction of relevant regulatory measures by the National Bank of Ukraine (NBU), the share of non-performing loans (NPL) increased from less than a fifth of total loans in 2013 to more than half of all loans in 2017.

After the audit of assets quality, the number of banks was reduced, more than 80 banks were closed, and PrivatBank was nationalized. Other banks were recapitalized, and the NBU introduced strict restrictions on transactions with related parties. In 2022, the number of credit unions also decreased, and as a result, the volume of the bank's loan portfolio decreased by 8% [2].

Non-bank financial intermediation before the war was also poorly developed. The volumes of the insurance, money and bond markets remained very small. In the third quarter of 2022, basic financial services increased even with the reduction of financial institutions, however, the largest share of services is insurance. The volume of insurance assets increased by 7.5%, while their number decreased significantly. The main shortcomings of insurers in 2022 were:

- violation of solvency standards;
- excessive riskiness of operations [3].

The general level of corruption, the activities of law enforcement agencies and the judicial system, as well as threats to cooperation with international financial organizations have traditionally been included in the list of risks that survey participants consider to be relevant. [4].

The NBU again renewed the basic requirements for financial market entities and obliged them to submit financial statements on time and comply with financial regulations.

Speaking about pawn shops, their activity surged last year and, accordingly, we have an increase in interest income due to lending to the population, factoring operations, and financial leasing.

Further recovery of securities markets will require regulatory reform. Ukraine still does not have a financial collateral law, and derivatives market reforms are needed to ensure that Ukraine receives clear legal consultations from the International Swaps and Derivatives Association (ISDA) on netting and clearing mutual offset. The regulator of the securities market (NCSCFR) should give priority to the development and implementation of regulations that will allow the issuance of corporate and municipal bonds with the use of proceeds to meet specified public needs, because many potential investors are likely to show great interest in supporting Ukraine's economic recovery.

Therefore, the deepening of the financial sector of Ukraine should benefit broad sections of the country's population, contributing to the restoration of workplaces and import substitution. It is necessary to stimulate banks to invest in government bonds, to introduce preferential refinancing of bank loans, and it is also necessary to mutually agree on fiscal and monetary policies.

References:

1. De Khaas R. Yakyi stan finansovoho sektoru zaraz ta osnovni priorytety yoho reformuvannia pislia viiny? *Ekonomichna pravda*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/5/695722/> (accessed 20 March 2023), [in Ukrainian].
2. Zvit pro finansovu stabilnist. Hruden 2022 roku. *National Bank of Ukraine*. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2022-H2.pdf?v=4 (accessed 20 March 2023), [in Ukrainian].
3. Natsionalnyi bank pidbyv pidsumky roboty strakhovoho rynku u pershomu pivrichchi 2022 roku. *National Bank of Ukraine*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-pidbiv-pidsumki-roboti-strahovogo-rinku-u-pershomu--pivrichchi-2022-roku> (accessed 23 March 2023), [in Ukrainian].
4. Kulyk Yu.M., Boiko T.Iu., Shchokina A.V. Analiz finansovoho rynku Ukrainy. Perspektivni napriamky naukovykh doslidzhen XXI stolittia : materialy LXXV mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., m. Kharkiv, 6 hrudnia 2021 r. Kharkiv. pp. 112-115. URL: https://el-conf.com.ua/wp-content/uploads/2021/12/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%B2_-2021_%D0%A7_2.pdf#page=112 (accessed 23 March 2023), [in Ukrainian].

УДК:657.1

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ТА ПОДАННЯ ЗВІТНОСТІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Вікторія Ємсенко

vikaemsenko52@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Ольга Шільвінська, викладач

Після оголошення воєнного стану в Україні, підприємства та фізичні особи зобов'язані продовжувати сплачувати податки, інші обов'язкові платежі та подавати звітність у встановлені законом терміни. Але у зв'язку з військовою агресією російської федерації в підприємств виникли проблеми зі своєчасністю подачі звітності та сплатою податків.

Для подолання труднощів, які виникли в теперішній час, були внесені зміни до Податкового кодексу України (далі ПКУ) та інших законодавчих актів, які передбачають звільнення від штрафних санкцій за несвоєчасне подання податкової звітності та сплату податків до бюджету. На період війни на території України, податки й збори справляють з урахуванням деяких особливостей.

Відповідно до ПКУ, якщо платник податків не може вчасно виконати свої податкові обов'язки, він може бути звільнений від відповідальності, якщо ці обов'язки будуть виконані впродовж трьох місяців після закінчення війни в Україні.

Це стосується:

- сплати підприємством податків та зборів, подання звітності у вказані терміни;
- реєстрування у відповідних реєстрах податкових або акцизних накладних, розрахунків коригування;
- подача підприємством електронних документів, що описують інформацію щодо фактичних залишків палива та обсягу обігу пального або спирту етилового тощо.

Платники податків, які через їх безпосередню участь у воєнних діях не сплатили податки у визначені Законодавством України терміни, звільняються від відповідальності за умови:

- якщо особа виконає ці обов'язки впродовж одного місяця після закінчення дії воєнного стану;

- наявність наслідків, які призвели до неможливості виконання таких обов'язків;

- виконання таких обов'язків у ході одного місяця з дня закінчення дії наслідків, які призвели до неможливості виконання таких обов'язків.

При не виконанні своїх зобов'язань платником податків щодо сплати податків, зборів, платежів, реєстрації податкових та акцизних накладних тощо, у встановлений строк, то йому буде накладено фінансову відповідальність, згідно зі загальними підставами, передбаченими Податковим кодексом.

Операції, під час яких добровільно передаються або відчужуються кошти, товари (включаючи підакцизні) або надаються послуги Збройним силам України та підрозділам територіальної оборони, без отримання попередньої або наступної компенсації їх вартості, не відносяться до операцій з реалізації для цілей оподаткування [2]. Зважаючи на це, немає необхідності сплачувати ПДВ або акциз за ці операції.

Згідно з пунктом 69.6 ПКУ, коригування фінансового результату не проводяться за надання допомоги в разі, коли це стосується коштів або вартості певних товарів, які передаються безкоштовно (без компенсації їх вартості) Збройним силам України, Національній гвардії України, Службі безпеки України, Службі зовнішньої розвідки України, Державній прикордонній службі України та іншим військовим формуванням, які фінансуються з державного бюджету, з метою забезпечити захист країни під час військової агресії російської федерації проти України. При цьому до таких товарів відносяться, зокрема, спеціальні засоби індивідуального захисту, технічні засоби спостереження, ліки та інші вироби медичного призначення, засоби особистої гігієни, продукти харчування, речові засоби, виконані роботи та надані послуги, які були передані добровільно за переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України [1].

Також відповідно до пункту 69.10 ПКУ діючими вважаються ліцензії, на яких не було сплачено черговий платіж за ліцензію до припинення або скасування воєнного стану на території України, або які закінчили свій термін дії на право:

- вироблення та обіг спирту, алкоголю, тютюнових виробів, рідин для електронних сигарет;

- виробництва та зберігання оптової та роздрібною торгівлі пальним [1].

Суб'єкт господарювання повинен виконати свої обов'язки зі сплати чергових платежів або продовження ліцензії впродовж 30 днів після закінчення війни в Україні.

Платники податків можуть подати облікову, фінансову, бухгалтерську, розрахункову, аудиторську звітність та інші необхідні документи, які необхідно подати, згідно до Законодавства України в документальній та/або в електронній формі впродовж 90 календарних днів після закінчення дії воєнного стану [3]. У період дії воєнного стану та в ході трьох місяців після його закінчення не буде застосована відповідальність за несвоєчасне подання вище вказаних документів до контролюючих органів. Проте відповідно до статті 120 ПКУ платники податків не звільняються від застосування штрафних санкцій за неподання (несвоєчасне подання) податкової звітності.

Юридичні особи, які зобов'язані оприлюднити річну фінансову звітність та консолідовану річну фінансову звітність разом з іншими відповідними звітами, повинні оприлюднити її у повному обсязі впродовж трьох місяців після припинення або скасування воєнного стану [4]. Якщо юридична особа не виконає це зобов'язання, то контролюючий орган може притягнути її до фінансової або адміністративної відповідальності.

Під час воєнного стану також призупиняються податкові перевірки і не розпочинаються нові перевірки, крім:

- перевірок, які здійснюються органом управління виключно на підставі інформації, наведеної у податковій декларації;

- документальних позапланових перевірок, що проводяться при зверненні платника податків, документальних позапланових перевірок платників податків, за якими з'явилась податкова інформація, що вказує про порушення платником валютного законодавства в частині додержання граничних термінів надходження товарів за імпортними операціями та/або валютної виручки за експортними операціями;

- перевірок, що проводяться за місцем фактичної діяльності платника податків, знаходження господарських чи інших об'єктів права власності.

Проте до платників податків застосовуються штрафні санкції, згідно статті 124 ПКУ за несплату узгодженої суми грошового зобов'язання та згідно статті 123 ПКУ у разі заниження податкового зобов'язання, зокрема за звітний (податковий) період до початку повномасштабної війни.

Згадані вище зміни мають на меті підтримати бізнес, шляхом створення правових механізмів, які спрямовані на зменшення тиску на бізнес, зокрема шляхом звільнення юридичних осіб від відповідальності за несвоєчасне оприлюднення фінансової звітності та звільнення платників податків від відповідальності за невчасну сплату податків, зборів та інших виплат на період дії воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану : Закон України від 03 березня 2022 року № 2118-IX. Законодавство України: веб-сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text>

2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15 березня 2022 року № 2120-IX. Законодавство України: веб-сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>

3. Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни: Закон України від 03 березня 2022 року № 2115-IX. Законодавство України: веб-сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2115-20#Text>

4. Про внесення змін до Закону України "Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни" щодо звільнення від відповідальності за порушення строків оприлюднення фінансової звітності у період дії воєнного стану або стану війни: Закон України від 19 липня 2022 року № 2436-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2436-20#n5>

УДК: 657.1

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ШЛЯХИ ЇХ УНИКНЕННЯ

Галина Єрмоленко

yermolenko.h15@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та фінансів Анжела Грилицька

Одне з найважливіших і найскладніших питань у сфері бухгалтерського обліку на сьогодні це облік дебіторської заборгованості, оскільки в ускладнених економічних умовах виникають проблеми високого рівня неплатоспроможності, тому питання обліку та контролю дебіторської заборгованості підприємств є актуальною темою для бізнес середовища. Наразі облік повністю врегульовано на законодавчому рівні, регламентується

П(С)БО 10, що дозволяє зробити аналіз і дослідити нерозв'язані проблеми, але, незважаючи на повний контроль з боку держави, існує ряд проблем, пов'язаних з несвоєчасним погашенням. Проблемам обліку та аналізу дебіторської заборгованості присвячені численні праці зарубіжних та вітчизняних економістів. До них можна віднести: Бріггс Вільям Д., Джонс Марк, Горбачова О. М., Олійник О. В., Петрик, Г. В. Савицької Я. В., Соколова, В. В., Девід Майерс, Бейн Бріан, Раймонд Джеймс, Джон Генрі, Джеремі Сміт, Адам Хілл, Надія Коваленко, Майкл Гарінгтон.

Дебіторська заборгованість є одним з найважливіших показників фінансового стану компанії, оскільки вона впливає на грошові потоки, прибутковість і ліквідність компанії. Тобто, дебіторська заборгованість це суми, які заборгували компанії її клієнти за товари або послуги, які були надані, але ще не оплачені. Розмір дебіторської заборгованості визначається факторами, які поділяються на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх відносяться такі фактори, як: стан розрахунків у країні, грошово-кредитна політика центрального банку, рівень інфляції, вид продукції, ринок та його насиченість. До внутрішніх відносяться такі фактори, як: кредитна політика підприємства, види розрахунків, діяльність фінансового менеджера та стан контролю за дебіторською заборгованістю.

Належний облік і контроль дебіторської заборгованості має вирішальне значення для фінансового стану компанії. Нижче наведені основні проблеми, які можуть виникнути при обліку та контролі дебіторської заборгованості на підприємстві:

1. Неточний облік. Помилки в обліку продажів, платежів і знижок можуть призвести до неточного відображення залишків дебіторської заборгованості, що може спричинити фінансові розбіжності.

2. Неопрацьована кредитна політика. Може призвести до надання кредитів клієнтам з поганою кредитною історією, що може призвести до збільшення безнадійних боргів.

3. Неефективні процеси стягнення заборгованості. Неефективні процеси стягнення заборгованості можуть призвести до великої кількості прострочених боргів та підвищеного ризику виникнення безнадійних боргів. Регулярний аналіз та оцінка процесів стягнення заборгованості може допомогти визначити сфери для покращення.

4. Неправильне визначення суми заборгованості. Необхідно вести точний облік боргів, щоб уникнути переplat і недоплат.

5. Недостатня комунікація з клієнтами. Якщо не підтримувати регулярний контакт з клієнтами та не повідомляти їх про заборгованість, то це може призвести до затримки платежів.

6. Відсутність ефективної системи відстеження платежів. Підприємство повинно мати ефективну систему відстеження дебіторської заборгованості, щоб уникнути збитків.

7. Відсутність даних про зростання витрат, пов'язаних зі збільшенням розміру дебіторської заборгованості і часу її оборотності.

Існує кілька способів, за допомогою яких підприємство може уникнути дебіторської заборгованості та мінімізувати ризик виникнення безнадійних боргів. Ось кілька стратегій:

1. Виставляйте своєчасні та точні рахунки. Переконайтеся, що рахунки-фактури є точними і надсилаються клієнтам вчасно. Запізнілі або неточні рахунки можуть призвести до несвоєчасних платежів та суперечок.

2. Запровадити стимули для оплати. Пропонуйте знижки при ранній оплаті або надавайте інші стимули, щоб заохотити клієнтів платити вчасно.

3. Запровадити моніторинг дебіторської заборгованості. Створіть звіт за термінами заборгованості, щоб відстежувати прострочені платежі та вживати активних заходів зі стягнення заборгованості.

4. Забезпечити підтримку клієнтів. Надавайте підтримку клієнтам і швидко реагуйте на будь-які їхні запитання чи проблеми. Це допоможе побудувати міцні відносини з клієнтами та зменшити ризик виникнення суперечок або прострочених платежів.

5. Розробити ефективну систему відстеження дебіторської заборгованості.

6. Встановлення ліміту дебіторської заборгованості.

7. Пошук можливостей збільшення кількості покупців і замовників для диверсифікації масштабів ризику виникнення простроченої заборгованості одним дебітором.

8. Слідкувати за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості, оскільки значне перевищення дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стабільності компанії.

9. Контролювати потенційних дебіторів, оцінювати їх фінансовий стан на платоспроможність, ринкову репутацію тощо.

Отже, основною проблемою в обліку дебіторської заборгованості є прострочення платежів, які з часом перетворюються з короткострокових на сумнівні та безнадійні. Зрозуміло, що дебіторської заборгованості не уникнути, тому компанія має шукати шляхи ефективного управління дебіторською заборгованістю, а саме удосконалення обліку взаєморозрахунків, організації ефективної та дієвої системи внутрішнього контролю тощо.

Таким чином, для ефективного управління дебіторською заборгованістю в компанії необхідно розробити чітку кредитну політику, вести регулярний облік та моніторинг дебіторської заборгованості, встановлювати чіткі умови оплати та надавати знижки за дострокову оплату, забезпечувати якісне обслуговування клієнтів та вирішувати потенційні проблеми, а також розглянути можливість дистанційного управління дебіторською заборгованістю. Використання сучасних технологій також може допомогти автоматизувати процес управління дебіторською заборгованістю та зменшити ризик виникнення дебіторської заборгованості на підприємстві. Впроваджуючи ці стратегії, підприємство може уникнути дебіторської заборгованості, зменшити ризик виникнення безнадійних боргів та зберегти стійкий фінансовий стан.

Список використаних джерел:

1. П(с)БО 10 «Дебіторська заборгованість»: Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. № 237. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>

2. Горбачова О. М. Облік та аналіз дебіторської заборгованості: проблеми та шляхи їх вирішення. URL: Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>

3. Колеснікова О. М. Проблемні питання обліку резерву сумнівних боргів в контексті Податкового кодексу України. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/op-1&z=772>.

4. Ратинський В. В. Інформаційні технології в бухгалтерському обліку. перспективи та проблеми. URL: <http://efp.in.ua/uk/journal-item/297>

5. Єдинак Т.С. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємства в умовах фінансово-економічної кризи. URL: http://firearticles.com/economika-91_pidpriemstv/54-problemi-upravlinnya-debitorskoyu-zaborgovanistyu-pidpriemstv-umovax-finansovo-ekonomichnoyi-krizi-yedinak-t-s.html.

УДК: 336.11

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВРЕГУЛЮВАННЯ СТАНУ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Руф Корнієнко

rutinakornienko@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач вищої категорії Юлія Кулик

Війна серйозно вплинула на економіку України і на її валютний ринок зокрема, адже збільшується ризик політичної та економічної нестабільності, що призведе до зміни курсу

валют, зменшення кількості іноземних інвесторів та інших факторів, що впливають на фінансову систему країни. Окрім того, війна впливає на зовнішню торгівлю України, змінюючи попит та пропозицію на валюту країни. Також змінюється стан банків та інших фінансових установ, що впливає на їхню ліквідність та фінансову стійкість.

Крім того, збільшення державного боргу провокує інфляцію та вимагає значних коштів для погашення заборгованості, що підвищує попит на іноземну валюту [1].

Валютний ринок України проводить операції з купівлі-продажу як готівкової, так і безготівкової іноземної валюти та банківських металів. Триматися валютному ринку допомагають значні обсяги та вчасні надходження міжнародної фінансової допомоги, що дає можливість НБУ працювати з інтервенціями та тримати міжбанківський курс в межах 40,20-40,75 грн за 1 долар та 42,00-42,70 грн за 1 євро. На початку 2023 року ситуація на міжбанківському валютному ринку без суттєвих змін, порівняно з 2022 роком, попит перевищує пропозицію, але НБУ намагається впроваджувати низку заходів для стабілізації ситуації [3].

Валютний ринок України в умовах воєнного часу зіштовхнувся з наступними проблемами [1]:

- нестабільність курсу валют, під час воєнного часу досить швидко змінюються валютні курси, що негативно впливає на імпорт і експорт товарів та послуг, а також на купівельну спроможність населення;
- зменшення інвестицій в економіку України, призвело до зниження зростання ВВП;
- зниження довіри до валюти;
- зниження платоспроможності населення;
- зниження обсягів міжнародної торгівлі, що вплинуло на зменшення доходів держави та збільшення її економічної залежності від зовнішнього світу;
- збільшення боргового тягаря;
- зниження інвестиційного клімату, оскільки інвестори засумніваються у безпеці своїх інвестицій;
- руйнування інфраструктури, тому держава може залучати міжнародну допомогу та надавати фінансову підтримку для відновлення інфраструктури, а також розвивати нові інфраструктурні проекти.
- зменшення довіри до банківської системи, тож держава має зменшити ризики для вкладників та забезпечувати надійний захист їх вкладів.
- зростання інфляції через збільшення витрат на оборону та інші військові витрати. Держава повинна чітко контролювати грошову масу в економіці.
- зменшення рівня зайнятості через зниження виробництва та зростання безробіття;
- збільшення витрат на імпорт і зменшення на експорт, що негативно впливає на валютний ринок. Проте країні надано право на експорт до країн ЄС без обмежень хоча б на рік.

Аналітики виділяють шість факторів, що на даний час впливають на курсову ситуацію та стан валютного ринку країни [2]:

- 1) згода МВФ на емісію НБУ до 50 мільярдів грн (в першу чергу для покриття дефіциту бюджету);
- 2) зміна політики МФУ відносно прибутковості військових облігацій на первинному ринку (прогноз зростання доходу від довгострокових паперів на 21%);
- 3) відносно строкових депозитів купівля валюти на суму до 100 тис грн за кращим курсом, що зменшить тиск на гривню;
- 4) стабільні надходження фінансової допомоги від США та ЄС;
- 5) ситуація на фронті, зростає імпорт, росте негативне сальдо в торгівлі;
- 6) конвертація гривні з карток біженців за кордоном (від 1,7 млрд дол. до 2,3 млрд дол.).

Отже, воєнний конфлікт в Україні має серйозний вплив на валютний ринок України

та призводить до різноманітних проблем, таких як зростання курсу іноземних валют, збільшення інфляції, зниження рівня економічного зростання, зменшення притоку інвестицій та збільшення боргового навантаження. Для забезпечення стабільності валютного ринку під час воєнного конфлікту необхідно вживати низку заходів, таких як підтримка фінансової системи, контроль над валютним ринком, забезпечення стабільності банківської системи, стимулювання внутрішнього виробництва та інвестиційної діяльності, забезпечення довіри до валютних операцій та зменшення ризиків валютних операцій. Важливо також враховувати, що для забезпечення стабільності валютного ринку необхідна співпраця між державними органами, банками, фінансовими установами та інвесторами. Тільки за умови співпраці та взаємодії можна забезпечити стабільність валютного ринку в умовах воєнного конфлікту.

Список використаних джерел:

1. Дернова І.А. Державний борг та динаміка курсу національної валюти: статистична оцінка. *Ефективна економіка*. 2011. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_2_11 (дата звернення 15 березня 2023).
2. Валютний ринок під час війни: НБУ роз'яснив зміни в регулюванні та їх логіку. *Finbalance – Інтернет-портал про фінанси та економіку*. URL: <https://finbalance.com.ua/news/valyutniy-rinok-pid-chas-viyuni-nbu-rozzyasniv-zmini-ta-kh-lohiku> (дата звернення 15 березня 2023).
3. Король А. Нові зміни на валютному ринку в умовах війни. *LIGA ZAKON*. URL: https://buh.ligazakon.net/news/212909_nov-zmni-na-valyutnomu-rinku-v-umovakh-vyni--postanova-nbu (дата звернення 15 березня 2023).
4. Про роботу банківської системи та валютного ринку з 24 лютого 2022 року в умовах воєнного стану по всій території України. *Національний банк України* URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pro-robotu-bankivskoyi-sistemi-ta-valyutnogo-rinku-z-24-lyutogo-2022-roku-za-umovi-voyennogo-stanu-po-vsiy-teritoriyi-ukrayini> (дата звернення 15 березня 2023).

УДК: 657.1

АМОРТИЗАЦІЯ АКТИВІВ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Ірина Левченко

Irinkalechenko09@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач Ольга Шільвінська

24 лютого 2022 року в нашій країні оголошено воєнний стан, який триває до сьогодні. Змінилося життя мільйонів українців. Також вторгнення росії негативно вплинуло на економіку України, адже підприємства на окупованих територіях були змушені мігрувати на безпечну територію або припинити свою діяльність.

Воєнний стан зумовив непередбачені умови використання майна та невизначеність його терміну експлуатації. Також є значні ризики, що юридична особа може втратити своє майно, адже в більшості випадків майно підприємств не застраховане.

Розповсюдженим бухгалтерським питанням на яке накладає великий відбиток воєнний стан – нарахування амортизації основних засобів на підприємстві.

Амортизація — систематичний розподіл вартості основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів, що амортизується, протягом строку їх корисного використання (експлуатації) [1].

Нарахування амортизації розпочинається з наступного місяця, за місяцем в якому об'єкт основних засобів був введений в експлуатацію. Амортизація нараховується протягом

строку корисного використання активу, який встановлюється підприємством самостійно з урахуванням вимог Податкового кодексу України.

Згідно з П(с)БО № 7 можна використати наступні методи амортизації:

- прямолінійний метод передбачає рівномірний розподіл амортизаційних відрахувань протягом очікуваного строку корисного використання об'єкта основних засобів. Сума амортизація визначається діленням амортизуємої вартості на термін корисного використання основних засобів;

- виробничий метод – сума нарахованої амортизації залежить від кількості виготовленої продукції та виробничої ставки амортизації (далі ВСА). ВСА визначається діленням амортизуємої вартості на плановий обсяг випуску продукції;

- зменшення залишкової вартості. Сума амортизаційних відрахувань визначається шляхом множення остаточної вартості об'єкту основних засобів на норму річної амортизації;

- кумулятивний цей метод також відомий як метод суми чисел років. За цим методом річна сума амортизації розраховується як добуток вартості, яка амортизується, та кумулятивного коефіцієнта;

- прискореного зменшення залишкової вартості - виходячи з цього методу, річну суму амортизаційних відрахувань можна визначити як множення залишкової вартості (на початок звітного року) на річну норму амортизації, яка визначається виходячи зі строку корисного використання, а потім вона подвоюється [4].

Найбільш простішим, та поширеним методом для нарахування амортизації основних засобів є прямолінійний метод.

В зв'язку з воєнним станом та не визначеністю чи буде і далі продовжуватися діяльність, можна запропонувати підприємствам змінити метод нарахування амортизації на прискореного зменшення залишкової вартості.

Цей метод допоможе правильним чином відобразити в обліку витрати, які понесла юридична особа.

П(с)БО 7 «Основні засоби» визначено, що сума нарахованої амортизації юридичні особи відносять на збільшення суми витрат і зносу основних засобів.

На вибір рахунку обліку витрат для відображення нарахованої амортизації впливає напрямок використання певного об'єкта основного засобу, та може бути: рахунок 23 «Виробництво», рахунок 91 «Загально виробничі витрати», рахунок 92 «Адміністративні витрати», рахунок 93 «Витрати на збут» або рахунок 94 «Інші витрати операційної діяльності» [5].

Згідно з ПСБО 7 нарахування амортизації призупиняється на період реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації основних засобів.

В зв'язку з цим, крім зміни метода нарахування амортизації, підприємства, які не мають змоги працювати, для зменшення витрат по амортизації можуть поставити об'єкти основних засобів на консервацію. Консервація - це комплекс заходів, які спрямовуються на довгострокове зберігання основних засобів підприємств, у такому разі припиняється виробнича та господарська діяльність зі змогою відновити їх [4]. В такому випадку можна зазначити, що процес консервації основних засобів підприємства, має бути правильно оформлений первинними документами. Консервацією не може вважатися, тимчасове невикористання основних засобів з причини вимушеного простою.

На даний час не ухвалено жодного законодавчого акту, яким би дозволяли підприємствам призупинити нарахування амортизації з вимушеним простоєм під час воєнного стану. Тому немає ніяких підстав, щоб не нараховувати амортизацію на основні засоби.

Підприємство можуть переоцінювати основні засоби, якщо залишкова вартість основних засобів відрізняється від справедливої вартості на дату балансу. Якщо ведеться переоцінка основних засобів на ту саму дату, тоді здійснюється переоцінка всіх об'єктів групи основних засобів. Переоцінка основних засобів такої чи іншої групи, об'єкти, які не

підлягали переоцінці, надалі має проводитися регулярно, для того щоб їх залишкова вартість не відрізнялася від справедливої вартості.

Таким чином, припинення діяльності підприємств під час воєнного стану не є підставою для припинення нарахування амортизації, оскільки цей випадок наразі не врегульований законодавством.

Список використаних джерел:

1. Чи нараховується амортизація на основні засоби установою, яка у період дії воєнного стану прийняла рішення про призупинення діяльності URL:<https://decentralization.gov.ua/news/15351>

2. Воєнна амортизація: простій, мобілізація, окупація, нестандартні умови використання URL:<https://ibuhgalter.net/articles/991>

3. Амортизації у податковому обліку основних засобів, примусово відчужених, вилучених, добровільно переданих на потреби ЗСУ в умовах правового режиму воєнного стану URL: <https://od.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/621153.html>

4. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» № 97 від 27.04.2000 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (дата звернення 27.03.2023).

5. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 893/4186 від 21 грудня 1999 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>. (дата звернення 27.03.2023).

УДК: 657.1

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ В БУДІВНИЦТВІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Ірина Левченко

Irinkalevchenko09@gmail.com

Юлія Кулик

викладач, спеціаліст вищої категорії

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Домінуючим сектором у розвитку будівельної галузі промисловості в Україні є сектор житлового будівництва. Зараз досить помітна ця тенденція, яка зростає за останнє десятиліття, спостерігається також збільшення обсягів житлового будівництва. Це призвело до помітного вдосконалення новітніх будівельних технологій та їх розвитку, а також нових та ефективних методів його управління. Виробництво, спрямоване на зниження собівартості житла, скорочення матеріальних, трудових і грошових витрат. Тому економічне і соціальне значення обліково-аналітичної інформації про витрати на будівництво, введення в експлуатацію житлової площі та забезпечення реалізації заходів щодо їх зниження. Забезпечення, впровадження та реалізації заходів щодо зниження витрат на будівельно-монтажні роботи.

Чинники, які зумовила війна, залишили свій слід у внутрішньому ринку будівельних матеріалів, зменшивши їхні масштаби. На даний момент в Україні велика частка підприємств має складну ситуацію з необоротними коштами та резервами, які закінчились протягом року. На початку 2023 року більшість підприємств переорієнтувались на допомогу Збройним силам України [3].

В першому півріччі 2020 року великий відсоток підприємств були змушені призупинити або навіть зупинити будівництво, через подорожання газу та масивні обстріли з

сторони противника. Також виробництва, які виготовляли сировину для українського та європейського ринку - вщент зруйновані. Зокрема, йдеться про завод із виготовлення мінеральної вати у Житомирі, будівельних сумішей — на Донеччині, металоконструкцій та інших будівельних матеріалів — у Маріуполі тощо.

У другому півріччі 2020 року основною проблемою, яка змусила призупинити будівництва та виробництво, стали ліміти обсягів електроенергії, в наслідку пошкодження електростанцій.

Під час дії «воєнної операції» в нашій країні, прийматимуть в експлуатацію лише закінчені об'єкти будівництва, також вони можуть набути права на виконання підготовчих та будівельних робіт, але потрібно брати до уваги встановлені постановою КМУ "Деякі питання здійснення дозвільних та реєстраційних процедур у будівництві в умовах воєнного стану" від 24.06.2022 р. № 722 [2].

На підставі цієї постанови будівництво проводиться за такими особливостями:

- Будівництво приватних житлових будинків не вище двох поверхів, садових, дачних будинків(крім мансардних),господарських(присадибних)будівель і споруд, гаражів, елементів благоустрою та садівництва на земельних ділянках площею до 500 кв. м може здійснюватися без дозволу або за рішенням замовника відповідно до містобудівної документації на регіональному рівні або, якщо документація не затверджена, відповідно до цільового призначення та обмежень використання земельної ділянки;

- Уразі ненадання відповідним уповноваженим органом містобудування та архітектури цих умов та обмежень забудови земельної ділянки або прийняття рішення про їх ненадання протягом 10 робочих днів з дня реєстрації заяви про їх видачу, проектування об'єкта будівництва здійснюється без отримання певних умов та обмежень відповідно до місцевої документації та обмеження забудови земельної ділянки;

- На період дії воєнного стану в Україні дозволяється перенесення строків виконання окремих видів робіт з опорядження фасадів та благоустрою територій(крім транспортних коридорів та пішохідних комунікацій)на строк до трьох місяців з дня закінчення або скасування воєнного стану.

Зокрема, замовник будівництва повинен робити відповідний запис в декларації або в акті готовності об'єкта, до експлуатації, відповідно потрібно зазначити види виконаних робіт [5].

Відповідно до ст. 317 Господарського кодексу відносини між замовником та виконавцем у сфері капітального будівництва регулюються договором підрядника. Згідно зі ст. 318 цього Кодексу за договором підряду одна сторона (підрядчик) зобов'язується своїми силами і засобами на замовлення другої сторони (замовника) побудувати і здати об'єкт у встановлений строк визначений договором відповідно до проектно-кошторисної документації або виконати зумовлені будівельні та інші роботи, а замовник зобов'язується передати підрядчику затверджену проектно-кошторисну документацію, надати йому будівельний майданчик, прийняти закінчені будівництвом об'єкти і оплатити їх [1].

Особливості обліку в будівництві настільки важливі, що це призвело до створення єдиного галузевого стандарту П(с)БО 18 «Будівельні контракти» [7]:

- Через тривалість виробничого циклу частка незавершеного виробництва є значною та особливою умови розрахунків із замовниками, де оплата зазвичай здійснюється за закінчені етапи; та зазвичай здійснюється проти стадії завершеності, вартість якої визначається відповідно до П(С)БО 18 Будівельні компанії часто змушені залучати позикові кошториси наступної причини- повільна оборотність власних коштів.

- Об'єкт будівництва є нерухомим і не буде переміщений до покупця, але будуть витрати на транспортування будівельної техніки та обладнання до будівельного майданчика споруджуються тимчасові споруди.

- Будівельні компанії зазвичай знають конкретних замовників, з якими вони укладають контракти, ще до початку робіт. Компанія отримує кошти на зведення від

замовника, з яким укладено контракт, але після завершення будівництва приймає об'єкт у власність, це призводить до необхідності обліку витрат і доходів, специфіка бухгалтерського обліку за будівельними контрактами, конкретні процедури якого розкриті в П(С)БО 18.

- Існування допоміжних виробництв, багато видів робіт та відмінності між ними трудомісткість ускладнює первинний та аналітичний облік.

- Будівельні майданчики знаходяться на відкритому повітрі, і кліматичні умови, наприклад: дощ, мороз, снігі та вітер призводять до матеріальних втрат.

Специфічні рахунки для обліку в будівництві [4]:

703 «Дохід від реалізації робіт і послуг»

903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг»

113 «Тимчасові (не титульні) споруди»

238 «Незавершені будівельні контракти»

239 «Проміжні рахунки».

Будівельні підприємства в Україні, як будь-який суб'єкт господарювання підлягають оподаткуванню. Оподаткування в будівництві має певні особливості, але в загальному випадку воно здійснюється згідно Податкового кодексу України. Вичерпний перелік всіх податків викладено в статті 9 та статті 10 Податкового кодексу. Але із вказаних там податків до будівельної галузі застосовуються, насамперед: податок на прибуток в будівництві податок на додану вартість. Вказані податки відносяться до загальнодержавних та надходять безпосередньо до держбюджету [6].

Особливості оподаткування податком на додану вартість операцій з об'єктами нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому встановлюються Законом України від 20 вересня 2022 року № 2600-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України (далі – Кодекс) щодо оподаткування операцій з об'єктами нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому». Основною метою Закону № 2600-IX є забезпечення полегшення доступу населення до нового житла, зменшення податкового навантаження, створення прозорих умов для інвестування, пов'язаного з нерухомістю, шляхом зміни порядку оподаткування операцій, пов'язаних зі створенням і постачанням житлової нерухомості. Законом № 2600-IX, зокрема, передбачено запровадження касового методу (податок нараховується лише за наявності джерела для його сплати) для визначення податкових зобов'язань з ПДВ за операціями з першого постачання житла (об'єктів житлової нерухомості), неподільного житлового об'єкта незавершеного будівництва/майбутнього об'єкта житлової нерухомості, в т.ч. замовниками та девелоперами будівництва.

Цього року є одна позитивна зміна у будівництві, яка сприяє покращенню ситуації на ринку- це відновлення забудови. Реалістичним є сценарій, за допомогою якого необхідні обсяги будуть повернуті виробникам, цьому сприяє закінчення опалювального сезону, поступове відновлення системи та ефективна протиповітряна оборона від повторних атак на енергетичні об'єкти. Уряд також запровадив іпотечне кредитування для стимулювання галузі за умови належного впровадження, низьких відсоткових ставок за житловими кредитами можуть позитивно вплинути на ринок, оскільки кошти учасників програми залишаються в Україні у 2023 році буде видано до 15000 пільгових іпотечних кредитів, що підтримає галузь та економіку країни [2].

Існують приклади успішної переробки будівельного сміття в Європі, які були б особливо корисними для відбудови України. Так, якщо раніше частина відсортованих (безпечних) залишків вивозилася на переробку до Росії, то сьогодні найкращим варіантом було б налагодити такий процес в Україні. Відновлення будівництва позитивно вплинуло б на поліпшення життя людей і на післявоєнну економіку, забезпечивши робочі місця, збільшивши виробництво матеріалів і відкривши нові підприємства. Тому нам потрібно бути готовими до процесу відновлення, розуміти виклики і починати працювати над ними заздалегідь.

Отже, в ринкових умовах управління будівництвом стає більш складним, оскільки

необхідно враховувати зміни ринкової кон'юнктури, попиту та пропозиції. Однак дослідження діючої системи бухгалтерського обліку показує, що менеджери будівельних організацій не забезпечені достатньою інформацією для прийняття ефективних та виважених управлінських рішень у процесі інвестиційної та будівельної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України : Закон від 31.03.2003 № 436-IV. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Деякі питання здійснення дозвільних та реєстраційних процедур у будівництві в умовах воєнного стану : Закон від 24.06.2022 № 722-2022п. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722-2022-%D0%BF#Text>
3. Задорожний З-М.В., Крупка Я.Д. Стан і перспективи розвитку бухгалтерського і управлінського обліку в умовах глобалізації : монографія. Тернопіль: ВПЦ «Університетська думка», 2020. 295 с.
4. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України: від 30.11.1999 № 291. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99>
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
6. Податковий кодекс України : Закон від 02.12.2010 № 2755-VI. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
7. П(с)БО 18 «Будівельні контракти» від 28.04.2001р. № 0433-01: URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0433-01#Text>

УДК 330.322.01

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ПОТОЧНИХ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ДІЮЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Світлана Мірошниченко
svetamiro15@gmail.com

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ
Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Ольга Ромашко

Зважаючи на припинення діяльності багатьох підприємств, руйнування виробництв, порушення логістики, ведення активних бойових дій, підприємства не можуть швидко відновити свою роботу без залучення додаткових коштів. У зв'язку з військовими діями підтримка підприємців на державному рівні була припинена. Тому підприємцям, які хочуть відновити свою господарську діяльність доводиться залучати кошти в вітчизняних чи іноземних інвесторів. Враховуючи ризики, пов'язані з військовими діями, нестабільне економічне середовище та інші фактори, підприємства намагаються залучати короткострокові фінансові інвестиції з метою зменшення впливу цих факторів та підвищення ймовірності інвестування та можливості вчасної виплати дивідендів. Отже, важливою умовою при цьому є розуміння як будуть оцінюватися ці поточні інвестиції у інвестора.

Питання фінансового інвестування розглядалося багатьма науковцями, а саме В. В. Бабичем, С. Ф. Головою, О. Г. Задніпровським, В. М. Костюченко, Я. Д. Крупкою, М. В. Кузубом, А. В. Махотою, Г. В. Уманців та іншими.

Поточні фінансові інвестиції - фінансові інвестиції на строк, що не перевищує один рік, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент (крім інвестицій, які є еквівалентами грошових коштів) [1].

Фінансове інвестування передбачає виникнення певних прав та обов'язків у двох сторін - інвестора та об'єкта інвестування. Найпоширенішою формою фінансового інвестування є придбання цінних паперів. Тобто фінансове інвестування означає переважно використання наявного капіталу для придбання акцій, облігацій чи інших видів цінних паперів, які випускаються підприємством чи державою.

Оцінка фінансових інвестицій переважно регламентується НП(С)БО 12 "Фінансові інвестиції" та НП(С)БО 13 "Фінансові інструменти". Оцінка фінансових інвестицій провадиться на дату надходження, на дату балансу та на дату вибуття.

На дату надходження важливою умовою оцінки є активи, які були передані в обмін на фінансові інвестиції. НП(С)БО 12 регламентує вартість, за якою обліковуються фінансові інвестиції, що були придбані за кошти чи в обмін на цінні папери власної емісії або ні інші активи (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка фінансових інвестицій на дату надходження

Умови, за яких було придбано фінансові інвестиції	Вартість, що вказується в обліку
За кошти	Ціна придбання, комісійні винагороди, мито, податки, збори, обов'язкові платежі та інші витрати, безпосередньо пов'язані з придбанням фінансової інвестиції
Обмін на цінні папери власної емісії	Справедлива вартість переданих цінних паперів
Обмін на інші активи	Справедливою вартість переданих активів

НП(С)БО 12 також регламентує оцінку фінансових інвестицій на дату балансу. На дату балансу існує три методи, за якими можуть обліковуватися фінансові інвестиції, а саме за справедливою вартістю, за амортизованою вартістю та за методом участі в капіталі (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка фінансових інвестицій на дату балансу

Методи обліку	Фінансові інвестиції, які обліковуються за методом
За справедливою вартістю	Фінансові інвестиції, крім тих, що утримуються підприємством до їх погашення або обліковуються за методом участі в капіталі
За амортизованою вартістю	Фінансові інвестиції, що утримуються підприємством до їх погашення
За методом участі в капіталі	Фінансові інвестиції в асоційовані і дочірні підприємства та в спільну діяльність із створенням юридичної особи

За справедливою вартістю, а не за методом участі в капіталі оцінюються:

- фінансові інвестиції придбані та утримуються виключно для продажу протягом дванадцяти місяців з дати придбання;
- асоційоване або дочірнє підприємство ведуть діяльність в умовах, які обмежують його здатність передавати кошти інвестору протягом періоду, що перевищує дванадцять місяців [2].

НП(С)БО 9 "Запаси" регламентує методи оцінки фінансових інвестицій на дату вибуття:

- ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів;
- середньозваженої собівартості;
- собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО) [3].

Задля кращого розуміння оцінки фінансового інвестування доцільно розглянути оцінку цього активу на прикладі діючого вітчизняного інвестора.

Фінансові активи та фінансові зобов'язання первісно оцінюються за справедливою вартістю. Витрати на здійснення операції, які безпосередньо стосуються придбання або випуску фінансових активів та фінансових зобов'язань (окрім фінансових активів та

фінансових зобов'язань, які оцінюються за справедливою вартістю, із відображенням результату переоцінки у складі прибутку або збитку), додаються до або вираховуються зі справедливої вартості фінансових активів або фінансових зобов'язань, відповідно, на момент первісного визнання [4].

Усі визнані фінансові активи оцінюються у подальшому або за амортизованою вартістю, або справедливою вартістю у залежності від класифікації фінансових активів. [4]

Враховуючи інвестиційну діяльність вітчизняних підприємств та інвестиції переважно у дочірні підприємства, було б очікувано, що ці інвестиції будуть оцінюватися за методом участі в капіталі.

Отже, підприємство може самостійно обирати методи оцінки із запропонованих у НП(С)БО 9 та зазначати методи оцінки на дату балансу в своїй обліковій політиці. Особливості оцінки деяких інвестицій можуть відрізнятися від загальноприйнятих правил залежно від видів інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова звітність" у редакції від 24.01.2011 № 25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 "Фінансові інвестиції" від 26.04.2000 № 91. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00#Text>
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" від 20.10.99 № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>
4. Річна інформація емітента цінних паперів за 2020 рік. URL: <https://farmak.ua/wp-content/uploads/2021/04/richna-informacziya-emitenta-czinnih-paperv-at-farmak-za-2020-rik.pdf>
5. Олійник Я. Економічна сутність інвестиційної діяльності в сучасних умовах господарювання. Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю : зб. Наук. пр. X всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. Вінниця. 2022. С. 94-98. URL: http://vtei.com.ua/doc/2022/23_03_2.pdf#page=94
6. Гарашук Н.О., Майстер Л. А. Облікова оцінка поточних фінансових інвестицій в Україні. Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу. Київ. 2017. С. 63-65. URL: <https://novaosvita.com/wp-content/uploads/2017/11/IntegrScProc-Kyiv-Nov2017.pdf#page=63>

УДК 657

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ХАРАКТЕРИСТИКА ТА МЕХАНІЗМ ОБЛІКУ

Світлана Мірошніченко
svetamiro15@gmail.com

Анастасія Черевань
n.cherevan2611@gmail.com

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна
Науковий керівник: старший викладач Олена Кузьменко

У зв'язку з активним розвитком цифровізації та обтяжуючими умовами ведення господарської діяльності на території України, а саме карантинном через Covid-19 та початком повномасштабного вторгнення, у суб'єктів господарювання все частіше виникає потреба у застосуванні сучасних методів розрахунків з дебіторами, працівниками, податками чи іншими виплатами, зокрема і з використанням електронних грошей.

Ще більш актуальним розгляд цього питання став після набрання чинності 01.04.2023 року Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо платіжних послуг» №2888-IX від 12.01.2023 р., який легалізував електронні гроші [1].

Електронні гроші – одиниці вартості, що зберігаються в електронному вигляді, випущені емітентом електронних грошей для виконання платіжних операцій (у тому числі з використанням наперед оплачених платіжних карток багатоцільового використання), які приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж їх емітент, та є грошовим зобов'язанням такого емітента електронних грошей [2].

Електронні гроші є віртуальними, проте мають такі самі ознаки, як і традиційні: вони є одиницями вартості; засобом платежу; грошовим зобов'язанням особи, яка їх випускає; предметом договору позики чи боргу; засобом нагромадження та обігу.

У законодавстві визначені певні особливості електронних грошей [2]:

1. Їх емітентами в Україні можуть бути виключно: банки, установи електронних грошей, філії іноземних платіжних установ, оператори поштового зв'язку, Національний банк України, органи державної влади чи органи місцевого самоврядування.

2. Суб'єкти господарювання можуть отримати електронні кошти виключно в обмін на кошти, перераховані з поточних або платіжних рахунків.

3. Зберігають і накопичують їх на електронних пристроях - електронних гаманцях.

4. Електронні гроші існують лише в безготівковій формі і для використання на території України вони повинні бути номіновані лише у гривні. Тільки за таких умов і у випадках, що передбачені нормативно-правовими актами, юридичні особи можуть застосувати їх для проведення платіжних операцій та розрахунків. Також дозволяється отримання та використання електронних грошей, які номіновані в іноземній валюті і випущені емітентами-нерезидентами за межами України.

До електронних грошей не належать будь-які одиниці вартості, що [2]:

1) обліковуються суб'єктом господарювання, який їх випустив, або містяться на будь-якому фізичному носії і використовуються в обмежений спосіб;

2) використовуються абонентом оператора телекомунікацій для оплати та споживання цифрового контенту за допомогою будь-якого телекомунікаційного, цифрового пристрою, за умови що вартість таких послуг включена оператором до рахунка абонента за телекомунікаційні послуги.

Дуже часто поняття електронних грошей плутають з криптовалютою, отож зазначимо основні відмінності між ними [3]:

- обіг електронних грошей можливо відслідкувати, а обіг криптовалюти - завжди анонімний.

- електронні гроші є передплаченим фінансовим продуктом, який випускає певний емітент і який функціонує в рамках певної платіжної системи, а випуск криптовалют немає єдиного керуючого центру, який би зберігав інформацію про баланс електронних гаманців користувачів та список транзакцій.

При переході підприємств на розрахунки електронними грошима необхідно визначити переваги та недоліки такого методу розрахунків (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Переваги та недоліки електронних грошей

Переваги	Недоліки
Простота і низька вартість емісії	Відсутність досконалої законодавчої бази
Простота зберігання	Необхідність підключення до Інтернету для проведення розрахунків
Незалежність від банків	Необхідність достатнього рівня підготовки
Висока портативність	Кошти на електронних гаманцях можуть бути заблоковані
Відсутність поділу на номінали	Необхідність зберігати паролі, використовувати мобільний телефон

Відсутність необхідності перерахунку	Персоналізація даних для проведення великих розрахунків
Відсутність втрати якості з часом	Введення/вивід коштів досить дороге
Зручність проведення розрахунків	Немає широкого застосування
Відсутність персоніфікації	Можливі проблеми з платіжними системами

Тож, якщо суб'єкт господарювання виокремив для себе більше позитивних сторін і вирішив використовувати у діяльності електронні гроші, то на жаль, не для всіх розрахунків він зможе це зробити. Згідно Закону України «Про платіжні послуги» від 30.06.2021 р. № 1591-IX і внесеними до нього змінами, які набули чинності 01.04.2023 р. підприємства мають право здійснювати з електронними грошима такі платіжні операції [1,2]:

- 1) оплата товарів, робіт і послуг, що придбаваються такими користувачами з метою провадження своєї господарської діяльності;
- 2) сплата податків, зборів, інших обов'язкових платежів у порядку та на умовах, визначених законодавством;
- 3) сплата благодійних внесків та пожертвувань;
- 4) приймання електронних грошей як засобу платежу за товари (роботи, послуги), що продаються (виконуються, надаються) таким користувачем;
- 5) повернення електронних грошей користувачам у разі повернення такими користувачами товару, придбаного за електронні гроші, відповідно до законодавства про захист прав споживачів та/або в інших випадках, визначених законодавством;
- 6) перерахування між власними електронними гаманцями.

Відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку у суб'єкта господарювання операції з електронними грошима обліковуються на рахунку 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті», за дебетом якого відображають їх надходження, а за кредитом – вибуття [5].

Розглянемо основну кореспонденцію рахунків, яка можлива в обліку такого об'єкту на підприємстві. Для придбання електронних грошей треба перерахувати кошти їх емітенту - за Дт 333 і Кт 311. Коли електронні гроші надійдуть на електронний гаманець, це треба відобразити за Дт 335 і Кт 333. Дані операції можна провести і прямо без застосування рахунку 333 – Дт 335 Кт 311. Емітенти зобов'язані обов'язково повідомити про відкриття електронного гаманця Державну податкову службу України і тільки після того, як вони візьмуть його на облік, ним можна буде користуватись. Якщо через певні причини ДПС не схвалить відкриття електронного гаманця, то його використовувати буде неможливо [1].

За умови передоплати електронними грошима певних товарів, робіт чи послуг підприємством для своєї господарської діяльності робиться проводка: Дт 371 Кт 335 і відображається податковий кредит з ПДВ, якщо наявна зареєстрована податкова накладна. Якщо суб'єкт господарювання є продавцем, то надходження грошей на його електронний гаманець відбувається за Дт 335 і Кт 681.

Електронні гроші можуть видаватись працівникам у відрядження або підзвіт – Дт 372 Кт 335, також ними, як зазначалось вище, можна сплатити податки, збори та інші обов'язкові платежі – Дт 641, 642, 651 і Кт 335. Але кожен суб'єкт господарювання повинен пам'ятати, що ДПС отримує не електронні кошти, а звичайні, тому треба пильно слідкувати, щоб платіж був успішний, а податкові зобов'язання сплачені. Оскільки тепер електронні гаманці прирівняні до звичайних поточних рахунків, то вони можуть так само на законних підставах бути заблоковані, арештовані, а гроші на них підлягатимуть стягненню [1].

Погашення електронних грошей в обліку проводиться за Дт 333 Кт 335, а їх залишок з електронного гаманця зараховується на поточний рахунок – Дт 311 Кт 333, також можливо ці 2 проводки представити однією – Дт 311 Кт 335.

Будь-які банківські комісії, які стягуються за придбання, використання чи погашення електронних грошей, поповнення електронного гаманця, збираються на рахунку 92 «Адміністративні витрати», і при їх визнанні відображаються за Дт 92 і Кт 333 або 335.

Наразі за Планом рахунків бухгалтерського обліку наявний лише один рахунок 335 для обліку електронних грошей, що номіновані в національній валюті, однак підприємство має право отримувати і використовувати електронні гроші, які номіновані в іноземній валюті і випущені емітентами-нерезидентами за межами України, але виходить, що відображати їх немає де. Ми погоджуємось з пропозицією Семенець А. П., яка пропонує додати рахунок 336 «Електронні гроші, номіновані в іноземній валюті», адже це дозволяє відокремити в обліку інформацію про операції з такими грошима і сприятиме їх контролю [6].

Треба зазначити, що на період дії воєнного стану НБУ призупинив операції з випуску та розповсюдження електронних грошей, зокрема і поповнення електронного гаманця.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що останні законодавчі зміни сприяли легалізації електронних грошей в Україні. Вони були прирівняні до звичайних коштів підприємства і мають подібні ознаки, проте віртуальну форму і певні особливості. У майбутньому суб'єкти господарювання можуть активно використовувати даний метод розрахунків з електронними грошима, але поки у обмеженій кількості операцій. Їх облік на підприємстві ведеться на рахунку 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті», а усі операції з ними загалом схожі на операції з коштами на будь-якому банківському рахунку. На даний момент законодавче регулювання електронних грошей ще потребує подальшого розвитку, наприклад, з орієнтацією на європейські стандарти.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо платіжних послуг: Закон України від 12.01.2023 р. №2888-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2888-ix#Text>
2. Про платіжні послуги: Закон України від 30.06.2021 р. №1591-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text>
3. Пащенко К. Порівняльний аналіз фінансово-правової сутності електронних грошей та криптовалют. *Підприємництво, господарство і право*. Випуск №7. 2017. С. 97-100. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2017/7/21.pdf>
4. Ярош В.І., Романовська Ю.А. Електронні гроші: переваги та недоліки. *Молодий вчений*. Випуск №5 (45). 2017. С. 793-795. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/5_45_2017.pdf
5. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>
6. Семенець А. П. Бухгалтерський облік та контроль електронних грошей: організація і методика: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.09. Житомир, 2017. 23 с.

УДК: 336.7

THE ROLE OF BANKS DURING THE WAR IN UKRAINE

Mariia Moliaka

maria.mmoliaka754@gmail.com

Cherkasy State Business-College, Ukraine

Scientific supervisor: teacher-methodologist Oksana Mustafa

The orderly and coordinated work of banks is more important in time of war than in time of peace. Thus, from the beginning of the Russian aggression, the National Bank of Ukraine created the conditions for the efficient operation of the bank in extremely difficult conditions. Decisions in

crisis situations are based on three main principles:

— To protect the interests of bank clients, especially depositors. Access and credit funds, payments and transfers must be protected.

— Management of banking activities and their finances. The temporary impact of disputes on banking operations should not lead to the bankruptcy of the most affected banks. Such financial institutions, if necessary, will restore financial stability after the end of martial law.

— Accurate reflection of the bank's actual financial condition. The damage caused by war cannot be "embellished" or hidden from the report. It is very important to see the real thing. Otherwise, it will be difficult to effectively rebuild the post-war banking system.

Based on these principles, the National Bank of Ukraine established a set of measures to support the banking system. However, the real expediency of using other means depends on the circumstances of the events. The National Bank of Ukraine will make a decision quickly. Refinancing is available to banks on "special" terms, in particular through government bond liquidity mechanisms. Banks hold large amounts of such assets. [1]

With the beginning of the war, the National Bank of Ukraine also introduced refinancing up to one year. This amount is limited to 30 percent of the amount available in the bank no later than February 23. This tool is necessary for banks that control the circulation of people's money in order to settle with them. Not all borrowers can repay their loans under current conditions.

Banks are now introducing "credit holidays". Customers are allowed to default on their loans for a short period of time. Penalties for overdue loans under martial law have been abolished. The National Bank of Ukraine takes the following measures for those who need credit assistance. Due to the unpredictability of wartime conditions, it is impossible to predict exactly what percentage of consumers will be able to return to credit service. It is clear that the bank's losses are large.

The war also affected lending. In the early days of the war, many people used existing lines of credit. The first notable achievement was that the banking system was still functioning three weeks after the start of the war.

Ukraine's banking system is facing serious problems as the Russian army begins a war of destruction against our country. Banks are gradually adapting to the new situation, although not without problems. Fortunately, the financial system of the country has survived very difficult times. The National Bank of Ukraine regulates many commercial banking standards. The measures taken allowed banks to limit their activities, except for a small number of market participants.

Banks are facing different problems at the moment and they must be taken into account. The first problem is that the income is low compared to the expenses. Secondly, the growth of the share of problem loans. Third, with a 15% stake in some banks, National Bank of Ukraine is already dependent on expensive refinancing. Fourthly, this is mass migration to other countries, which affects economic activity and the number of people working in Ukraine, making it impossible to visit branches if necessary. The fifth problem is the loss of some employees due to migration and layoffs.

The active digitization of the banking sector has contributed to the fact that the number of traditional branches where customers can visit and make deposits is gradually decreasing. According to the chairman of the council, this process accelerated with the beginning of the great war.

The branch network of existing banks will continue to shrink. This is mainly due to the need to reduce the costs of banks, because there is simply no profit, as before. Secondly, it is connected with a decrease in the business activity of clients. And the fact is that more than a million of our citizens have already left abroad. But in the territories that were freed from the temporary occupation, the branches are starting to work again. At the same time, physical branches are still very popular among Ukrainians, as they are an important means of attracting new customers to financial institutions. [2]

The devastating start of the war forced Ukrainians to change their banking preferences and look for the most convenient ways to access banking services, especially for internally displaced

persons and citizens leaving the country. Currently, customers turn to one of three types of banks. The first is a "big and reliable" bank with a large network of branches, preferably close to home with cash and currency. The second category is banks that have open digital access and provide a good digital experience. And the third category is the so-called "safe harbor" - banks with Western capital.

The banking sector of Ukraine is in a very difficult situation, as it is preparing for complex risks in the conditions of the continuation of the war. Their main task is to ensure the stable work of their clients.

This also applies to temporary deposits with clients, the continuity of the credit policy, despite high risks, because it is necessary to make a profit in order to guarantee citizens sufficient interest on deposits in conditions of high inflation. Otherwise, customers will find another, more convenient bank.

Banks are interested in creating convenient websites and mobile applications for citizens, investing in the digitalization of banking. In fact, this process has been greatly accelerated during the corona crisis, but the onset of all-out war also accelerates this work to ensure the safety of both employees and customers.

A convenient remote control for many Ukrainians who are forced to live abroad, currently in war conditions, is not a desire, but a necessity. This is due to the fact that Ukrainian banks do not have representative offices in European Union countries so that citizens can contact them. Therefore, only remote cooperation is possible.

However, despite the stability of the operation, there are still many risks and problems that are difficult for banks to cope with during wartime. And they are forced to resort to radical steps to adapt to new complex realities. Among them, they are forced to reduce the number of branches, increase the needs of credit customers and move away from long- and medium-term strategies in favor of short-term planning. [3, с.16]

Under these circumstances, thanks to the concerted actions of the regulator and banks, the country's banking system works well and ensures the smooth operation of financial institutions. During the period of martial law, there were no significant changes in the structure of the banking market, but there were some changes in the basic structure of banks. In addition, current trends in the banking market indicate the presence of obvious difficulties in the work of banks due to the effect of martial law. Despite the risks of war, banks have a sufficiently high level of liquidity, which allows to guarantee the continuous performance of non-cash settlements and other obligations.

At the same time, the National Bank of Ukraine is convinced that even in the most difficult situations, it is important to understand the real situation of the banks. Therefore, the regulator expects banks to adequately demonstrate the value of assets. The clarity, efficiency and stability of the banking system are the advantage of recent years, thanks to which Ukraine can now maintain its strong position in the "financial sector».

References:

1. NBU's Act: "About the peculiarities of regulation of banks' liquidity during the period of martial law" URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0022500-22#Text> (дата звернення 09.03.2023) [in Ukrainian].
2. The state of the financial sector of Ukraine and the NBU's measures to support its smooth operation under martial law (2022). National Bank of Ukraine. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/stan-finansovogo-sektoru-ukrayini-ta-zahodi-nbu-z-pidtrimki-yogobezperebiynogo-funktsionuvannya-v-umovah-voynnogo-stanu> (дата звернення 09.03.2023) [in Ukrainian].
3. Ukraine's economy during the war. Operative report. Analytical note. Center for Economic Strategy. URL: https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/UKR_Економіка-України-під-час-війни.pdf (дата звернення 09.03.2023) [in Ukrainian].

УДК:657

ОБЛІК ТА АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Поліна Онінко

Op.polina15@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: к.е.н., доцент,

доцент кафедри обліку та фінансів Анжела Грилицька

Сучасні українські та міжнародні компанії несуть великі витрати, пов'язані з виплатами персоналу, - це і заробітна плата за відпрацьований і не відпрацьований час, різні види компенсаційних виплат, встановлені законодавчо або з ініціативи організації, заохочувальні та соціальні виплати тощо. Усі вони разом становлять загальну винагороду персоналу організації. Частка коштів, спрямованих на винагороду персоналу, складає істотну частину сукупних витрат організації.

Відрахування працівникам – це складний і трудомісткий процес, оскільки є одним із фундаментальних складових сукупних затрат підприємства та непростим предметом бухгалтерського обліку. Він включає у себе досить широкий спектр виплат. І кожен із цих спектрів потребує особливого відображення у бухгалтерських обрахунках підприємства та його зовнішній звітності [12].

Регулювання всіх методів та процедур бухгалтерських процесів відбувається за допомогою спеціально розроблених стандартів та положень:

- Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам» [9].
- Стандарт МСФЗ «Платіж на основі акцій» [10].
- Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» [13].

Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам» пропонує своє тлумачення поняття відрахування працівникам включаючи до нього всі форми покриття витрат, які надаються суб'єктом господарчих відносин в обмін на послуги, отримані від робітників і вміщують чотири складові. Короткострокові виплати працівникам та не грошові пільги теперішнім працівникам. До першого відносять заробітну плату, оплачені щорічні відпустки, участь у прибутку та премії, внески на соціальне забезпечення. До не грошових пільг включають надання житла або автотранспорту, оплата медичного обслуговування [9].

Що ж стосується Положення бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» [13], то саме визначення цього поняття відсутнє. Можна зустріти лише роз'яснення які відрахування до чого належать, та їх часткове трактування.

Організація трудових процесів як важливої складової виробництва, споживання та розподілення виробленого продукту в ринкових умовах набула ролі стимулюючого інструменту в основних виробничо-господарських процесах, а її організація їх оплати виступає не лише об'єктом обліку та аудиту, але й контролю з боку державних органів. Відтак трудові відносини та пов'язані з ними розрахунки вважаються найскладнішими економічними явищами та найважливішими соціально-економічними відносинами, через що процеси обліку та аудиту розрахунків з персоналом є дуже трудомісткими, а розрахунки з оплати праці виступають важливим об'єктом в дослідження економістів та спеціалістів з обліку та аудиту [12].

Аналіз законодавчо-нормативних актів щодо регулювання соціально- трудових відносин, бухгалтерського обліку та порядку складання звітності свідчить про те, що поняття «оплата праці» та «заробітна плата» мають різне тлумачення. Так КЗпП [5] та Законі «Про оплату праці» [2] зазначена категорія визначається як винагорода у грошовому виразі, що за трудовим договором працівник отримує від власника або вповноваженого ним органом за виконану роботу.

Розрахунки з оплати праці відповідно до зазначених нормативних документів відносяться до короткострокових виплат працівникам, та включають насамперед заробітну плату, яка складається з основної заробітної плати, додаткової заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат, склад яких визначено Інструкцією зі статистики заробітної плати [3]. При цьому слід враховувати, що частина перелічених в Інструкції заохочувальних та компенсаційних виплат не відноситься до об'єктів нарахування ЄСВ та не включається у фонд оплати праці.

До таких виплат відносяться наступні складові:

- оплата за навчання у навчальних закладах дітей працівників суб'єкта господарювання;
- вартість путівок на лікування та відпочинок (суми компенсацій, видані замість путівок), екскурсії і мандрівки;
- здешевлення вартості харчування працівників в їдальнях, буфетах, профілакторіях;
- витрати на погашення позик, виданих працівникам підприємств для поліпшення житлових умов, включаючи кошти для погашення первинних внесків для вступу в житловий кооператив та на індивідуальне будівництво, придбання садових будинків і обзаведення домашнім господарством;
- витрати на благоустрій садівничих товариств (будівництво доріг, водопостачання, енергопостачання, осушення та інші витрати загального характеру), будівництво гаражів.

З метою диференціації виплат персоналу суб'єктами господарювання в залежності від кваліфікаційного рівня працівників, професійного досвіду та умов праці використовують тарифні сітки та відповідні показники співвідношення посадових окладів, що регламентуються в галузевих угодах та внутрішніх положеннях колективного договору.

Такі виплати не являються заробітною платою, їх відносять до витрат підприємства; їх об'єднують у додаткові блага (грошові та негрошові пільги теперішнім працівникам).

Зазначимо, що у податковому законодавстві та інструкції зі статистики надається більш широке визначення оплати праці у порівнянні з заробітною платою. Категорія «фонд оплати праці» використовується для визначення винагороди, що отримують наймані працівники, у тому числі отримана у натуральній формі. ФОП включає складається з фондів основної та додаткової заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат, що ідентифікує його з виплатами працівникам.

Як підкреслює Ю.Ю. Миронова при оцінюванні розміру заробітної плати ключовою є організація облікового процесу розрахунків з оплати праці на підприємстві, тому що ця ділянка є найбільш трудомісткою та відповідальною [8].

У нормативних документах, які регламентують процес організації та ведення бухгалтерського обліку та порядок складання фінансової звітності, щодо праці та її оплати розглядаються наступні категорії: «розрахунки з оплати праці», «витрати на оплату праці», «виплати працівникам», «розрахунки за виплатами працівникам» (табл. 1). Тобто оплата праці як облікова категорія розглядається з точки зору здійснення розрахунків, як система виплат працівникам відповідно до умов трудових відносин та понесення витрат на оплату праці.

Таблиця 1

Використання категорій, пов'язаних з оплатою праці, у нормативних документах з регулювання бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності

Категорія	Нормативний документ, фінансовий звіт
Розрахунки з оплати праці	Баланс (Звіт про фінансовий стан)
Витрати на оплату праці	Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
	Звіт про рух грошових коштів

	НП(С)БО 16 «Витрати»
Виплати працівникам	НП(С)БО «Виплати працівникам»
	МСБО 19 «Виплати працівникам»
Розрахунки за виплатами працівникам	Інструкція № 291

Джерело: розробка автора

Тому облікова інформація, що накопичується у системи бухгалтерського обліку, належить велика роль, тому що її дані формують показники форм фінансової, податкової та статистичної звітності. На основі даної інформації приймаються управлінські рішення щодо підвищення продуктивності праці та ефективності роботи суб'єктів підприємницької діяльності, певних галузей та регіонів, економіки країни в цілому.

Однією з сучасних форм незалежного контролю у розвинутих країнах вважається аудит, який у національному аспекті регламентовано Законом «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність в Україні» [1].

Мета аудиту розрахунків з оплати праці полягає у встановленні достовірності даних щодо повноти і своєчасності відображення інформації в первинній документації, облікових регістрах синтетичного та аналітичного обліку, організації та ведення обліку відповідно до прийнятої облікової політики, достовірності відображення залишків у фінансовій звітності [7].

У процесі аудиту розрахунків з оплати праці традиційно виділяють наступні об'єкти перевірки:

- дотримання трудового законодавства;
- стан трудової дисципліни;
- політика стимулювання оплати праці;
- форми та системи оплати праці;
- система внутрішньогосподарського контролю оплати праці;
- первинні документи та облікові регістри з обліку праці та її оплати [11].

Вказана форма контролю полягає у підтвердженні стану бухгалтерського обліку та достовірності даних фінансової звітності. У проведенні такої перевірки зацікавлене широке коло користувачів від власників до інвесторів та державних органів, для яких аудиторський звіт є основним документом, де формулюється думка щодо зазначених питань [4].

Сфера регулювання аудиту не обмежується спеціалізованим законом. Наступним рівнем регулювання аудиту є міжнародні стандарти, які є складовою Концептуальних основ, які вже певний час регулюють аудиторську діяльність усі аспекти аудиту на міжнародному рівні.

Необхідність удосконалення методичного підходу здійснення планування аудиту виплат персоналу обумовлена організацією попереднього контролю. З цією метою пропонується створення карт потоків на основі даних бухгалтерського обліку та нормативних планів. Карті відображають джерела та напрямки руху потоків підприємства і створюються як еталон. Використання подібних карт на підприємствах дозволить оптимально розподіляти ресурси, контролювати напрямки потоків і взаємозв'язки між господарськими операціями, виявляти і аналізувати відхилення між фактичними потоками та еталонною картою потоків, контролювати на етапах планування, розподілу та обліку фінансово-матеріальних ресурсів підприємства, що дозволить контролювати превентивний характер і поєднати функції управління в єдину систему. На основі карти потоків будується карта ризиків, за допомогою якої виділяються операції, пов'язані з ризиком. Це надає аудитору можливість ефективно організувати процедури і проконтролювати в першу чергу операції, пов'язані з надмірним ризиком.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність в Україні». URL.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>
2. Закон України «Про оплату праці». URL.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Інструкція зі статистики заробітної плати. URL.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04#Text>
4. Кінебас, І.Ю., Чепець, О.Г. Шляхи вдосконалення обліку та аудиту розрахунків з оплати праці. *Бізнес-інформ*, 2019. №7. С. 225-230.
5. Кодекс законів про працю України. URL.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>
6. Коротаєва І.Р. & Рябчук О.Г. Особливості та проблеми аудиту з розрахунків з оплати праці. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2018. №4(62). С. 123-128.
7. Кравчук Д.А., Артюх О.В. Аудит розрахунків з оплати праці: огляд типових порушень обліку та шляхи їх вирішення. *Міжнародний науковий журнал*. 2020. №16. URL.: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.39.html>
8. Миронова Ю.Ю., Панасенко В.А. Проблеми організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві. *Економіка і регіон*. 2016. №1(56). С.121-126.
9. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам». URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_011#Text
10. Міжнародний стандарт фінансової звітності 2 «Платіж на основі акцій». URL.: https://ips.ligazakon.net/document/view/MU17014?ed=2021_08_27
11. Немодрук Н.М. Удосконалення обліку, аналіз і аудит розрахунків з оплати праці. *Економіка та держава*. 2019. № 8. С. 36-38.
12. Панасюк В. М., Мельничук І. В., Мужевич Н. В. Бухгалтерський облік : навч. посібник. Тернопіль, 2020. 328 с.
13. Положення бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам». URL.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03#Text>
14. Радіонова Н.Й. & Штронда І.О. Проблеми обліку та аудиту розрахунків з оплати праці. *Міжнародний науковий журнал*, 2016. №11(21). С. 104-106.

УДК:336.6

ФІНАНSOVA БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Антоніна Поліщук

antoninapolischuk@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Віктор Здір

Загарбницька агресія росії стала справжнім викликом для України та всього світу. За цих умов посилюються внутрішні та зовнішні загрози фінансової безпеки країни. Без забезпечення фінансової безпеки практично неможливо вирішити жодне із завдань, які стоять перед Україною. Актуальність фінансової безпеки фондового ринку визначається необхідністю формування внутрішнього імунітету та зовнішнього захисту від дестабілізуючих впливів, конкурентоспроможністю на світових ринках та стабільністю фінансової ситуації, оскільки фондовий ринок є складовою фінансового ринку країни.

Проблема фінансової безпеки є досить поширеною і розглядається в багатьох роботах, присвячених економічній безпеці. Значний внесок у розвиток сучасної теорії безпеки

зробили О. Барановський, М. Єрмошенко, Н. Кравчук.

Фінансова безпека України означає захист фінансових інтересів держави від зовнішніх і внутрішніх загроз, забезпечення стабільності фінансової системи та підтримання стабільності економіки в цілому. Для досягнення фінансової безпеки України влада має приймати стратегічні рішення, спрямовані на забезпечення стабільності банківської системи, боротьбу зі злочинністю у фінансовій сфері, підтримку розвитку фінансового ринку, моніторинг фінансової звітності компаній, розвиток система страхування депозитів та інші заходи.

Виходячи з підходу М. Єрмошенка до визначення сутності фінансових інтересів держави, можна стверджувати, що вони є носіями протиріч у фінансово-кредитній сфері держави, тому невіддільні один від одного і водночас є джерела та рушії розвитку фінансово-кредитної сфери країни. Під сутністю національних фінансових інтересів слід розуміти сукупність об'єктивних потреб країни, задоволення яких забезпечує ефективне функціонування та сталий розвиток фінансово-кредитної сфери країни.[1]

Фінансова безпека складається з монетарного, бюджетного, валютного, інвестиційного, інфляційного, цінового та боргового аспектів. Розглядається як внутрішньо, так і зовнішньо. У внутрішньому плані індикаторами стану фінансової безпеки є характер формування державного та місцевих бюджетів, стан платіжного балансу країни, співвідношення грошових мас в офіційній і тіншовій економіці, ступінь ліквідності грошових фондів. Зовнішня фінансова безпека визначається ступенем фінансової незалежності держави, обсягом іноземних інвестицій, міжнародним боргом країни, рівнем політичної стабільності. [4, с. 94].

Сучасна економічна ситуація в Україні переконливо свідчить про те, що проблема забезпечення фінансової безпеки набуває першочергового значення та актуальності. Фінансова безпека будь-якої держави – це цілісне поняття, що містить різні елементи. Складовими фінансової безпеки України є: бюджетна безпека, податкова безпека, боргова безпека, фінансова безпека банківської системи, валютна безпека, грошово-кредитна безпека, інвестиційна безпека, фінансова безпека страхового та фондового ринку.

Проаналізувавши всі складові фінансової безпеки ми визначили, що Україна стикається зі значними викликами і проблемами щодо забезпечення фінансової безпеки. Основні проблеми складових фінансової безпеки в Україні можуть бути такими:

-банківська система: Українські банки зазнають значних труднощів через низький рівень кредитної здатності клієнтів, високу кількість неповернутих кредитів та зловживань, низький рівень ліквідності, недостатність високоякісних кредитних ризикових оцінок та інші проблеми.

-зовнішньоекономічні відносини: Значні втрати економіки України від російської агресії, низька конкурентоспроможність українських продуктів, недостатнє залучення інвестицій та висока залежність від зовнішніх ринків та кредиторів.

-податкова система: Система оподаткування в Україні страждає від низької ефективності та високої корупції. Неєфективність податкової системи призводить до втрат бюджету та складностей в забезпеченні бюджетної стійкості.

-корупція: Корупція є серйозною загрозою для економіки України, оскільки сприяє недостатньому контролю за діяльністю компаній та підприємств, порушенням законодавства та зловживанням владою. Крім того, корупція також може підірвати довіру іноземних інвесторів та затримати економічний розвиток країни. [2]

Розробка методології оцінки фінансової безпеки України має передбачати розробку методичних підходів, які дають змогу забезпечити ґрунтовну оцінку сучасних детермінант фінансової безпеки держави через відповідні показники кількісного та якісного характеру.[5]

Використовуючи вимоги Методичних рекомендацій Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, проведемо оцінювання фінансової безпеки як вагомої складової частини національної безпеки України. З урахуванням нормованих значень

показників та їхніх вагових коефіцієнтів було сформовано інтегральні показники кожного елемента фінансової безпеки (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка інтегральних показників складників фінансової безпеки за 2018-2022рр.

Інтегральний індикатор	2018	2019	2020	2021	2022
Банківська безпека	0,29	0,19	0,23	0,35	0,38
Безпека небанківського фінансового ринку	0,46	0,34	0,32	0,3	0,31
Бюджетна безпека	0,47	0,48	0,47	0,61	0,67
Грошово-кредитна безпека	0,53	0,34	0,51	0,48	0,49
Валютна безпека	0,26	0,36	0,38	0,4	0,42
Боргова безпека	0,04	0,03	0,15	0,2	0,17
Інтегральний показник фінансової безпеки	0,42	0,37	0,44	0,5	0,51

Згідно з даними, у період 2018–2022 років значення інтегрального показника банківської безпеки України мало тенденцію до зростання, тобто спостерігалось підвищення рівня небезпеки банківської системи з незадовільного у 2018 році (0,29) до критичного у 2022 році (0,38).

Зазначене насамперед було зумовлене збільшенням частки простроченої заборгованості за кредитами на 31% у 2022 році проти 2018 року, банківських кредитів та депозитів в іноземній валюті – на 16,6%, частки іноземного капіталу у статутному капіталі банків – на 2 відсоткові пункти, зростанням частки п'яти найбільших банків у сукупних активах банківської системи на 5%. Найвище значення інтегрального показника безпеки небанківського фінансового ринку спостерігалось у 2018 році і становило 0,46 – «небезпечний рівень», а найнижче – у 2021 році (0,30 – «критичний рівень»). Така ситуація склалася внаслідок зниження рівня капіталізації лістингових компаній по відношенню до ВВП на 84%, а також збільшення частки надходжень страхових премій трьох найбільших страхових компаній у загальній сумі надходжень страхових премій на 4,8 відсоткові пункти. Рівень бюджетної забезпеченості визначається шляхом порівняння фактичних значень показників із граничними значеннями, які розроблено з урахуванням світового досвіду та напрацювань вітчизняних науковців. Розрахунки рівня бюджетної безпеки України за кожним її індикатором свідчать про її критичний стан протягом 2018–2020 рр., в наступні роки – незадовільний стан, що позитивно впливає на загальний стан фінансової системи України. У 2021–2022 рр. показник бюджетної безпеки зріс з 0,61 до 0,67 відповідно. [3]

Щодо інших складових фінансової безпеки, а саме монетарної та валютної, то необхідно констатувати, що грошова безпека в основному залежить від ефективності банківської діяльності, реалізації бюджетної, податкової та боргової політики, інституційних чинників тощо. Інтегральний показник грошово-кредитної безпеки протягом 2018–2022 рр. знаходився на дуже низькому рівні, а у 2019 році – небезпечному. Аналізуючи дані інтегрального показника валютної безпеки за 2018–2020 рр., можемо стверджувати про її загрозливий стан, а період 2021–2022 рр. характеризує стан валютної безпеки на незадовільному рівні. Безпосередній вплив на стан валютної безпеки є наявність валютного боргу (боргів держави та суб'єктів господарювання країни в іноземній валюті) та його розмір, а також розмір позовних вимог іноземних компаній до України та вимоги за обов'язковий продаж валютної виручки в країну. Результати розрахунку рівня боргової безпеки України свідчать про те, що стан боргової безпеки хоча і має позитивну тенденцію до покращення, але все ще знаходиться на межі і на кінець 2022 року характеризується як критичний. Виділяємо період 2018-2019 рр. як катастрофічний рівень, оскільки в цей період в Україні зросли запозичення на фінансування поточних витрат на фоні скорочення доходів, а борг до ВВП зріс через девальвацію національної валюти, яка є результатом кризи.

Отже, наведені розрахунки підтверджують результати методичних рекомендацій

Міністерства економічного розвитку і торгівлі України та переконують у тому, що рівень фінансової безпеки України є небезпечним.

При цьому найбільшими загрозами є незбалансованість бюджетної системи, збільшення зовнішнього боргу, високі темпи інфляції, збереження значної частки тіньової економіки, умови для корупції та криміналізації фінансових відносин та інше. Загальна стабільність і економічна безпека країни залежать від того, наскільки добре забезпечується її фінансова безпека. Тому, досягнення фінансової безпеки залишається одним із основних пріоритетів для України.

Список використаних джерел:

1. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. Київ: КНТЕУ, 2001. 309 с.
2. Радзівіл К. Поняття та зміст фінансової безпеки держави. *Підприємництво, господарство і право*. 2011. Випуск 5. 94–97 с.
3. Сухоруков А. І. Проблеми фінансової безпеки України: [монографія]. Київ: НППМБ, 2005. 140 с.
4. Dernova I.A., Zdir V.A., Piskova S.P. Trends for Ukraine's currency market development. *Bulletin of national academy of sciences of the republic of Kazakhstan*. 2020 number 386 (2020), 149 – 156
5. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#n136> (дата звернення: 15.03.2023).

УДК 657

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анна Погоріла

pogorilaanna81@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач, спеціаліст вищої категорії Юлія Кулик

Облік фінансових результатів операційної діяльності підприємства постійно розвивається й поліпшується у зв'язку із удосконаленням комп'ютерної техніки і комунікаційного середовища, методології й організації бухгалтерського обліку як основного інформаційного джерела про витрати та доходи підприємства. Основною проблемою бухгалтерського обліку доходів і витрат українського бізнесу є не своєчасність його відображення в системі бухгалтерського обліку. Ця проблема є багатогранною та надзвичайно складною, вона стосується всього нашого суспільного ладу, особливо тіньової частини державної системи, податкової системи та економіки[2].

Методичні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про фінансові результати (прибутки) підприємства та її складання у фінансовій звітності викладено в П(С)БО 15 «Дохід», П(С)БО 16 «Витрати» та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1]. Однією з проблем обліку доходів можна вважати протиріччя у визнанні «виручкою» отриманих авансових платежів. Відповідно до М(с)БО 18 та П(с)БО 15 дохід може бути визнаний лише тоді, коли право власності та ризик на товар переходить до покупця, що суперечить визначенню цього поняття. Щоб вирішити цю проблему, необхідно отримати передоплату і відобразити її як кредиторську заборгованість на балансі продавця.

Сучасна система бухгалтерського обліку не повністю відображає доходи та витрати підприємств. У більшості випадків існують так звані «тіньові підприємства», де витрати на оплату праці не враховуються, а «тіньові доходи» бізнесу використовуються для

компенсації. Крім того, виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) часто знижується, що сприяє зменшенню бази оподаткування ПДВ підприємств. Іншою проблемою є відсутність єдиної національної нормативної інформаційної бази для контролю та обліку доходів і витрат підприємств. Створення такої інформаційної бази вкрай необхідно Україні для боротьби з «тіньовою» економікою. «Тіньові» витрати нині є основним каталізатором формування «тіньових» доходів. Гостро постає в обліку на підприємствах проблема постійних розбіжностей між податковим обліком доходів та витрат і бухгалтерським обліком. Це сприятиме виникненню подвійного обліку на підприємстві доходів і витрат, тому потребує швидкого усунення шляхом удосконалення цих питань чинного законодавства України[5].

Запропоновано аналітичні рахунки до субрахунку 702 доходи від продажу товарів підприємством[4]:

702/1 «Дохід від реалізації товарів на експорт»;

702/2 «Дохід від реалізації товарів оптовим вітчизняним покупцям і замовникам»;

702/3 «Дохід реалізації товарів в роздріб».

У результаті використання додаткових аналітичних субрахунків матимемо можливість розділити всю виручку підприємства на доходи від реалізації товарів та інші доходи із застосуванням різних методів активізації продажу, що дозволить проводити більш детальний аналіз торговельної діяльності підприємства та приймати рішення щодо правильності застосування різних методів маркетингових інструментів. Відповідна деталізація повинна бути і для обліку витрат підприємства від продажу продукції:

902/1 «Собівартість реалізованих товарів на експорт»;

902/2 «Собівартість реалізованих товарів оптовим вітчизняним покупцям і замовникам»;

902/3 «Собівартість реалізованих товарів у роздріб».

Витрати, які несе будь-яке підприємство в процесі своєї діяльності, базуються на витратах, пов'язаних з діяльністю підприємства. Правильно організований облік цих витрат у бізнесі відіграє надзвичайно важливу роль у сучасних економічних умовах, адже за допомогою звітів суб'єкт господарювання спілкується з контрагентами та надає повну та достовірну інформацію про свою діяльність. Підприємство формує статус надійного ділового партнера. Однак питання достовірності економічної інформації, особливо тієї, що стосується загальновиробничих витрат, стикається з проблемою достовірного визначення невиробничих операційних витрат, а саме: витрат, пов'язаних з адміністративною діяльністю, витрат, понесених під час реалізації продукції та інші операційні витрати. Це перешкоджає коректній обробці інформації контрагентом. Тому все більшого значення набуває питання калькулювання організаційних невиробничих витрат.

Тож, чинним Планом рахунків бухгалтерського обліку майна, капіталу, зобов'язань і господарської діяльності підприємства та організації в обліку невиробничих господарських витрат передбачено дев'ятий клас «Витрати діяльності», а саме: рахунок 92 «Адмін витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності».

Проблема неправильного розподілу статей витрат на адміністративні, збутові та інші операційні витрати пов'язана головним чином з тим, що підприємства не мають належно організованої системи управлінського обліку для забезпечення чіткої структури зазначених витрат. Організація обліку невиробничих витрат відображає за призначенням управління витрати різного економічного характеру на відповідних субрахунках 92 «Адмін витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності», є велика кількість субрахунків без подальшого аналізу, згрупованих за видами витрат, що ускладнює сприйняття інформації про конкретні витрати при прийнятті управлінських рішень. Тому пропонується до рахунку 92 ввести наступні аналітичні рахунки:

92/1 «Адміністративні витрати»

92/2 «Загально господарські витрати», у розрізі яких ведуть аналітичний облік за

відповідними статтями витрат.

Відповідно до рахунку 93 «Витрати на збут» можливо відкрити наступні аналітичні рахунки:

- 931 «Витрати на збут»
- 932 «Рекламні витрати»
- 933 «Маркетингові витрати».

Загалом, облік витрат на управління, витрат на збут та інших операційних витрат сучасних підприємств уже не може задовольнити потреби управління в умовах ділового співробітництва та розвитку підприємств, а це саме добре організований систематичний облік. Можна буде надати інформацію щодо проблемного обліку невиробничих операційних витрат, оскільки систематизація емпірично обґрунтованих фактів виникнення таких витрат дає можливість більш достовірно прогнозувати їх величину та зміни в динаміці поточної діяльності підприємства. Це призведе до збільшення обсягу інформації в облікових показниках для прийняття ефективних управлінських рішень.

Проведене дослідження дало змогу сформулювати наступні рекомендації щодо вдосконалення бухгалтерського обліку фінансових результатів господарської діяльності та ефективного управління ними:

- визначити основні напрямки автоматизації обліку доходів та витрат підприємства для ускладнення їх приховування;
- оновити та доповнити план рахунків шляхом додавання третього та четвертого субрахунків;
- збільшення доходів підприємства, шляхом використання сучасної системи управління стимулювання та мотивація працівників до підвищення кваліфікації щодо бухгалтерського обліку. В обліку фінансових результатів залишається ще багато невирішених питань, їх рішення забезпечать кращу роботу бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності": наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. Дата оновлення: 10.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z033613#Text> (дата звернення: 23.10.2021).
2. Назаренко О.В., Лукаш Р.В. Фінансові результати: сутність та особливості організації бухгалтерського обліку. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 22. С. 19—25.
3. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 № 290. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z086099#Text> (дата звернення: 24.10.2021).
4. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. Дата оновлення: 10.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z089399#Text> (дата звернення: 24.10.2021).
5. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z002700#Text> (дата звернення: 24.10.2021).

УДК: 336.6

ФІНАНSOVA СТРАТЕГІЯ ЯК ПРІОРИТЕТНА СКЛАДОВА ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Діана Постоловка

diana.postolovka10@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Віктор Здір

Сьогодні все більше компаній визнають, що необхідно прогнозувати напрями фінансової діяльності на основі наукових методів, адаптуватися до загальних цілей розвитку підприємства та умов зовнішнього середовища, здійснювати перспективне управління фінансовою діяльністю. Фінансова стратегія є ефективним інструментом перспективного управління фінансовою діяльністю компанії. Поглиблення ринкової трансформації, розвиток інтеграційного процесу, збільшення мінливості факторів зовнішнього фінансового середовища зумовлюють формування цієї фінансової стратегії, що залежить від здатності підприємства ефективно реалізовувати свій економічний потенціал, а також використовувати свої ресурси, визначати тенденції розвитку фінансового становища і майбутні фінансові можливості. Питання розробки ефективної стратегії в сучасних економічних умовах є дуже важливим і актуальним.

Циклічність економічного розвитку, процеси глобалізації товарних і фінансових ринків, загострення конкуренції підвищують вразливість суб'єктів господарювання до впливу негативних факторів і вимагають розробки довгострокових планів з урахуванням прогнозованих небезпек. Водночас ускладнення фінансових відносин, поява нових фінансових інструментів, зростання ролі інноваційних рішень у розвитку відкривають нові можливості, що готові використати суб'єкти господарювання з максимальною вигодою для себе.

Саме вміння прогнозувати та оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, створювати механізми нейтралізації ризиків та реалізації можливостей, а не точне виконання планових завдань, лежить в основі стратегічного підходу до управління підприємством [2].

Основними завданнями фінансової стратегії є:

- визначення способів впровадження успішних фінансових стратегій і капіталізації фінансових можливостей;
- формування фінансових відносин з комерційними структурами, бюджетами, банками та іншими фінансовими установами;
- надання фінансової підтримки майбутніх операцій та інвестиційної діяльності;
- вивчення економічних та фінансових можливостей потенційних конкурентів, розробляти та здійснювати заходи щодо забезпечення фінансової стійкості;
- формулювання методів і методів управління виходом підприємства з кризового стану.

Методи фінансової стратегії - це система взаємопов'язаних дій, спрямованих на вирішення загальних і специфічних проблем, що виникають під час розробки, реалізації та коригування фінансової стратегії. Ефективне застосування методів дозволяє компанії отримувати більш точні дані про майбутні тенденції розвитку зовнішнього та внутрішнього середовища і формувати свою фінансову стратегію з урахуванням цих тенденцій.

Зростаюче значення фінансових відносин у поєднанні з концепцією стратегічного управління вимагає особливої уваги до розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства. Саме фінансова стратегія в умовах диверсифікації фінансових відносин, появи нових гібридних форм фінансування, посилення фінансової домінанти в економічних процесах стає основною функціональною стратегією [1. с 112].

У компаніях стратегія розробляється на чотирьох різних організаційних рівнях [4, с.73]:

1. Корпоративна (загальна) стратегія - це стратегія компанії та сфери її діяльності в цілому.
2. Ділова стратегія - для кожного окремого виду діяльності компанії.
3. Функціональна стратегія - для кожної функціональної зони конкретної зони обслуговування. Це включає фінансову стратегію, виробничу стратегію, маркетингову стратегію тощо.
4. Операційна стратегія – це вузька стратегія для основних структурних підрозділів: заводів, регіональних торгових представництв.

Таким чином, стратегію можна розглядати як засіб досягнення довгострокових цілей, які визначаються з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Крім того, стратегія стає особливо важливою, коли зміни в навколишньому середовищі становлять реальну загрозу для подальшої роботи компанії. Відповідно, це дозволяє розглядати стратегію як інструмент антикризового управління.

Наявність довгострокової стратегії розвитку, конкретизованої у фінансових параметрах, є необхідною умовою для залучення інвестицій, особливо у великих масштабах. Адже з розвитком ринкових відносин, орієнтацією на товар, технології змінився інтерес до фінансів підприємства та його управління. Це означає, що не тільки можливість збільшення обсягів виробництва, а й поліпшення фінансових показників є ключовим фактором при прийнятті інвестиційних рішень. Для потенційних інвесторів наявність зрозумілої фінансової стратегії підприємства є не тільки фактором ризику, але й інструментом оцінки його фінансового потенціалу [2]. Таким чином, можна стверджувати, що фінансова стратегія - це фінансова політика, спрямована на досягнення певного приросту ринкової вартості бізнесу при адекватному рівні ризикованості та ліквідності. Хоча фінансова стратегія підпорядкована корпоративній стратегії підприємства, її роль є визначальною.

Фінансова стратегія інтегрує в собі перелік основних характеристик, конкретний конкретний прояв яких варіюється на окремих підприємствах у досить великому діапазоні, залежно від масштабів та особливостей діяльності, внутрішньої фінансової структури та обсягу фінансового потенціалу, зовнішнього середовища та ін [1, с. 85].

Масштаби економіки, в якій функціонує підприємство, визначають обсяг капіталу, необхідного для операційної діяльності, характер ресурсів, тривалість фінансового циклу, а отже, окреслюють напрями його фінансової стратегії. Фінансова стратегія розробляється як для підприємств реального сектору, так і для фінансових підприємств. Вона є актуальною як для великих підприємств, у тому числі ТНК, так і для малих підприємств [3]. Для кожного окремого підприємства фінансова стратегія є унікальною моделлю його фінансової поведінки, відображає пріоритети менеджерів у сфері джерел і форм фінансування, інвестування, управління фінансовими ризиками.

Таким чином, цінність фінансової стратегії для підприємства полягає в тому, що вона дозволяє: підтримувати стратегічний вектор розвитку відповідно до мінливих факторів зовнішнього середовища; концентрувати зусилля і ресурси на найперспективніших і найвигідніших для підприємства напрямках; відстежувати, аналізувати і прогнозувати актуальні та об'єктивні зовнішні тенденції; визначати можливі шляхи мінімізації ризиків; усувати недоліки загальнокорпоративного управління, формувати адекватну організаційну структуру управління; збалансовувати фінансові, виробничі та соціальні інтереси суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1.Бланк І.О., Ситник Г.В., Корольова-Казанська О.В., Ганечко І.Г. Фінансова стратегія підприємства: [монографія]. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 147 с.

2. Наумова Л. Ю. Фінансова стратегія економічного розвитку *.Наука й економіка*. 2014. № 2. С. 134-139. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nie_2014_2_23 (дата звернення: 8.04.2023)

3.Ставицький О.В. Особливості розвитку стратегічного управління в Україні. *Ефективна економіка*. 2015. №8 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=646> (дата звернення: 4.04.2023)

УДК: 658.51

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ВИТРАТ В ОПЕРАЦІЙНОМУ ЦИКЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Світлана Фімяр

svitlana.fimyar@e-u.edu.ua

кандидат економічних наук

Лановський Євгеній

Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет», м. Черкаси, Україна

Закономірності та логіка практичної діяльності підприємств свідчать, що в процесі господарської діяльності спочатку виникають витрати, а згодом результати, пов'язані з цими понесеними витратами. Саме такий порядок і визначає їхнє місце та принципи відображення в системі бухгалтерського обліку всіх суб'єктів господарювання. На різних етапах операційного циклу зміст витрат має характерні особливості, вивчення яких визначило мету цієї статті.

Витрати підприємства є досить складну економічну категорію, що характеризує використання різних ресурсів та факторів виробництва в процесі господарювання. Для визначення особливостей здійснення або використання (етапів руху) ресурсів протягом усього процесу операційного циклу застосовують окремі дефініції "витрати" (вхідні витрати), "витрати" (витрати виробництва), "витрати" (витрати періоду).

Вчені по-різному підходять до розуміння сутності витрат. Яковець Л.С. наводить таке визначення: «Витрати – це вартість ресурсів, які у подальшому щоб одержати прибутку чи досягнення інших цілей організації» [4, с. 96].

Відповідно, до виробничих витрат цей автор відносить «вартість матеріальних і трудових ресурсів, необхідні виробництва тієї чи іншої продукції чи послуг» [4, с. 97].

Артамонова Н.С. розглядає поняття витрати споживання, до яких він відносить «трудові, матеріальні та фінансові ресурси» [1, с. 56], тобто автор розглядає у господарській діяльності витрачання ще й фінансових ресурсів.

Витрати в бухгалтерському аспекті відрізняються від їхнього економічного тлумачення. Під економічними витратами розуміють «витрати втрачених можливостей, тобто суму грошей, яку можна отримати за найвигіднішого з усіх можливих альтернативних варіантів використання ресурсів» [3, с. 544]. Виходячи з даного визначення, економічні витрати будь-якого ресурсу, необхідного для виробництва будь-якого продукту або послуги, прирівнюється до його «вартості за найкращого з усіх можливих варіантів використання». На думку Семчук І. В. та Мазур В. Г., «Поняття економічних витрат зумовлене обмеженістю ресурсів, порівняно з кількістю варіантів їх використання» [3, с. 545].

З погляду бухгалтерського підходу, «бухгалтерські витрати – це лише конкретні витрати ресурсів, що відрізняються від економічних тим, що не включають вартість послуг факторів виробництва, що є власністю підприємства» [4, с. 119]. Бухгалтерські – це усі явні або зовнішні витрати, що формулюються підсумком витрат підприємства з приводу оплати придбаних ресурсів (сплата за матеріали та сировину, паливо-мастильні, енергії, виплата

заробітної плати тощо). За нормативним значенням або дефініцією бухгалтерські витрати здійснюють одночасно із зменшенням розміру активів чи збільшенням зобов'язань.

Наявність відмінних точок зору окремих авторів на сутність витрат зумовлена різними підходами у поглядах виробничого процесу.

Джерелами творення виробничих витрат є переважно обсяг прямого витрачання виробничих ресурсів та капіталу (природні та сировинні, трудові, різновиди капіталу, підприємницькі діяльності), що використовуються у виробничому процесі. Особливості функціонування перерахованих ресурсів впливають формування відповідних виробничих витрат.

Системний підхід дозволяє вивчити категорію «витрати» через їхнє переосмислення

В тому числі, як складової основних елементів інформаційної структури системи за обраними підприємством критеріями за сукупністю взаємопов'язаних та взаємозумовлених процесів.

Залежно від етапу руху (перетворення) ресурсів відповідно у процесі здійснення операційного циклу, відбувається зміна різних понять, в тому числі поняття «витрати», яке автоматично набуває різного економічного змісту (рис. 1).

Як видно з представленої на рис. 1 схеми, операційний цикл, що включає процеси отримання та купівлі ресурсів, їх використання та отримання відповідно готової продукції з її подальшою реалізацією за межі підприємства, що можна розглянути у вигляді руху сум різних витрат: авансованих та спожитих.



Рис. 1. Побудова етапів руху наявних ресурсів в операційному циклі діяльності підприємства
Джерело: власна розробка авторів

На етапі придбання ресурсів відбувається авансування коштів організації для отримання в майбутньому суттєвих переваг або економічної вигоди. Особлива увага приділяється місцю обмін одного варіанта ресурсу чи активу (коштів) на інший вид, що

може бути представлений у вигляді активів (сировини та матеріалів, варіацій обладнання, інструментів тощо). Відповідно загальний розмір чи величина капіталу незмінна. Але спостерігається зміна структури майнових ресурсів (коштів) підприємства. Сума витрат за придбання ресурсів формує фактичну (початкову) собівартість ресурсів. Також розподіляють витрати на що включаються у виробничу собівартість або витрати звітного періоду, і що включаються до початкової собівартості ресурсів.

На етапі виробництва до початкових витрат, авансованих перед початком виробництва в активи у вигляді грошових коштів, також додаються витрати, що були понесені в різний проміжок часу, який пов'язаний з виробництвом та реалізацією продукції. Дані витрати переважно формують виробничу собівартість (суму понесених та наявних (документально підтверджених) витрат виробництва). Витрат накопичуються до моменту проведення відвантаження, а виробнича собівартість може відображати сутність спожитих витрат.

Якщо розглянути етап реалізації випущеної готової продукції то витрати, які пов'язані з її виготовленням, порівнюються з загальними сумами отриманих доходів від її продажу. При цьому виникають витрати звітного періоду, що не належать прямо до виробництва і виготовлення продукції, але забезпечують безперервність функціонування всього операційного циклу – адміністративні витрати та витрати на збут.

Отже, до ухвалення правильних управлінських рішень під час побудови системи обліку необхідно як знати величину витрат, а й чітко розуміти інформацію про виробничі витрати. Вивчення витрат на різних етапах операційного циклу допомагає виявити ефективність та визначити оптимальний розмір видатків, побудувати систему контролю, планувати оптимальні показники господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Артамонова Н.С. Управління витратами: навч. посіб. Центр навчальної літератури (ЦНЛ). 2019. 116 с.
2. Шанк Дж. Стратегічне управління витратами. Нові методи збільшення конкурентоспроможності/Дж. Шанк, В. Говіндараджан; [Пер. з англ.]. - Центр навчальної літератури (ЦНЛ). 2019. 288 с.
3. Семчук І. В., Мазур В. Г. Шляхи підвищення ефективності управління витратами на підприємстві. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 22. С. 544-548.
4. Ляхович Г. І., Зарудна Н. Я., Кундеус О. М., Яковець Т. А. Облік і правове забезпечення господарських процесів підприємства: навчальний посібник. Тернопіль: КРОК, 2017. 343 с.

УДК 338.48

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Дар'я Барабанова

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Вікторія Краля

Успішність функціонування сільськогосподарської організації значною мірою визначається наділеністю ресурсами, їх структурою, швидкістю оновлення, ефективністю використання, рівнем розвиненості та спеціалізованості ресурсів. У масштабах підприємства всі ці фактори визначаються його ресурсним потенціалом. При цьому сам ресурсний потенціал формується як певна комбінація різних груп наявних у підприємства агробізнесу ресурсів.

Ресурсний потенціал виступає не просто як сукупність ресурсів, а як визначальна величина ефекту від спільного використання основних видів ресурсів підприємницької структури. У зв'язку з цим зазначимо, що кожен окремий елемент ресурсного потенціалу має індивідуальну спрямованість як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства, яка є важливим показником за даних умов.

До найважливіших відмінних рис категорії «ресурсний потенціал» відносяться такі :

1) ресурсний потенціал є не просто сукупністю, а системою ресурсів, використовуваних комплексно, тобто передбачає обов'язкову взаємодоповнюваність окремих ресурсів;

2) ресурсний потенціал передбачає можливість взаємозамінності ресурсів, що створює умови варіативності використання різних їх видів та елементів для досягнення кінцевого результату;

3) до складу ресурсного потенціалу входять не лише ресурси, призначені до споживання в аналізованому періоді, а й їх запаси.

Управління ресурсним потенціалом є діяльність сільськогосподарської організації з системного управління всіма компонентами даного потенціалу з метою реалізації перспективних напрямів його розвитку та підвищення ефективності використання. Забезпечення ефективного функціонування агробізнесу в сучасних умовах вимагає формування сучасних систем управління ресурсами, які забезпечують регулювання рівня їх використання для досягнення керуючим суб'єктом певних цілей

Як зазначено у [1], досягнення збалансованого управління ресурсами можливе за умови створення системи взаємодії між ділянками управлінського впливу на засадах раціональності. Таким чином, доцільним є використання комплексу підходів (діагностичного, системного, ситуаційного, параметричного, процесного, функціонального та цільового) у процесі створення стратегічної системи управління ресурсним потенціалом суб'єктів аграрного бізнесу.

Дослідники [2-3] наголошують, що існуючі зміни в ресурсному забезпеченні підприємств аграрного сектору є недостатніми, тому погоджуючись з цією позицією, доцільно зазначити важливість інтелектуалізації процесу управління ресурсним потенціалом.

Управління ресурсами суб'єктів аграрного бізнесу вимагає наявності синергії знань, інноваційних технологій, досвіду з метою забезпечення міцних конкурентних позицій на ринку. Умовами даного процесу є:

- здатність підприємства до формування найбільш ефективних комбінацій ресурсів у процесі діяльності – це сприяє набуттю ним унікальних переваг порівняно з конкурентами;
- інтенсивність процесу вибору та його реалізації, вища ніж у конкурентів, є запорукою ринкового успіху суб'єкта господарювання;
- керівництво підприємства повинно мати здатність передбачувати можливість

формування аналогічної комбінації ресурсів у конкурентів, що знецінює її ;

- інноваційні, технічні та технологічні можливості підприємства є основою для створення ключової компетенції ;

- стимул формування ключової компетенції розкривається через спроможність та бажання споживача оплачувати продукцію, створену в результаті її застосування; формування ключових компетенцій відбувається через використання матеріальних та нематеріальних активів, представлених знаннями, ноу-хау, технологіями, гудвілом), які з часом набувають нових якісних та ефективних показників;

- набуття ключових компетенцій підприємством можливе за рахунок створення унікального інформаційного забезпечення, формування сприятливого клімату у колективі, творчого підходу у процесі використання інноваційних ідей [3].

О. Довгаль наголошує на тому, що для ефективного функціонування механізму управління ресурсним потенціалом суб'єктів аграрного бізнесу мають бути в наявності інструменти управлінської діяльності, задіяні у фінансові, матеріальні та трудові підсистемах. Ці підсистеми формують єдину управлінську площину, синергетичний ефект дії елементів якої дозволяє реалізовувати функції використання, розподілення, наявності та відновлення ресурсів підприємства аграрного сектору[1].

Питання формування ресурсного потенціалу та визначення оптимальних базових ресурсних пропорцій входять до компетенції завдань стратегічного менеджменту та можуть бути успішно вирішені лише в комплексі заходів, що забезпечують стійкий розвиток агробізнесу в умовах нестабільного зовнішнього середовища через створення адаптивних механізмів, що дозволяють адекватно пристосувати діяльність підприємства до прогнозованих змін умов господарювання. Основним інструментом такої адаптації служить перерозподіл ресурсів та коригування ресурсних пропорцій, реалізованих у рамках управління ресурсним потенціалом

Однією з головних завдань адаптивної системи управління є максимально продуктивне використання наявного ресурсного потенціалу, що створює міцну базу для сталого розвитку агробізнесу

Як фактори, що визначають ефективність адаптивної системи управління ресурсним потенціалом агропідприємства можна виділити наступні:

1. підготовка та прийняття рішень, адекватних умовам зовнішнього середовища;
2. динамічний характер ресурсної забезпеченості діяльності сільськогосподарського підприємства;
3. покращення процесів інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень;
4. скорочення термінів узгодження управлінських рішень.

Для досягнення цілей розвитку підприємств агробізнесу ресурсний потенціал повинен бути не просто механічним набором окремих видів ресурсів, а системою взаємопов'язаних оптимальних кількісних та якісних ресурсних пропорцій, тому для формування такого ресурсного потенціалу необхідно ефективно управляти процесом його створення, оновлення, розвитку та використання.

Список використаних джерел:

1. Довгаль О. В. Механізм ефективного управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств. Агросвіт. 2016. № 5. С. 20–22.
2. Гринчук Ю. С. Використання та відтворення виробничо-ресурсного потенціалу агроформувань на нормативних засадах. Економіка і Фінанси. 2015. № 3 (березень). С. 9–13.
3. Чирва О. Г. Умови та чинники стратегічного управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств. Ефективна економіка. 2016. № 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_6_12.

УДК: 330.341

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Олена Богач

elena.val.bogach@gmail.com

*Лозівська філія Харківського автомобільно-дорожнього фахового коледжу
м. Лозова, Харківської області, Україна*

Першопроходець, який окреслив теорію цифрової економіки, є Ніколас Негропonte. Він написав у 1995 році книгу *Being Digital*. У перекладі: цифрове існування. У книзі було сформульовано концепцію електронної економіки. [1, с. 5]

Поширення цифрових технологій визначає пріоритетні напрями розвитку історії, суспільства, економіки більшості країн. Водночас спостерігається глобальна революція в інформаційно-комунікаційному просторі. Стрімка цифровізація торкнулася всіх сфер життя людини. Отже, вона вплинула і на державу в політичному, культурному, економічному, фінансовому, соціальному полях.

Національний банк України затвердив Стратегію розвитку фінтеху в Україні до 2025 року – покроковий план створення в Україні повноцінної фінтех-екосистеми з інноваційними фінансовими сервісами та доступними цифровими послугами. [2]

Цифровізацію варто розглядати як інструмент, а не як самоціль. При системному державному підході “цифрові” технології будуть стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів підвищення продуктивності, економічного зростання, створення робочих місць, а також покращення якості життя громадян України [3, с. 5].

Електронні технології підприємств пов'язані з управлінням, контролем та аналізом бізнесу; з реалізацією продукції, послуг чи робіт. Багато фінансових продуктів (кредити, інвестиції, платежі та ін.) стають доступними через мережу Інтернет або через мобільний зв'язок.

Нинішній діджитал-етап передбачає передусім формування інноваційного інформаційного суспільства. В основі такого середовища:

- використання нових цифрових валют;
- віртуальність господарських зв'язків;
- зниження потреб у громіздкій транспортній інфраструктурі;
- скорочення витрат бізнесу;
- зникнення традиційних ринків тощо.

Кількість інновацій збільшується, запускаються принципово інші моделі управління бізнесом та нові способи здійснення інвестиційних стратегій.

Цифрова економіка сфокусована на двох важливих принципах – інформації та мережевих технологіях. Електронні дані – це основний стратегічний ресурс цифровізації. Для користування інформацією розробляються та розвиваються сучасні ІТ-інструменти, включаючи бізнес-моделі. Суть та значення цифрової економіки у прискоренні механізму обміну великими обсягами електронної інформації між учасниками, спрощенні рутинних процесів.

Основні інструменти цифрової економіки:

– Блокчейн

Повнофункціональна технологія для запису та зберігання цифрової інформації. Система розподіленого реєстру має на увазі угруповання всіх записів по блоках, які пов'язані між собою у вигляді криптографічного підпису. Залежно від типу системи, блокчейн-платформа використовується для прискорення бізнес-процесів у вертикально інтегрованих організаціях. Наприклад, в організацію системи цифрової скарбниці чи банківського

супроводу контрактів. Публічна система блокчейн застосовується щодо операцій з криптовалютою.

– Big Data

Сукупність методів, підходів та інструментів з метою перетворення на зрозумілі для людини результати величезних обсягів даних, включаючи неструктуровані та структуровані. Наприклад, відомості про транзакції, роздрібні купівлі; блоги про дії користувачів у мережі; інформацію із міських відеокамер. Термін поєднує різні технології, які дозволяють зберігати дані та обробляти їх.

– Інформаційні технології

Мають на увазі процес обробки інформації за допомогою ІТ (штучного інтелекту). Областей його застосування стає дедалі більше, у зв'язку з чим незабаром більшість процесів буде автоматизовано. Участь людей у їхньому виконанні зведеться до мінімуму. ІТ - це комплекс технологічних рішень, який вивчає способи імітації когнітивних функцій людини.

– Інтернет речей

Це глобальна обчислювальна мережа, яка поєднує різні фізичні об'єкти, здатні взаємодіяти один з одним або зі світом без втручання людини. Плюс технології полягає в тому, що багато процесів (у торгівлі, виробництві, охороні здоров'я, енергетиці) можна повністю автоматизувати коштом віддаленого моніторингу потужностей та ресурсів.

Digital еconomy прогресивно впливає на суспільний розвиток, підвищує зручність операцій для всіх учасників взаємовідносин:

- малого бізнесу;
- людей;
- середніх та великих підприємств;
- державні органи.

Список використаних джерел:

1. Олешко Т. І., Касьянова Н. В., Смерічевський С. Ф. Цифрова економіка: підручник. Київ. НАУ, 2022. 200 с.
2. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. *Офіційний сайт Національного банку України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/fintech2025> (дата звернення 30.03.2023).
3. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. [Електронний ресурс] / НІТЕСН office. – грудень 2016. 90 с. URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>. (дата звернення 30.03.2023).

UDC 37.013.31:004

CRITICAL THINKING AS A KEY PROFESSIONAL COMPETENCE OF A MODERN IT SPECIALIST

Vitalii Vitriak

vitalik779922@gmail.com

Cherkasy State Business College, Cherkasy, Ukraine

Supervisor: PhD in Philological Sciences Liudmyla Potapenko

The current pace of society's development and constant changes in the global arena, which make the business environment flexible, adaptable and able to work under a significant level of uncertainty, are also changing the basic professional requirements of future IT professionals to meet the demand in the labour market. The work of IT industry professionals involves intellectual

problem solving, reasoning and analysis. Only a critical thinker with the ability to move away from stereotypes, with the skills of flexibility, logic, reasoning, consistency, autonomy and responsibility can cope with such work and adapt to the new challenges of the industry. Critical thinking skills are recognised as key skills to the successful self-realisation of IT specialist.

Many well-known foreign researchers have investigated critical thinking: J. Bruner, D. Dewey, A. Crawford, M. Lipman, D. Halpern. Among Ukrainian scholars, I. Bondarchuk, T. Voropai, O. Pometun, S. Terno, O. Tyaglo, L. Terletska and others pay considerable attention to the study of this issue.

The theoretical analysis of current research on various aspects of critical thinking development demonstrates the relevance of this issue.

In the scientific literature, critical thinking is defined as an important characteristic of a modern personality, a complex, multidimensional and multilevel phenomenon, one of the types of thinking. According to various classifications, it is considered to be a type of logical, practical, and conceptual-abstract thinking, emphasising its characteristics of purposefulness, independence, validity, and a focus on clear criteria, flexibility and responsibility. It is a directed thinking process, the purpose of which is to solve problems, and the essence of which is the performance of certain operations and techniques: information analysis, synthesis and evaluation. Critical thinking is a system of judgments used to analyse events and formulate reasonable conclusions [2, p. 137]. Critical thinking allows IT specialist to identify the main problems of the current situation, objectively and comprehensively analyse these problems, make an objective assessment, give correct interpretations, correctly and effectively apply the results obtained when analysing problems and the current situation, to formulate optimal response strategies.

The key competencies in the contemporary labour market are cross-disciplinary knowledge (the ability to understand and apply knowledge from different disciplines); collaboration (the ability to work productively in a team); planning and organisational skills; the ability to solve complex problems based not only on professional skills but also on intelligence and life experience; critical thinking; and emotional intelligence [3, p. 33].

Critical thinking helps to assess work tasks from different points of view and avoid mistakes due to inaccurate or insufficient information, to find the best way to solve technical problems. There is no doubt about the relevance of the ability to think critically in professional activities for IT-specialists. Moreover, global economic and social development trends are aimed at complicating and accelerating changes in the development and implementation of new technologies, and this is already a reality today. Nowadays the development of IT industry has two directions:

- the development of IT, i.e. pure technology - computers and telecommunications, tools that provide businesses with the capabilities they need (digitalisation, robotics, neural networks, artificial intelligence, virtual reality, blockchain, etc.);
- the development of “new information technologies” aimed at facilitating the work with a significant flow of daily information in business (ERP systems, CRM systems social networks, etc.).

Both directions require the acceleration of changes in thinking, flexibility of mind and critical thinking from industry professionals.

Critical thinking is a complex process that begins with reading information and ends with making a decision and consists of several successive stages: perception of information from different sources; analysis of different points of view, choosing one’s own point of view; comparison with other points of view; selection of arguments to support the chosen position; and decision-making based on evidence. The system of critical thinking includes the following abilities

- to investigate production and life situations
- to put forward various options for task solving
- to compare, evaluate, identify the advantages and disadvantages of each option of task solving and to choose the best one
- to make independent decisions and predict their consequences

- to analyse information collected from various sources in terms of its reliability, accuracy, usefulness for solving a problem
- to discuss the problem being solved
- to express one's own thoughts clearly and reasonably
- to prove one's own point of view, taking into account the opinions of other people
- to recognise contradictory data, judgements, arguments
- to identify and correct errors in other people's reasoning and to recognise one's own mistakes.

The critical thinking mechanism includes the thinking operations that guide the process of reasoning and argumentation: goal setting, problem identification, hypothesis formulation, argumentation, justification, predicting consequences, acceptance or rejection of alternative viewpoints. The framework includes the ability to apply basic intellectual skills (knowledge and understanding) to synthesise, analyse and evaluate complex and ambiguous situations and problems [4, p. 108].

The main areas where IT industry professionals apply critical thinking are information processing, communication, decision making and problem solving.

Thus, the ability to think critically is one of the key professional competences that contributes to the self-improvement of an IT industry specialist. This skill is the basis for ensuring social, scientific and technological progress, a guarantee of democratic development, a basis for independent and responsible activities.

References:

1. Терно С. О. Критичне мислення: методи та стиль навчання. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. Запоріжжя, 2019. Вип. 52. Том 2. С. 183-189.
2. Потапенко Л.В. Розвиток критичного мислення студентів у процесі вивчення іноземної мови. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету ім. Володимира Винниченка*. Серія: Філологічні науки. 2016. № 132. С. 135-144.
3. Боровик Т.М., Устиченко
4. С.В., Кравченко Л.В. Неформальна освіта дорослих як складова концепції «освіта впродовж всього життя». *Вісник Черкаського університету. Педагогічні науки*. Черкаси, 2020. Вип. 1. С. 32-36.
5. Іванова І. Засвоєння комунікативних моделей поведінки у процесі співвивчення мов і культур як основа розвитку полікультурної особистості. *Психолого-педагогічні науки*. 2013. № 3. С. 107–110.

УДК: 338.24: 004

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Сніжана Гроїмчук

snizana.groimchuk@gmail.com

*ВСП «Боярський фаховий коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України», м. Боярка, Київська обл., Україна
Науковий керівник – викладач Тетяна Пушкар*

Цифрова економіка - економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях. Цифрову економіку іноді називають інтернет-економікою, новою економікою або вебекономікою. Все частіше «цифрова економіка» переплітається з традиційною економікою, роблячи чітке розмежування складнішим. Під цифровою економікою розуміють

виробництво, продажі та постачання продуктів через комп'ютерні мережі.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну засвідчило значну роль цифрової трансформації економіки для забезпечення стійкості та гнучкості української держави в умовах війни. Пріоритетами у вітчизняній політиці цифрових перетворень є формування єдиного цифрового ринку з ЄС та наближення структури цифрового сектору України до вимог нової реальності в умовах війни та післявоєнного періоду.

Згідно з європейською програмою фінансування CEF «Підключення магістралі для цифрових глобальних шлюзів» від 12 жовтня 2022 р., вітчизняні мобільні оператори та інтернет-провайдери мають можливість взяти участь у конкурсі та долучитися до розгортання стратегічних мереж, сприяючи поліпшенню якості зв'язку з країнами ЄС, зокрема через підводні кабельні системи, супутникову інфраструктуру та під'єднання до точок обміну інтернетом [1, с.3].

Через платформу UNITED24 вже нині надходять кошти на модернізацію та будівництво цифрової інфраструктури, посилення кіберзахисту, а також дальший розвиток нових цифрових технологій. Зокрема, у межах підписаного меморандуму між Міністерством цифрової трансформації України та телекомунікаційною компанією «Київстар» телеком-оператор передав 150 млн грн на цифровізацію. Першочергові кошти на суму 84,9 млн грн, які сприятимуть посиленню безпеки та надійності цифрової інфраструктури під час повномасштабної війни, буде спрямовано на:

- модернізацію та розвиток базових державних реєстрів Міністерства юстиції України для надання населенню нових цифрових послуг у соціальній та будівельній сферах (Державний реєстр речових прав та Державний реєстр актів цивільного стану);

- реалізацію проєктів з цифрової трансформації нотаріату (е-нотаріат) та товарно-транспортних накладних (е-ТТН);

- модернізацію та розвиток транспортних реєстрів Міністерства внутрішніх справ України з метою надання цифрових послуг з реєстрації та перереєстрації авто в «Дії», видання цифрових посвідчень водія тощо.

06 жовтня 2022 р. Верховна Рада України ухвалила закон про е-резидентство для іноземних підприємців та креативних лідерів, які мають можливість дистанційно вести свій бізнес в Україні, відкривати банківські рахунки та сплачувати податки на вигідних умовах[. У межах щорічної події Tallinn Digital Summit, яка об'єднує лідерів із цифрових країн, міжнародних організацій і приватного сектору для розв'язання найнагальніших питань у сфері під'єднання до цифрового майбутнього, питання захисту цифрових кордонів України в умовах кібервійни розглядали як одне з найважливіших.

Упровадження в Україні Фондом «Східна Європа» та Фондом «Innovabridge» Програми «Електронне урядування задля підзвітності влади та участі громади» (EGAP, Швейцарія) передбачає розширення бюджету EGAP додатково на 15 млн швейцарських франків на розвиток нових цифрових послуг та сервісів. За результатами домовленостей на конференції Ukrainian Recovery Conference 2022, яка відбулася в Лугано в липні 2022 р., Міністерство цифрової трансформації України та Швейцарська агенція розвитку та співробітництва (SDC) підписали меморандум про співпрацю країн у сфері цифрової трансформації, який передбачає сприяння у створенні порталу та застосунку «Дія», платформи «Дія.Цифрова освіта», автоматизації реєстрації бізнесу в Україні – важливого кроку, який сприяє інтеграції України до європейської цифрової спільноти.

Підтримка економіки України шляхом придбання військових облігацій у застосунку «Дія» з отриманням до 16 % гарантованого прибутку. На 25 жовтня 2022 р. українці придбали 70 тис. військових облігацій на майже 70 млн грн, які працюють на перемогу України [2, с.2].

У жовтні 2022 р. Україна в межах кіберреформи UA30 долучилася до місяця кібербезпеки США та ЄС з метою привернути увагу суспільства до кібербезпеки та створення повноцінної екосистеми кіберзахисту. Мінцифри спільно з компанією FAVBET

Tech розгортає IT-армію та організує власні кібервійська, які вже нині завдають нищівного удару по IT-інфраструктурі ворога 24/7. Після набрання чинності змін до Податкового кодексу FАVBET *Tech* планує інтегрувати нові платіжні інструменти та впровадити розрахунки сімома найпопулярнішими віртуальними монетами[4, с. 6].

З метою кіберзахисту державних інформаційних ресурсів та об'єктів критичної інформаційної інфраструктури на розгляд Верховної Ради України внесено відповідний законопроект [3, с.5].

Упровадження запланованих заходів сприятиме цифровій трансформації економіки задля забезпечення стійкості та гнучкості нашої держави й інтеграції України до міжнародного цифрового простору на стратегічних засадах. Активізація відповідних процесів має потенціал залучення коштів у межах європейської програми ЄС «Цифрова Європа» та програми фінансування під'єднання вітчизняної магістралі до цифрових глобальних шлюзів і підвищення цифрового потенціалу українських компаній, їх структурної модернізації та, як наслідок, посилення їхньої стійкості в післявоєнний період.

Цифрова економіка є дієвою складовою розвитку системи державного управління, національної економіки, підприємництва та суспільства в цілому. Перехід до цифрової економіки є елементом національної безпеки, конкуренції вітчизняної економіки в глобальному просторі у довготерміновій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Про прийняття за основу проекту Закону України про Національну програму інформатизації: Постанова Верховної Ради України від 18 жовтня 2022 року № 2676-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2676-20#Text>

2. Українці у «Дії» вже купили військових облігацій на 70 мільйонів. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/10/25/693052/>

3. Українці у «Дії» вже купили військових облігацій на 70 мільйонів. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/10/25/693052/>

4. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законів України щодо особливостей оподаткування підприємницької діяльності електронних резидентів : Закон України від 06.10.2022 № 2654-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2654-20#Text>

УДК: 331 +004.896

ВПЛИВ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ

Ксенія Даценко

sota20151023@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: д.е.н., доцент, Азьмук Надія

Світ опинився на порозі чергової технологічної революції з початком глобальної пандемії COVID-19 наприкінці 2019 року, яка прямо впливала на зміну науки, технологій і трансформувала бізнес, що призвело до прискореного впровадження цифрових інструментів і методів, таких як хмарні технології, генна інженерія, квантові обчислення тощо.

Використання штучного інтелекту (ШІ) революціонізувало способи роботи підприємств і виробництва товарів і послуг. Технології штучного інтелекту були прийняті в низці галузей, що призвело до прогресу у виробництві, зростання інновацій, підвищення заробітної плати та зниження рівня цін [1].

Взаємозв'язок між технологічними змінами та зростанням продуктивності праці розвивався протягом останніх років, що свідчить про його складний характер. Хоча етапи інтенсивної автоматизації часто пов'язували з ризиком технологічного безробіття, економісти завжди позитивно оцінювали довгостроковий вплив технологічних змін на зайнятість населення. Однак економічна теорія не дає чіткої відповіді щодо того, чи є технологічні інновації ефективними чи небезпечними для продуктивності праці.

Попередні дослідження підкреслили потенційні переваги ШІ у підвищенні продуктивності праці. Наприклад, дослідження Бриньольфссона та Макафі показало, що ШІ й інші цифрові технології позитивно вплинули на продуктивність в економіці США. Подібним чином дослідження Deloitte виявило, що штучний інтелект може підвищити продуктивність праці на 40% у певних галузях. Однак в інших наукових працях учені висвітлюють занепокоєння щодо того, що використання штучного інтелекту може призвести до переміщення робочої сили, нерівності доходів і розриву в кваліфікації працівників [2].

В одній з публікацій незалежного аналітичного центру Брейгель 2022 року представлено результати дослідження, за якими середній темп зростання продуктивності праці зріс з 1,3% до 2,4% після впровадження технологій ШІ. Однак також виявлено, що введення технологій штучного інтелекту негативно вплинуло на зайнятість у виробничому секторі. Аналіз показав, що після цього темпи зростання зайнятості населення знизилися з 0,4% до -0,5% [3].

З цього стає очевидно, що впровадження технологій ШІ з одного боку позитивно впливає на продуктивність праці у виробничому секторі, а з іншого – негативно на рівень зайнятості населення. Розробники політики компаній повинні враховувати потенційні компроміси між перевагами ШІ та його впливом на зайнятість. До таких заходів можна віднести:

1. Сформулювати чіткі принципи та структуру управління ШІ. Організаціям необхідно визначити та повідомити свою місію та принципи відповідального штучного інтелекту, а також ключові цілі та показники ефективності (KPI) в усій організації. Запровадити модель управління ШІ в організації загалом і включити стимули для прискорення її впровадження.

2. Розробити структуру управління ризиками, яка відстежує та вводить в дію поточну та майбутню політику праці. Компаніям необхідно переглянути існуючі моделі управління ризиками та провести аналіз прогалин у всіх процесах щодо потенційних ризиків штучного інтелекту (захист даних, права людини, етичні ризики, точність, юридичні питання тощо). Їм потрібно задокументувати й оновити стратегію відповідального управління ризиками штучного інтелекту в масштабах компанії, щоб включити нові пропозиції щодо використання ШІ. Встановити процеси аудиту для відстеження рішень і змін, а також вимірювання ключових KPI протягом життєвого циклу даних.

3. Інвестувати в технологічні інструменти, які підтримують справедливість, надійність, підзвітність і конфіденційність, і вбудовувати їх у системи та платформи ШІ. Підприємствам необхідно переглянути існуючі інструменти та методи, які підтримують відповідальні дані та ШІ. Ознайомитись з розробкою моделі та процесом управління життєвим циклом, щоб зрозуміти, як працюють, розробляються та підтримуються інструменти/системи ШІ. Визначити вимірні показники ефективності та встановити методи постійного моніторингу, контролю та повторної оцінки даних і систем ШІ. Встановити та повідомити про чіткі ролі й обов'язки для тих, хто керує кожним етапом життєвого циклу розробки ШІ.

4. Створити культуру відповідального ШІ. Важливо, щоб кожен працівник мав достатнє розуміння та впевненість у підході, який використовує організація для забезпечення відповідального використання ШІ. Компанії повинні розглянути, як залучити або розвинути навички спеціалістів, необхідні для відповідальних ролей у сфері штучного інтелекту. Різні точки зору, які вони пропонують, є важливими для виявлення потенційної необ'єктивності та

несправедливості, а також для мінімізації несвідомої упередженості в дизайні, створенні та тестуванні продукту [4].

Усі ці елементи є частиною орієнтованого на інновації плану відповідального штучного інтелекту, який можна застосовувати в різних стратегіях і проектах, дозволяючи зрозуміти та керувати етичними наслідками використання ШІ, а також гарантувати, що організація має основи для адаптації до нових правил постійно змінного ринку. Таким чином організації зможуть більше зосередитися на підвищенні власної продуктивності та конкурентних перевагах.

З упровадженням штучного інтелекту у різні сфери виробництва та бізнесу можна спостерігати значне збільшення продуктивності праці. Використання ШІ дозволяє автоматизувати достатньо процесів, що раніше вимагали затрат значної кількості часу та ресурсів, також зменшується ризик виникнення помилок, покращується якість продукту та знижуються витрати на виробництво.

При цьому важливо зазначити, що впровадження ШІ повинно бути продуманим і детально проробленим на етапі планування, з наявністю компетентних кадрів для налагодження та підтримки стабільної системи. Окрім того, важливо не забувати про людський фактор, адже автоматизація деяких процесів може призвести до зменшення потреби в робочій силі, тому важливо забезпечити соціальний захист працівників і розвивати їхні навички для роботи зі штучним інтелектом.

Використання штучного інтелекту може допомогти значно підвищити продуктивність праці, проте за умови врахування соціальної відповідальності та дотримання процесу його ретельного впровадження.

Список використаних джерел:

1. Сташкевич О. Вплив технологій та штучного інтелекту на ринок праці в Україні. 2021. *InterConf*, 25-30. URL: https://www.researchgate.net/publication/356307766_VPLIV_TEHNOLOGIJ_TA_STUCNOGO_I_NTELEKTU_NA_RINOK_PRACI_V_UKRAINI
2. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W W Norton & Co. 2014. URL: <https://psycnet.apa.org/record/2014-07087-000>
3. Petropoulos G., Mamta Kapur M. Artificial intelligence: increasing labour productivity in a responsible way. 2022. URL: https://www.bruegel.org/sites/default/files/2022-11/TEG_241122_1.pdf
4. Требик, Л. Штучний інтелект для трансформаційних змін державних інституцій та розвитку цифрового суспільства. Вісник НУЦЗ України. Серія: Державне управління. 2021. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/handle/123456789/13679>

УДК 004.93

DEVELOPMENT OF A CARGO DRONE CONTROL SYSTEM ON THE BASIS OF A CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK

Serhii Yevdokymov

<https://orcid.org/0000-0001-7213-0259>

serge.evdokimov2015@proton.me

magister

Kherson State University, Kherson, Ukraine

The scope of use of unmanned aerial vehicles, or drones (hereinafter - UAVs) has expanded today. The need to develop consistent standards and rules, which, on the one hand, will provide

space for the development of UAV technologies and their wide application in the economy, and on the other hand, will ensure the safety of citizens and infrastructure, which is of key importance for the security of the state. Developers and scientists are constantly looking for the most effective tools to solve this problem. The combination of these factors served as an impetus for the development of control systems for unmanned aerial vehicles using an artificial neural network (hereinafter - ANN). To solve this task, neural networks can be effectively used due to the fact that they are weakly sensitive and have a high recognition speed.

The convolutional neural network (CNN, LeNet) was presented in 1998 by the French researcher Jan Lekun as a development of the neocognitron model. The idea is to alternate convolutional layers (C-layer), subsampling layers (S-layer) and use a multilayer perceptron at the output, which as a whole form an ensemble of specialized neural networks [1, p. 26].

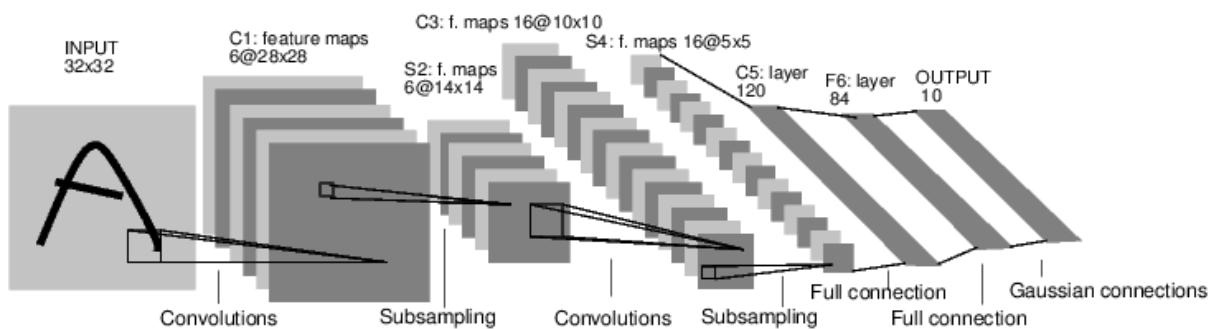


Illustration 1 – Convolutional neural network

The selection of the maximum element from the traversal kernel or their averaging is used as a compression operation, and subsampling reduces the dimensions of feature maps. To organize the autonomous control of the drone, software (further - software) is needed, and the hardware part must solve three tasks:

1. Determine the coordinates of the drone in space. Use a GPS receiver or calculate on-board coordinates by processing the video stream with the SLAM algorithm. And it is better to use both approaches to know both global and local coordinates of the drone.
2. Building a 3D map of the drone's surroundings using sensors such as stereo cameras, depth cameras, and lidars.
3. Add software for route planning taking into account the purpose of the flight, current coordinates and a map of the surroundings.

As mentioned, ANN training is based on the calculation of weighting coefficients. A Raspberry Pi [2, p. 9] is used to build an autonomous drone flight. The fragment of programs implementing neural network training is given below, implemented by the selfcheck.py utility on Python [3, p. 14] in the form of separate functions that can be released and run-on different computing nodes. For this, we will maintain an $n \times n$ matrix W .

```
import rospy
from clover import srv
from std_srvs.srv import Trigger
rospy.init_node('flight')
```

(2)

```
get_telemetry = rospy.ServiceProxy('get_telemetry', srv.GetTelemetry)
navigate = rospy.ServiceProxy('navigate', srv.Navigate)
navigate_global = rospy.ServiceProxy('navigate_global', srv.NavigateGlobal)
set_position = rospy.ServiceProxy('set_position', srv.SetPosition)
set_velocity = rospy.ServiceProxy('set_velocity', srv.SetVelocity)
set_attitude = rospy.ServiceProxy('set_attitude', srv.SetAttitude)
set_rates = rospy.ServiceProxy('set_rates', srv.SetRates)
land = rospy.ServiceProxy('land', Trigger)

# Takeoff to a height of 1 m
navigate (x=0, y=0, z=1, frame_id='body', auto_arm=True)
# Ожидание 3 секунды
rospy. sleep (3)
# Span forward 1 m.
navigate (x=1, y=0, z=0, frame_id='body')
# Wait 3 seconds
rospy. sleep (3)
# Landing
land ()
```

In the original formulation, the task is implemented, although it requires much more time and effort. Because the autopilot and copter control methods are less than fully GPS bound, they should be abandoned in favor of direct commands to the control channels. This entails the need to write your autopilot, that the task is solved and then - test and improve.

Intelligent systems based on artificial neural networks make it possible to successfully solve the problems of recognition, optimization, associative memory and control [4, p. 123]. Other, more traditional ways to solve these problems are known, but they do not have the necessary flexibility outside of limited conditions. ANNs provide promising alternatives, and many applications would benefit from their use. In the future, based on this topic, there are prospects for developing own methods to improve the learning process of the neural network.

References:

1. Rudenko O.G., Bodyanskyi E.V. Artificial neural networks: Training. manual. - Kharkiv: SMIT Company LLC, 2006. - 404 p.
2. Hololobov V.N. Raspberry Pi for the curious / Hololobov V.N., 2019. – 240 p. – (Science and technology). – (Simply about the complex).
3. David M. Beazle. Python Cookbook: Recipes for Mastering Python 3 / David M. Beazle, Brian K. Jones., 2013. - 706 p. – (O'Reilly Media).
4. Yevdokymov S.O. Convolutional neural networks for pattern recognition // Information technologies in modeling: Materials of the 3rd All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists (March 22-23, 2018, Mykolaiv). – Mykolaiv: MNU named after V.O. Sukhomlynskyi, 2018. – 175 p.

УДК: 346.1

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Каріна Кравчук

kravchukmarina03@gmail.com

*ВСП «Боярський фаховий коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України», м. Боярка, Київська обл., Україна
Науковий керівник – викладач Тетяна Пушкарь*

Цифрова економіка – це науковий напрям, що займається застосуванням сучасних цифрових технологій до управління економічними системами. У рамках цього напрямку із застосуванням сучасних інформаційних технологій проводиться моделювання, дослідження й організація процесів управління в економічних системах.

Відмінною рисою сучасного етапу економічного розвитку є використання цифрових технологій, які стали каталізатором різкого зростання товарної ліквідності та мобільності капіталу, забезпечивши високу швидкість передачі інформації, внесли значний вклад в глобалізаційні та інтеграційні процеси світової економіки. Інформаційні технології стали невід'ємною частиною суспільних відносин і призвели до появи нових галузей промисловості, ринків, конкурентоспроможних товарів і послуг.

Формування та розвиток суспільних відносин в цифровому суспільстві першочергово потребує нормативно-правового врегулювання. В Україні цифровий формат діяльності органів публічної влади з бізнесом та громадянами визнано у таких нормативно-правових документах як Господарський, Цивільний, Податковий України; закони України: «Про інформацію», «Про телекомунікації», «Про Національну програму інформатизації» «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань», «Про доступ до публічної інформації», «Про захист персональних даних», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про електронну комерцію», «Про публічні закупівлі», «Про адміністративні послуги», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про електронні комунікації» «Про електронні довірчі послуги», «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні», «Про публічні електронні реєстри» [1, с.12].

Протягом останніх років вітчизняне законодавство набуло змін (були внесені поправки в діючі нормативи, прийняті нові законодавчі акти) саме з врегулювання питань цифрових відносин у сферах: надання електронних довірчих послуг, електронно ідентифікації, публічних електронних реєстрів та розбудови цифрової інфраструктури в Україні.

Спочатку нормативною основою розвитку інформатизації в Україні були закони: «Про Національну програму інформатизації» (1998 р.), який закріплював загальні принципи формування, реалізації та коригування Національної програми інформатизації; «Про інформацію» (1992 р.) - визначено загальні принципи формування, реалізації та коригування Національної програми; "Про електронні документи та електронний документообіг" (2003 р.) - закріплено основні організаційно-правові засади електронного документообігу та використання електронного документообігу; "Про електронний цифровий підпис" (2003) - визначає правовий статус електронного цифрового підпису та регулює відносини, що виникають під час використання електронного цифрового підпису; "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки" - викладає завдання розвитку інформаційного суспільства в Україні, стратегічні цілі та основні напрями [2, с.107].

Наразі в Україні створено правову базу для процесу цифровізації на основі законів

України, які були затверджені з 2015 року. У процесі реалізації цих законодавчих положень були внесені зміни до інших законодавчих актів України.

Окрім вищезазначених законів, заслуговує на увагу підписаний президентом України, у серпні 2021 року, закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні», який покликаний створити сприятливі умови для ведення інноваційного бізнесу в Україні, розбудови цифрової інфраструктури, залучення інвестицій і талановитих фахівців.

Законодавчі акти сфери цифровізації в Україні 2015–2021 рр:

Закон «Про електронну комерцію» (03.09.2015) визначає: організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-комунікаційних систем та визначає права і обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції.

Закон «Про електронні довірчі послуги» (05.10.2017) визначає: правові та організаційні засади надання електронних довірчих послуг, у тому числі транскордонних, права та обов'язки суб'єктів правових відносин у сфері електронних довірчих послуг, порядок здійснення державного нагляду (контролю) за дотриманням вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг, а також правові та організаційні засади здійснення електронної ідентифікації.

Закон «Про електронні комунікації» (16.12.2020) визначає: правові та організаційні основи державної політики у сферах електронних комунікацій та радіочастотного спектра, а також права, обов'язки та відповідальність фізичних і юридичних осіб, які беруть участь у відповідній діяльності або користуються електронними комунікаційними послугами.

Закон «Про надання публічних (електронних публічних) послуг» (15.07.2021) визначає: засади надання електронних публічних послуг, публічних послуг, комплексних електронних публічних послуг, автоматичного режиму надання електронних публічних послуг.

Закон «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» (15.07.2021) визначає: організаційні, правові та фінансові засади функціонування правового режиму Дія «Сіті», що запроваджується з метою стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні шляхом створення сприятливих умов для ведення інноваційного бізнесу, розбудови цифрової інфраструктури, залучення інвестицій, а також талановитих спеціалістів [3, с.4].

Цифрова економіка як новий сучасний тип (модель розвитку) економіки уже включає сутнісні характеристики інноваційної економіки та економіки знань. Високотехнологічність у виробництві, інноваційний характер й модернізація секторів промисловості на основі інформаційно-комунікаційних і цифрових технологій, динаміка цифрових трансформацій для України повинні стати пріоритетним рішенням для досягнення стійкого економічного зростання та розвитку.

Список використаних джерел:

1. Апалькова В. В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи для України / В. В. Апалькова // Вісник Дніпропетровського університету. – 2015. – Вип. 4. – С. 9–18.
2. Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки : затверджені Законом України від 09.01.2007 // ВВР України. – 2007. – № 12. – С. 102.
3. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2021 роки: схвал. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 28.03.2021).

УДК 338.1

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПОЛІТИКИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Віталій Круглов

virt197@gmail.com

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

доктор наук з державного управління, доцент

Теоретичні та практичні питання, пов'язані з узгодженням інтересів, цілей та завдань соціально-економічного розвитку систем різного рівня мають велике значення, враховуючи стрімкі зміни в багатьох сферах господарської діяльності, що пов'язано з упровадженням цифрових технологій. Багато учених прогнозують у найближчій перспективі черговий фазовий перехід до економіки, заснованої на інших, ніж існуюча, принципах функціонування. Насамперед, це стосується ефективного використання ресурсів та побудови принципово інших бізнес-моделей (спільне володіння та споживання тощо). В результаті подібної трансформації зазнають глибоких змін моделі та методи державного управління. Від традиційних вони поступово будуть перетворені на інноваційні за допомогою використання нових підходів та інструментів. До зазначених інструментів можливо віднести електронне врядування, стратегування, кластерний підхід, управління мережами, державно-приватне партнерство, SMART моделі. Глобальні зміни у всіх сферах життєдіяльності, що відбуваються останнім часом, актуалізують амбітні завдання щодо досягнення та утримання сучасними країнами наукового та технологічного лідерства за ключовими перспективними напрямками, такими, як біотехнології, космічні та атомні технології, робототехніка, штучний інтелект та ін., що необхідно вирішувати у межах довгострокового стратегічного планування.

Науковий базис реалізації наявного потенціалу формує комплексний підхід до проблеми розвитку на державному та регіональному рівнях. Розуміння розвитку зазначених систем через призму виробництва та розподілу суспільних благ вимагає пошуку шляхів, які безпосередньо чи опосередковано зумовлюють спрямованість дослідження. Стимулюючу роль в забезпеченні збалансованого розвитку здатні грати позитивні структурні зрушення (надходження інвестицій, зростання обсягів промислового виробництва, інновації і т. д.), і кризові ситуації, які провокують як державу, так і суб'єктів економічної діяльності до розробки та реалізації антикризових заходів.

Наслідками прояву пандемії став активний пошук підходів до проведення системної трансформації, якої неминуче потребуватимуть рішення наступних десятиліть. Зазначене передбачає підвищення стійкості існуючої економіки та перетворення на новий набір економічних екосистем, які є більш стійкими до майбутніх потрясінь і криз. Важливим кроком для формування державної політики та секторальних стратегій стають потреби стійкості, що прискорює перехід до епохи сталого добробуту та сприяє стабільній, регенеративній та циркулярній економічній поведінці, а не моделі короткострокового переви виробництва та споживання, які визначаються поточною парадигмою зростання.

За останнє десятиліття економічно розвинені країни посилюють промислову трансформацію, формуючи перехід до технологічної парадигми «Індустрії 4.0», яка зосереджена навколо кіберфізичних об'єктів та намаганням підвищити ефективність за рахунок цифрового зв'язку та штучного інтелекту. Однак парадигма «Індустрії 4.0» не відповідає меті в контексті кліматичних проблем та кризових явищ у світі, а також не усуває глибоку соціальну напругу. Нинішня економіка є моделлю, яка створює технологічну монополію та гігантську нерівність багатства. Таким чином, слід визначити ключові підходи,

які мають розвиватися і посилюватися:

- одночасне охоплення циклічної економіки та позитивних відновлювальних механізмів зворотного зв'язку як ключової основи ланцюжка створення вартості, інклюзивного зростання, стійкої мобільності;

- соціальний вимір, що формує добробут працівників, необхідність соціальної та регіональної згуртованості та впровадження технологій, які доповнюють людські можливості;

- екологічний вимір, де перетворення усувають використання викопного палива, сприяють енергоефективності, мають в основі природні рішення, відновлюють енергію та біорізноманіття та створюють нові способи процвітання (економіка з нульовими викидами) у взаємозалежності з природними системами [1].

В той же час, масштабне впровадження цифровізації впливає на основні сфери: створення виробу/товару, процеси та бізнес-моделі. Розвиток Інтернету речей посилює інтеграцію інформаційно-комунікативних технологій у всі типи виробів (підключені та автономні автомобілі, переносні пристрої, розумна побутова техніка). Цифрові технології збільшують автоматизацію виробництва та інтегрують моделювання та аналіз даних у процеси та ланцюги поставок, забезпечуючи постійне підвищення продуктивності та ефективності використання ресурсів від проектування виробу до управління життєвим циклом. Нові передові технології, такі як штучний інтелект, починають суттєво впливати як на можливість автоматизації більш складних процесів, так і на використання інноваційних джерел даних. Змінюються ланцюги створення вартості та зникають межі між виробами та послугами. Розумні та підключені вироби адаптуються до змін у поведінці споживачів, що створює спільні високоперсоналізовані послуги. Крім того, підприємства можуть використовувати нові парадигми та методи, такі як 3D-друк, щоб переосмислити власний бізнес і операційні моделі [2].

Вирішення все більш нагальних і життєвих викликів, з якими стикається суспільство, і використання можливостей, які виникають у часи криз, в значній мірі залежать від кращого узгодження між державним і приватним секторами, які все частіше застосовують наявні моделі партнерської взаємодії [3]. Для досягнення належного результату необхідно зосередити політичні процеси та регуляторні зміни на мінімізації залежностей від старих моделей споживання, виробництва та організації у регульовальній діяльності, структурах стимулів і формуванні стратегій. Розробка державної політики потребує інноваційних підходів до подолання інерції шаблонів та процесів, які перешкоджають необхідним трансформаціям.

Державне фінансування досліджень та інновацій для створення нових, стійких економічних моделей, нових ринків і потреб промислових екосистем має забезпечувати підтримку галузевих бізнес-проектів, щоб сприяти неординарним, міжсекторальним комбінаціям і трансформаційним варіантам для широкомасштабних структурних змін. Нинішня епоха невизначеності, нестабільності та швидких змін вимагає певної плинності ресурсів, стратегічної гнучкості та лідерства в державному секторі, що суперечить існуючим бюджетним процесам, структурам стимулів, компетенціям та інституційній жорсткості, які характеризують наявну державну політику. Розрахована на майбутнє державна політика потребує випереджувального управління, формування візії на основі форсайту та адаптивного регулювання. Держава має посилити інвестиції в низьковуглецеві та інтелектуальні технології, підтримувати створення нових і життєздатних ринків для регенеративних циркулярних економічних моделей і бізнес-діяльності, сприяти формуванню актуальних бізнес-екосистем і ланцюжків створення вартості, зміцнювати нові партнерства всередині країни та за кордоном, формувати сприятливу нормативно-правову базу і забезпечувати соціальні потреби та справедливий розподіл благ. Майбутня парадигма «Індустрія 5.0» спиратиметься на соціальні інновації для підвищення добробуту та сприяння створенню робочих місць разом із заходами щодо підтримки освіти та підвищення

кваліфікації, забезпечення одночасно економічної безпеки та соціальної справедливості [1].

Отже, стрімкі зміни, пов'язані з цифровою трансформацією суспільства, поступово зміщують акценти на створення високотехнологічного виробництва, інноваційних напрямів господарської діяльності, розширюють сферу надання послуг. В той же час, економічна система потребує нових підходів щодо можливостей системи державного управління та регулювання, альтернативних моделей співпраці та формування відповідної політики, що враховує сучасні зміни та формулює напрями подальшого розвитку держави. Ключовими стають потреби у відновлювальній економіці, соціальній справедливості та екологічній безпеці. Важливим видається, з точки зору можливостей системи державного управління, віднаходити раціональний баланс щодо реалізації амбітних цілей у державних стратегіях, що мають стимулювати подальшу автоматизацію виробничих процесів, забезпечувати потреби інноваційних галузей кваліфікованими фахівцями та створювати нові робочі місця.

Список використаних джерел:

1. Renda A. et al. Industry 5.0: A Transformative Vision for Europe: governing systemic transformations towards a sustainable industry. European Commission, 2022. DOI: <https://data.europa.eu/doi/10.2777/17322>.
2. Digitalisation of Spanish SMEs. European Investment Bank, 2022. URL: https://www.eib.org/attachments/lucalli/20220209_digitalisation_of_spanish_smes_en.pdf.
3. Круглов В. В. Розвиток державно-приватного партнерства в Україні: механізми державного регулювання : монографія. Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2019. 252 с.

UDC 378.14:72

SOFT SKILLS IN DESIGNERS' PROFESSIOGRAM

Daria Lytvyn

litvindasha9@gmail.com

Cherkasy State Business College, Cherkasy, Ukraine

Supervisor: PhD in Philological Sciences Liudmyla Potapenko

Modern trends of the globalized society create new challenges for specialists in different fields, demanding constant professional and personal development. Employers insist on the necessity to develop “soft skills” of future specialists in various fields as an inseparable component of their professional training and the guarantee of successful employment and career growth. Therefore, the issues of “soft skills” in the career of designers are relevant and up-to-date.

Over the past 20 years, the concept of “soft skills” has become an integral part of the global labour market in the most spheres of economy and society. In many contexts, “soft skills” are equated with such terms as “employability skills”, “people skills”, “non-professional skills”, “key skills”, “basic skills”, “skills for social progress”, “life skills”, “social skills”, “transversal competences”, “social competences”, “generic competences”.

The study and the investigation of the issues of “soft skills” are often in the centre of scientific interest. Many researchers focus their attention on different aspects of “soft skills” (O. Hura, K. Koval, N. Kolyada, G. Korniyush, O. Kravets, O. Kravchenko, A. Mozgova, O. Povstyn, V. Radkevych, N. Fedorenko).

Designers’ “hard skills” are professional knowledge, skills and abilities used in a design and creation of a certain image of design objects or a design project. “Soft skills” are a set of skills and personal characteristics that lead to success in the workplace. That is, having “soft skills” allows employees to use their abilities and knowledge as effectively as possible. Unlike “hard skills”, which are not only limited to a certain professional field, but also require constant upgrade, “soft

skills” are super-professional skills that help solve life’s problems and work with other people. The lack of “soft skills” can have an extremely negative impact on the professional self-realization of an individual. Even people with excellent “hard skills” will potentially find it difficult to build a professional space and fully demonstrate the advantages of their “hard skills” if the skills of establishing interpersonal contacts and self-representation (self-management) are not properly developed [1, p. 108].

In the process of analyzing the scientific literature it was determined that the following skills are included in the category of “soft skills”: the ability to establish cooperation, ability to think critically, leadership, ability to meet deadlines, the ability to establish communication, teamwork skills, responsibility and discipline, the ability to think creatively. People develop “soft skills” through socialization, learning the values, attitudes, and actions through interactions with others [2, p. 132].

At the current stage of social development, which is characterized by dynamic innovative processes, the view on the profession of a designer is changing. Nowadays design firms require from their employees not only a high level of professional knowledge, skills and abilities, but also a wide range of “soft skills”.

In order to identify the system of “soft skills” that designers need today, vacancies for specialists in the field of design were studied. The following resources were used as sources of information: www.work.ua, www.jobs.ua, www.rabota.ua, ua.jobble.org. The requirements for candidates for the following positions were investigated: 3D designer-visualizer, furniture designer, photobook designer, motion designer, graphic designer, UX/UI designer, web designer, product designer, middle designer, clothing designer, interior designer, technical designer, developer designer, printing designer, SMM designer, operational graphics designer. Among the job requirements, more than 20 characteristics can be classified as “soft skills”, namely:

- results orientation (<https://www.work.ua/jobs/4921432/>)
- self-improvement (<https://rabota.ua/ua/company828062/vacancy9224985>)
- the ability to constructively perceive criticism (<https://rabota.ua/ua/company3754775/vacancy6691636>)
- analytical abilities (<https://www.work.ua/jobs/4846508/>)
- purposefulness (<https://www.work.ua/jobs/1775084/>)
- benevolence (<https://www.work.ua/jobs/4878049/>)
- independence (<https://www.work.ua/jobs/5089010/>)
- multitasking (<https://www.work.ua/jobs/5085634/>)
- energy (<https://www.work.ua/jobs/5082789/>)
- perseverance (<https://www.work.ua/jobs/4846508/>)
- activity, mobility (<https://www.work.ua/jobs/1775084/>)
- initiative (<https://www.work.ua/jobs/5088061/>)
- self discipline (<https://rabota.ua/ua/company3754775/vacancy7859234>)
- stress resistance (<https://www.work.ua/jobs/4744093/>)
- responsibility (<https://rabota.ua/ua/company3754775/vacancy7865291>)
- critical thinking (<https://rabota.ua/ua/company10292690/vacancy9447607>)
- the ability to work in a team (<https://www.work.ua/jobs/5088466/>)
- creativity (<https://jobs.ua/job-dizayner-fotoknig-3812202>)
- communicability (<https://jobs.ua/job-dizayner-shtor-3142378>)
- literacy (<https://www.work.ua/jobs/5087666/>).

The results indicate that the most important “soft skills” for a designer can be organized into three groups:

- social and communicative abilities (communication skills; interpersonal skills; group work; leadership; cooperation; social intelligence; responsibility; communication ethics; building relationships; ability to work in a team and express one’s own opinion);

- cognitive skills (critical thinking; problem-solving skills; innovative thinking; intellectual management; self-education skills; time management);
- personal qualities and components of emotional intelligence (honesty; optimism; stress tolerance; punctuality; flexibility; creativity; motivation; empathy) [3, p. 140].

The conducted analysis of modern personnel selection practices has demonstrated that employers are paying more and more attention to skills that are not directly related to the professional functions performance, but belong to the category of “soft skills”: relationships, a creative approach to solving problems, adaptability, strategic thinking, learning ability, interpersonal skills, etc. Non-traditional personnel selection tools are becoming relevant and important. They allow candidates to reveal not only their special (professional) skills, but also demonstrate their ability to be excellent team members. The constant development of each group of “soft skills” can positively contribute to the professional success of designers.

References:

6. Іванова І. Засвоєння комунікативних моделей поведінки у процесі співвивчення мов і культур як основа розвитку полікультурної особистості. *Психолого-педагогічні науки*. 2013. № 3. С. 107–110.

7. Наход С. А. Значущість “soft skills” для професійного становлення майбутніх фахівців соціономічних професій. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2018. № 63. С. 131–135.

8. Потапенко Л.В. Розвиток критичного мислення студентів у процесі вивчення іноземної мови. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету ім. Володимира Винниченка*. Серія: Філологічні науки. 2016. № 132. С. 135–144.

УДК 331.108

ТРАНСФОРМАЦІЯ HR-ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Юлія Мегик

*Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Науковий керівник: канд. екон. наук Вікторія Краля*

Стрімкий розвиток інформаційних технологій у наші дні обумовлений потоком інформації, яка підлягає обробці. Обсяги інформації, що переробляється на виробництві, настільки великі, що людина не справляється і тоді на допомогу приходить машина: створюються програми, які обслуговують ту чи іншу сферу виробничої діяльності працівника.

Інформаційні технології – це процеси, що використовують сукупність засобів та методів збору, обробки, накопичення та передачі даних (первинної інформації) для отримання інформації нової якості про стан об'єкта, процесу чи явища (Інформаційного продукту).

У сучасному світі наука та технології розвиваються все швидше, прискорюється і економічне зростання, посилюється конкуренція. Мінімальна перевага може виявитися вирішальною у боротьбі за прибуток. Це змушує керівництво компаній активно працювати у напрямку підвищення ефективності систем компанії, оптимізація процесів. Важливим інструментом є інформаційні технології, що дозволяють значно підвищити продуктивність праці працівників компанії, зробити процеси більш надійними і відкривають принципово нові повноваження у багатьох сферах.

Служба управління персоналом компанії є одним із стовпів, на яких має будуватися успішна компанія, тому спроби підвищення ефективності роботи цієї служби цілком закономірні. У своєю чергою, закономірно використання цих спробах нових інформаційних технологій.

Передові інструменти та технології допомагають службам з управління персоналом в автоматизації, оптимізації та прискоренні бізнес-процесів, водночас вибір технологічних можливостей зростає з високою швидкістю та роботодавцю необхідно: бути в курсі нових digital-рішень та стежити за оновленнями, бути готовим до змін. На сучасному етапі цифрової трансформації є проблемні зони:

- складність систем та низький рівень зручності користування;
- висока трудомісткість операцій;
- розрізненість IT-систем;
- недостатній облік потреб кінцевого користувача

Дослідження свідчать про наявність значного розриву між тими компаніями, що активно впроваджують зміни, впевнено використовують нові ресурси та технології для удосконалення HR-процесів та такими, що займають позицію вичікування [1].

Цифровізація HR тісно пов'язана зі зміною споживчої поведінки, коли із розвитком технологій користувачі підвищують вимоги до зручності користування і швидкості доступу до продуктів та сервісів, їх наявності на різноманітних цифрових додатках та платформах портативних смарт-пристроїв, високої продуктивності при зниженні вартості [2].

Такий підхід спричинив поступове формування властивостей цифрового HR, що дозволяє задовольняти потреби нових поколінь у особистому доступі до соціальних мереж і корпоративних ресурсів, всебічній взаємодії з мультимедіа можливостями, навчанні за потребою, а також спроможний забезпечити нові перспективи рекрутингу та онбордингу, створювати та інтегрувати сторонні дані про працівників з різноманітних соціальних та медіа платформ, активно використовує штучний інтелект і великі бази даних для управління талантами, прийняття рішень, здійснення HR-аналітики [3]

Найбільш актуальним використання можливостей цифрового HR є для компаній на стадії росту і розширення, великих та міжнародних компаній, з високою значущістю інвестиційної привабливості та значною кількістю відкритих вакансій, або ж таких, що надають особливої уваги якісному підбору та адаптації працівників [4]

Внаслідок значного впливу, що надається стрімким виникненням інноваційних технологій, впровадженням штучного інтелекту, який багато в чому замінює різні операції, раніше вироблені людиною, стало важливим впроваджувати IT-технології в тому числі у сферу HR / Індустрія 4.0 або четверта промислова революція (The Fourth Industrial Revolution) – найочікуваніша подія 21 століття, яке тягне за собою величезну кількість змін у структурі управління суб'єктами малого та середнього бізнесу. Нововведення впливатимуть на всі аспекти економіки. Технології Індустрії 4.0 здаються абсолютно інноваційними, що змінюють нашу реальність. Важливо розуміти, що зміни стосуватимуться кожного, особливо різних суб'єктів малого та середнього бізнесу. Кожному управлінцю (підприємцеві) необхідно буде змінити всю структуру управління, оскільки заміна різних професій роботами – неминуча.

В умовах цифрової економіки найважливішими людськими якостями є володіння величезною кількістю інформації, готовність до швидких змін, бажання пізнавати все більше, комунікабельність, різнобічність, готовність до різких змін. Індустрія 4.0 чи 4 промислова революція включає переважання глобальних мереж, виникнення нейромереж, поява штучного інтелекту. Все це впливає на систему управління персоналом у будь-якій компанії.

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити таке:

1. Інформаційні технології – це економія фінансових ресурсів і водночас підвищення якості персоналу

2. Інформаційні технології – це можливість навчання, здобуття нового досвіду, спілкування з колегами з інших країн та компаній.

3. Інформаційні технології – це швидкість прийняття рішень, це швидкість роботи персоналу, і тим самим найбільше в результаті висока ефективність компанії.

Список використаних джерел:

1. The future of HR 2019: In the Know or in the No. KPMG International Cooperative, 2018. – 24 p.

2. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу: аналіт. зап. / [В. С. Куйбіда, О. М. Петроє, Л. І. Федулова, Г. О. Андросук]. – Київ: НАДУ, 2019. – 28 с.

3. Жуковська В. М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. № 2. 2017. – с. 13-17.

4. Як полегшити життя HR-ам: цифрова трансформація пошуку персоналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://prohr.rabota.ua/yak-polegshiti-zhittya-hram-tsifrova-transformatsiya-poshuku-personalu/>

УДК 658.4038

РОЛЬ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ДЕРЖАВНИМИ ПОСАДОВИМИ ОСОБАМИ

Євгенія Міщук, к.е.н., доцент
mishchuk@knu.edu.ua

Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Цифровізація має значний вплив на прийняття рішень в органах державної служби, оскільки вона надає нові можливості для збору, аналізу та використання даних. Деякі зі способів, якими цифрові технології впливають на прийняття рішень в органах державної служби, включають:

– збільшення обсягу даних: цифрові технології дозволяють збирати і зберігати великі обсяги даних про громадян, бізнес та інші аспекти життя. Ці дані можуть бути використані для прийняття рішень в різних сферах державного управління;

– автоматизація процесів: цифрові технології дозволяють автоматизувати багато процесів, що пов'язані з збором, обробкою та аналізом даних. Це може допомогти значно зменшити час, необхідний для прийняття рішень;

– покращення якості даних: цифрові технології дозволяють збирати дані більш точно та швидко, а також підвищувати їх якість за допомогою автоматизованих процесів обробки та очищення даних. Це може покращити якість рішень, прийнятих на основі цих даних;

– підвищення швидкості та точності прийняття рішень: цифрові технології дозволяють збирати та аналізувати дані швидше та ефективніше, що дозволяє зменшити час, необхідний для прийняття рішень, та підвищити їх точність;

– забезпечення доступу до даних: цифрові технології дозволяють забезпечити широкий доступ до даних для працівників органів державної служби, що може допомогти покращити співпрацю між різними відділами та установами, що відповідають за прийняття рішень. Це може забезпечити більш інтегрований підхід до розв'язання проблем;

– покращення прозорості та відкритості: цифрові технології дозволяють забезпечити більшу прозорість та відкритість прийнятих рішень, оскільки вони дозволяють широкому загалу отримувати доступ до даних та інформації про процес прийняття рішень.

– зниження витрат: цифрові технології дозволяють зменшити витрати на збір та аналіз даних, а також зменшити кількість людських ресурсів, які потрібні для прийняття рішень.

Посадові особи державних органів влади можуть використовувати різноманітні цифрові технології для забезпечення ефективності та безпеки своєї роботи, такі як: електронні системи управління документами для організації та контролю документообігу; електронні системи звітування для автоматизації та контролю виконання завдань; електронні системи збору та аналізу даних для прийняття обґрунтованих рішень; системи електронної пошти та онлайн-платформи для комунікації з колегами та громадянами; криптографічні технології для захисту інформації та конфіденційності даних; системи відео-конференцій та онлайн-засоби для організації віддаленої роботи та звітування. Проте, використання цифрових технологій може різнитися залежно від відомств та посад державних службовців. Спільними для різних посадовців слід назвати наступні цифрові інструменти, що допомагають організувати їх діяльність і зробити її більш ефективною:

– Електронний кабінет державного службовця (ЕКДС) - це інтернет-портал, який дозволяє службовцям вести електронний облік своїх ділових зустрічей, звітів та завдань. Через ЕКДС службовці можуть взаємодіяти зі своїми керівниками та підлеглими, а також з іншими державними органами.

– Електронна декларація - це інструмент, який використовується для збору та аналізу інформації про майновий стан державних службовців та осіб, які мають вплив на державні рішення. Цей інструмент дозволяє зменшити ризик корупції та забезпечити прозорість у владному процесі.

– Електронний документообіг - це система, яка дозволяє державним службовцям обмінюватися документами та інформацією в електронному вигляді. Це дозволяє зменшити час на обробку документів та забезпечити їх безпеку та цілісність.

– Система моніторингу та аналізу медіа - це інструмент, який дозволяє державним службовцям відслідковувати публікації в ЗМІ та соціальних медіа, що стосуються діяльності їхньої організації. Це дозволяє службовцям оперативно реагувати на питання громадськості та забезпечити відкритість у владному процесі.

– Онлайн-сервіси для громадян - це інструменти, які дозволяють громадянам звертатися до державних органів за допомогою Інтернету. Наприклад, в Україні існують онлайн-сервіси для подання заявок на отримання паспорта, реєстрації місця проживання, отримання довідок та інших документів.

– Електронний каталог закупівель - це інструмент, який дозволяє державним органам публікувати інформацію про заплановані закупівлі та проводити торги в електронному вигляді. Це дозволяє забезпечити прозорість та конкурентний відбір постачальників.

– Мобільні додатки для державних служб - це інструменти, які дозволяють громадянам отримувати інформацію про діяльність державних органів та звертатися до них за допомогою мобільного телефону. Наприклад, в Україні існують мобільні додатки для подання заявок на отримання соціальних послуг та інших документів.

– Відео-конференції - це інструмент, який дозволяє державним службовцям проводити зустрічі та конференції в режимі онлайн. Це дозволяє ефективно використовувати час та зменшує необхідність у фізичних зустрічах [1].

Відтак, цифрові інструменти допомагають забезпечувати ефективну та прозору роботу державних органів, зменшувати час на обробку документів та забезпечувати доступ до послуг для громадян.

У 2020 р. для роботи з документами між міністерствами України запустили систему PoClick. Через неї державні посадові особи можуть обмінюватися документами та інформацією безпосередньо між собою. Це спрощує процес взаємодії між різними державними органами та зменшує час на обробку документів. У майбутньому планується розширити використання системи PoClick на всі державні органи в Україні, що дозволить зробити взаємодію між ними більш ефективною та зменшити час на обробку документів. Це також покращить якість надання державних послуг для громадян та бізнесу. Застосування системи PoClick також допоможе зменшити можливість корупції, оскільки всі документи та

інформація будуть зберігатися в електронному вигляді та матимуть історію переглядів та редагувань. Указане дозволить контролювати процес обробки документів та зменшити можливість їх втрати або фальсифікації.

Разом із цим, попри очевидні переваги цифровізації, слід указати, що цифрові технології не є панацеєю для всіх проблем органів державної служби. Вони повинні бути використані з розумінням та обачливістю, оскільки неправильне використання може призвести до негативних наслідків. Так, використання цифрових технологій може створити нерівномірність доступу до державних послуг, оскільки не всі громадяни мають можливість користуватись цими технологіями або не мають доступу до них через низький рівень інтернет-зв'язку або брак необхідних знань. Згідно з даними, наданими Міністерством цифрової трансформації України, у 2020 р. в Україні близька 70% населення користувалися Інтернетом. Однак, існують регіони, де рівень доступу до цифрових технологій є низьким, зокрема в сільській місцевості. Крім того, згідно з останніми даними Всесвітнього банку, у 2020 р. в Україні близько 30% населення мали доступ до Інтернету зі швидкістю 10 Мбіт/с або менше, що також свідчить про те, що існує проблема недостатньої швидкості Інтернету в деяких регіонах України. Згідно з даними Державного агентства з електронного урядування України, на 2021 р. найгірший рівень цифровізації державних послуг спостерігається в регіонах Західної та Східної України, а також на півдні країни. Примітно, що станом на 2021р., найнижчий рівень цифрової готовності до надання державних електронних послуг мали Івано-Франківська, Тернопільська області.

В Україні немає ефективної системи контролю за використанням даних, зібраних державними органами, тому використання цифрових технологій може призвести до порушення приватності громадян, оскільки ці технології можуть збирати та обробляти великі обсяги особистої інформації, такі як медичні записи, фінансові дані та інші конфіденційні дані. Мали місце випадки витоку особистих даних громадян через порушення кібербезпеки державних органів. Наприклад, у 2019 р., Мінцифри України підтвердило кібератаку на сервери державного медичного закладу, в результаті якої зловмисники зламали базу даних з більш ніж 500 тисяч пацієнтів. Це порушило приватність та безпеку цих осіб. Українські державні органи стали жертвами кібератак з боку інших країн, що може призвести до порушення державної безпеки та національної інформаційної безпеки. Зокрема, в 2017 р. в Україні відбулася велика кібератака, під час якої було порушено роботу деяких державних органів та енергетичної системи країни. З використанням цифрових технологій з'являється новий тип злочинів - кіберзлочинність. В Україні зростає кількість кіберзлочинів, включаючи крадіжки інформації, шахрайство, кібершантаж, атаки на інфраструктуру, підробку електронного підпису та інші злочини, що можуть призвести до значних фінансових втрат і погіршення репутації країни. За офіційними даними Національної поліції України, кількість злочинів, пов'язаних з комп'ютерною та інформаційною технологією, зросла у 2020 році на 27,4% порівняно з попереднім роком і склала 14 127 фактів. З них більшість (приблизно 68%) стосувалися крадіжок та злочинів, пов'язаних з електронними платежами та фінансовими операціями. Крім того, за даними Українського центру кібербезпеки, у 2020 р. було зареєстровано 1261 випадок кібератак на українські інформаційні системи, що на 36% менше, ніж у 2019 р. Проте, серед них відбулися значні атаки, такі як кібератака на підприємство SolarWinds в США, яка зачепила більшість великих корпорацій по всьому світу, в тому числі в Україні. За даними Генеральної прокуратури України, у 2020 р. було зареєстровано 13788 кіберзлочинів, що на 12,5% більше, ніж у 2019р. Такі дані свідчать про те, що кіберзлочинність продовжує зростати в Україні та стає все більш серйозною загрозою для національної безпеки та економіки [2].

Використання цифрових технологій державними органами може призвести до залежності від іноземних технологій та постачальників послуг. Це може стати проблемою у випадку зміни політичного курсу країни або зміни умов угод з іншими країнами, що може суттєво вплинути на роботу державних органів та відносини з національними та

міжнародними партнерами. Використання цифрових технологій також може привести до виникнення помилок та несправедливості при прийнятті рішень, оскільки ці технології не завжди здатні враховувати всі контекстуальні чинники та індивідуальні потреби громадян. Крім того, використання цифрових технологій може призвести до зловживання владою та порушення демократичних принципів, оскільки ці технології можуть допомагати у зборі та аналізі інформації про громадян, що може бути використано для маніпулювання виборами та політичних процесів.

Отже, використання цифрових технологій державними органами може мати як позитивні, так і негативні наслідки для національної інформаційної безпеки, особистої приватності та свободи слова громадян, а також може стати причиною залежності від іноземних технологій та постачальників послуг.

Список використаних джерел:

1. Цифрова трансформація публічного управління : кол. моногр. / О. В. Карпенко, І. Й. Малий, Г. В. Муравицька та ін. Київ : НАДУ, 2020. 256 с.
2. Макарова І., Пігарєв Ю. Сметаніна Л. Цифровізація публічного управління на регіональному та міському рівнях. *Актуальні проблеми державного управління*. 2021. № 83. С. 86 – 91.

УДК 330.341

ВИКЛИКИ ТА ПЕРЕВАГИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

*Анна Мотрич,
ІЗВО «Харківський технологічний університет «ШАГ», м. Харків, Україна
Олександр Гончаренко,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Науковий керівник: кан.екон.наук, доцент Олена Дудник
elenadudnyk88@gmail.com*

Цифровізація економіки є ключовою тенденцією у світовій економіці, що впливає на розвиток технологічних рішень, еволюцію бізнес-моделей, підвищення продуктивності працівників та систем, а також можливість використання нових методів взаємодії з клієнтами та партнерами. Цифрові технології дозволяють компаніям ефективно зменшувати витрати на операційну діяльність та покращувати якість продукції та послуг, що сприяє зростанню конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та зростання економіки країни в цілому [2]. Цифрові технології мають як переваги так і несуть певні виклики. Однак їх дослідження можуть допомогти у розвитку даного напрямку з урахуванням кібербезпеки та захисту особистих даних, а також забезпечити перехід без втрати робочих місць та соціальних наслідків. Тож дослідження викликів та переваг цифрової економіки є важливим та актуальним питанням сьогодення.

Саме ж поняття «цифрова економіка» трактується в науковій літературі, як «ще не завершена трансформація сфери реалізації товарів, робіт, послуг та сектору реалізації державних послуг завдяки цифровізації потоків інформації за допомогою комп'ютерних технологій» [4, с. 3].

В Україні є потужний потенціал в галузі ІТ, а також значний потік інвестицій в цей сектор. Розвиток цифрової економіки в Україні відбувається в декількох напрямках.

По-перше, в країні з'являється все більше ІТ-стартапів, які працюють над розробкою нових технологій і продуктів. Це забезпечує збільшення конкуренції в цій галузі та сприяє швидкому розвитку інновацій. Серед сучасних нових стартапів варто відзначити XSight

(ігрова AR-платформа з елементами соціальної мережі), INPUT SOFT (SaaS-платформа для управління діяльністю аеропортів та авіакомпаній), Zeeon (metaverse-платформа для виступів та віддаленої роботи), G-МАК (працює над рішеннями у сфері систем безпеки розумного будинку) [1].

По-друге, уряд України веде активну політику щодо розвитку цифрової інфраструктури. Зокрема, проводиться модернізація та розширення доступу до Інтернету, створюються цифрові сервіси для взаємодії з державними органами, відбувається цифровізація освіти та охорони здоров'я. Зокрема:

1. Прозорість державних закупівель: Державне агентство з питань електронного урядування України розробило систему ProZorro, яка забезпечує прозорість та відкритість у проведенні державних закупівель в Україні. Ця система є прикладом успішної цифровізації у сфері державного управління.

2. Фінансові технології: Україна також активно розвиває фінансові технології, які дозволяють людям та компаніям здійснювати банківські операції та електронні платежі в онлайн-режимі. Наприклад, сервіси такі як LiqPay, Monobank та Privat24 є успішними українськими стартапами, які забезпечують електронний доступ до фінансових послуг.

3. Медична сфера: Українська медична сфера також використовує цифрові технології для поліпшення якості та доступності медичних послуг. Наприклад, Helsi — медична інформаційна система для закладів охорони здоров'я та медичний портал для пацієнтів в Україні. Медична інформаційна система автоматизує роботу закладу охорони здоров'я, лікаря, лабораторії, стаціонару, ведення електронних медичних карток.

4. Розробка програмного забезпечення: Українські компанії також активно розробляють програмне забезпечення для різних галузей, включаючи фінанси, логістику, медицину та багато іншого. Вони допомагають бізнесам збільшувати продуктивність та ефективність, а також знижувати витрати на робочу силу.

По-третє, в Україні є велика кількість кваліфікованих ІТ-спеціалістів, які забезпечують розвиток галузі. Багато українських програмістів працюють на міжнародні компанії та розробляють продукти для світового ринку. Дослідження Ernst & Young в Україні «Найкращий роботодавець» підтверджують, що ІТ вже п'ять років поспіль є найпривабливішою галуззю для студентів та професіоналів із суттєвим відривом від інших галузей, таких як FMCG та роздрібна торгівля [3].

Загалом, розвиток цифрової економіки в Україні має потужний потенціал, і очікується, що вона буде далі швидко розвиватись, сприяючи економічному зростанню та підвищенню рівня життя населення. Щодо переваг та недоліків. З одного боку вони можуть створювати нові бізнес-моделі та ринки, які були недоступні раніше, наприклад, платформи електронної комерції та соціальні мережі, мають потенціал вирішувати соціальні та екологічні проблеми, такі як зменшення викидів в атмосферу та ефективне використання енергії для сталого розвитку, а з іншого боку - виклики, такі як збільшення кількості кібератак та крадіжок особистих даних, а також вплив на зайнятість шляхом автоматизації робіт та скорочення робочих місць.

Впровадження цифрових технологій дозволяє автоматизувати більшість процесів, що раніше вимагали праці людей. Це дозволяє збільшити продуктивність та ефективність бізнесу. Наприклад, використання інтернету речей (IoT) дозволяє збільшити ефективність виробництва та скоротити час, що потрібен для виробництва продукту.

Зниження витрат – це ще одна перевага цифровізації економіки. Впровадження цифрових технологій дозволяє зменшити витрати на оплату праці та матеріалів. Наприклад, використання програмного забезпечення вирішує деякі проблеми виробництва, що забезпечує зниження витрат на матеріали.

Покращення якості продуктів і послуг - також важлива перевага цифровізації економіки. Впровадження цифрових технологій дозволяє більш точно визначити потреби та бажання клієнтів та швидко на них реагувати. Це дозволяє покращити якість продуктів та

послуг та підвищити задоволеність клієнтів.

Кібербезпека є насправді одним з найбільших викликів, що виникають під час цифровізації економіки. З поширенням цифрових технологій та зростанням кількості цифрових даних збільшується й ризик кібератак та крадіжки даних. Кібербезпека стає важливим питанням для компаній, урядів та громадян. Крім того, приватність даних стає все більш важливим питанням, оскільки компанії мають доступ до великої кількості особистих даних, що потребує введення строгих правил та законів для їх захисту.

Отже, цифровізація економіки - це важливий напрямок інноваційного розвитку, який дозволяє компаніям збільшувати продуктивність та ефективність, зменшувати витрати та підвищувати якість продуктів і послуг. Однак, разом з перевагами цифрової трансформації економіки, існують виклики, які потребують вирішення, такі як кібербезпека та приватність даних.

Список використаних джерел:

1. 15 українських стартапів будуть представлені на Startup Grind Global у Кремнієвій долині. URL: <https://telegra.ph/15-ukrainskih-startap%D1%96v-budut-predstavlen%D1%96-na-Startup-Grind-Global-u-Kremn%D1%96yev%D1%96j-dolin%D1%96-03-22>
2. Вітковський Ю. П., Дудник О. В., Кравчук О. В. Управління формуванням інвестиційного потенціалу підприємств. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. № 3. С. 310 – 316. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2022/07/ujae_2021_r03.pdf#page=310
3. У яких компаніях і на яких ринках хочуть працювати українці. Дослідження Ernst & Young в Україні. URL: <https://forbes.ua/company/u-yakikh-kompaniyakh-i-na-yakikh-rinkakh-khochut-pratsyuvati-ukrainsi-doslidzhennya-ernst-amp-young-v-ukraini-02032023-12117>
4. Ус Г.О., Коваль О.О. Цифрова економіка, її розвиток та економічна характеристика. URL: <https://suem.edu.ua/sites/default/files/2021-12/cifrova-ekonomika-ii-rozvitok-ta-ekonomichna-kharakteristika.pdf>

УДК: 339.923

ЦИФРОВІЗАЦІЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО ВИРОБНИЦТВА, ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ

Яна Побідьонна

pobidenna20@gmail.com

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: доцент, канд. екон. наук Вікторія Гмиря*

Основним стратегічним завданням національної економіки є забезпечення продовольчої безпеки, при цьому провідну роль відіграє агропродовольчий сектор, оскільки одну з найбільших часток споживчого кошика громадян займає сільськогосподарська продукція та продукти її переробки. Рівень розвитку, досягнутий у цьому секторі економіки, значно нижчий за потенційний, що спричиняє дисбаланс у цьому сегменті ринку. Механізм розвитку цього сегменту національного ринку є складним і багатограним, що принципово пов'язано із самою структурою агропродовольчої галузі та її взаємовідносинами з суміжними ринками.

Крім того, на цю систему суттєво впливає глобалізація економіки, яка, з одного боку, стимулює впливає на розширення меж агропродовольчого ринку, збільшення виробництва, підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та

створення конкурентні переваги.

З іншого боку, глобалізація може мати негативний вплив на цю сферу, змушуючи національних виробників залишати свої традиційні сфери бізнесу. Розвиток агропродовольчого ринку набуває нових контурів під впливом сталості зовнішнього середовища і, зокрема, глобалізації. Таким чином, існує необхідність подальших досліджень у цьому напрямку. Ринок сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки можна розглядати з різних сторін, у тому числі і у напрямку цифровізації. [1]

Цифровізація агропромислового виробництва є важливою складовою сталого розвитку галузі. Вона передбачає впровадження сучасних технологій, таких як IoT, AI, Big Data та робототехніка, для оптимізації виробничих процесів, підвищення продуктивності та забезпечення збалансованого використання природних ресурсів. [1]

Цифровізація агропромислового виробництва стає ключовим фактором сталого розвитку галузі, оскільки вона допомагає оптимізувати процеси, підвищити продуктивність, зменшити витрати та забезпечити більш ефективне використання ресурсів.

Основні аспекти цифровізації включають:

1. Використання сучасних технологій, таких як дрони, супутникове землеробство, сенсори, автономні машини та роботизоване обладнання, може значно покращити ефективність агропромислового виробництва.

2. Застосування прецизійного землеробства дозволяє оптимізувати використання добрив, насіння та пестицидів, забезпечуючи більш сталий розвиток сільського господарства.

3. Збір та аналіз великих обсягів даних про урожайність, погоду, забрудненість повітря та інші фактори допомагає аграріям приймати кращі рішення та забезпечувати більш сталий розвиток галузі.

4. Використання блокчейн технологій у ланцюгах поставок допомагає підвищити прозорість, забезпечити безпеку продуктів та відслідковувати походження продуктів від виробника до споживача.

5. Розвиток електронної комерції у сільському господарстві дозволяє виробникам безпосередньо продавати свої товари споживачам, знижуючи витрати та покращуючи ефективність ринку.

6. Застосування інноваційних технологій, таких як системи крапельного зрошення, вертикальне землеробство та біотехнології, може сприяти збереженню води, землі та енергії, а також підвищити продуктивність агропромислового виробництва.

7. Використання сонячних панелей, вітрогенераторів та інших відновлюваних джерел енергії на фермах може зменшити використання вуглеводнів та сприяти сталому розвитку галузі.

8. Впровадження органічного землеробства, агроекологічних підходів та біорізноманіття може підвищити стійкість агропромислового виробництва до кліматичних змін та забезпечити сталий розвиток галузі.

9. Освіта та навчання фахівців у галузі цифрових технологій, агрономії та біотехнологій може сприяти розвитку агропромислового виробництва та його сталому розвитку.

10. Активне сприяння держави у розвитку та впровадженні цифрових технологій у агропромисловому виробництві, фінансова підтримка аграрних підприємств та сприяння міжнародному співробітництву може сприяти сталому розвитку галузі. . [2]

Цифровізація агропромислового виробництва сприяє сталому розвитку галузі шляхом використання сучасних технологій. IoT, AI, Big Data та робототехніка дозволяють забезпечити ефективніше використання ресурсів, підвищення продуктивності та краще контролювати виробничі процеси. Ці технології допомагають зменшити витрати на добрива та пестициди, забезпечити оптимальні умови росту для культур, відстежувати стан рослин та ґрунту в реальному часі, а також контролювати та автоматизувати роботу сільськогосподарської техніки. Крім того, цифрові системи управління ланцюгами

постачання та логістики дозволяють оптимізувати роботу агропромислового комплексу, зменшуючи витрати на перевезення продукції та забезпечуючи своєчасне постачання на ринок.

Отже, цифровізація агропромислового виробництва відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку галузі, що відповідає екологічним, економічним та соціальним вимогам сучасного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Стратегічні напрями цифровізації АПК України. URL: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/760/734>
2. Цифровізація національного агропромислового комплексу: нові виклики, реалії та перспективи. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3929/3730>
3. АПК-інформ України. URL: <https://www.apk-inform.com/uk>

УДК 338.2:65.01

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Максим Сушич

rost8863@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: викладач Світлана Харченко

Інтернет змінює звичні моделі організації життя. Практично все, що ми робимо сьогодні, в 1990-х роках не робилось взагалі, або робилось по-іншому. Інтернет «перевернув» спосіб ведення бізнесу. Цифрова трансформація принесла в життя компаній множинність змін. В основі цифрових трансформацій лежать світові цифрові тренди, серед потреб і викликів яких на період 2020-2030 років є: штучний інтелект, технології імплантів, робототехніка, блокчейн та кріптовалюти, 3Д-друк, розподілені обчислення, самокеровані машини, економіка спільного користування, нові технології в енергетиці [1]. Цифровізація є важливою статтею стратегії майбутнього розвитку, а цифрові технології - джерелом отримання конкурентних переваг: управління компанією та розвиток кадрів; прийняття рішень, планування та творчі задачі; взаємодія; роботизація; збір даних та обробка.

Цифровізація – це перехід в програмне середовище, тобто компанія певної індустрії стає цифровою компанією, яка виробляє і використовує ноу-хау в програмному забезпеченні. Програмне забезпечення здатне швидко перетворити одну бізнес-модель в іншу та кардинально по-іншому вибудувати конкуренцію в галузі. Значна частка найбільш дорогих компаній світу – це інтернет-компанії, які без інтернету не мають жодного сенсу. Прикладом є компанія Amazon та сотні підприємств - мільярдні менші компанії та десятки тисяч діджитал-агентств та інтернет-провайдерів. Якщо прибрати з Амазону хмарні сервіси, залишиться лише електронна комерція (власні продажі Амазону та його маркетплейс). В області електронної комерції Amazon безсумнівний лідер з великим відривом від інших. На його частку припадає близько 40% всіх онлайн-продажів в США, на другому місці Walmart лише 6%. Не дивлячись на безсумнівне лідерство в електронній комерції, без хмарних сервісів операційний прибуток Amazon був би досить скромним. Електронна комерція зростає, і популярною формою бізнесу є відкриття інтернет-магазину. Однак, як показує приклад Amazon, більш вигідним є створення платформ та інструментів для інтернет-магазинів.

Серед ознак цифрової компанії на сьогодні є:

- *прийняття рішень*: в режимі реального часу, швидше, якісніше і дешевше, ніж всі можливі конкуренти; на основі даних з першоджерел; використовується вся повнота зовнішніх та внутрішніх даних з використанням провідних моделей машинного навчання; безкінечне тестування А/В-тестів; на основі поведінкових моделей;

- *персоналізація пропозицій*: з глибокою персоналізацією даних; через будь-які зручні для клієнта канали, в зручний час, місце; з конверсією в продажі краще ніж конкурентів; з мінімумом витрат і знижок, тобто з максимізацією прибутку;

- *цифрова платформа, що дає*: можливість масштабування, швидше ніж у конкурентів; безшовне налаштування процесів без кодування; виведення на ринок нових продуктів, включаючи продукти, створені іншими компаніями, коли ви можете швидко інтегрувати чужі продукти; гарантії конфіденційності критичних даних.

Розрізняють кілька типів цифрових платформ: бізнес-модель, інфраструктурна чи інструментальна платформа. Цифрові бізнес-моделі – це бізнес-моделі, в основі яких лежать цифрові технології. Якщо порівнювати, що має найбільший ефект для компанії в порівнянні з створенням сучасного продукту та цифровізацією бізнес-процесів, за дослідженням компанії BCG - більший ефект дає саме зміна бізнес-моделі. Це підтверджується і результатами досліджень разом з IBM, яке показало, що компанії-лідери оновлюють свою бізнес-модель в два рази частіше, чим компанії-послідовники. За дослідженням KPMG (2019 рік) найбільш руйнівною бізнес-моделлю визнана електронна комерція. За прогнозами компанії, глобальні витрати на електронну комерцію зростуть до \$6,5 трлн в 2023 році. На другому місці, соціальні мережі, які намагаються захопити все більшу частку уваги споживачів за допомогою нових пропозицій, таких як ексклюзивний і оригінальний контент, спортивні події в режимі онлайн, доповнена/віртуальна реальність і багато іншого.

Отже, бізнес-модель – це:

- компактне спрощене уявлення про бізнес, спрощений підхід, який дозволяє отримати загальну стратегічну картину бізнесу;

- спосіб візуального представлення основних базових елементів, які розкривають логіку обраною компанією способу отримання прибутку, базові елементи бізнес-плану як цілісна система.

- стратегія, яка точно, наочно та доступно описує компанію і процеси, які вона генерує.

Бізнес-модель описує процес створення, постачання та привласнення цінності [2].

Для технологічних корпорацій важливо формулювати ціннісну пропозицію – системно тестувати і запускати на ринок нові продукти. Відсутність цінності веде до необхідності конкурувати за ціною, а також обмежує можливості масштабування. Цінність має бути оцифрована, тобто компанія має розуміти яку вигоду вона отримає від певного продукту чи послуги. Для компаній, які продають фізичні продукти, оцифровування – один з способів поступового переходу в світ цифри. Оцифровування продуктів може запустити цифрову трансформацію бізнесу. І один з самих простих способів оцифровування – це інтеграція різних типів датчиків та сенсорів в аналогові продукти, які вже продаються.

Приклади оцифровування продуктів можна знайти як у важкій промисловості, так і в споживчому сегменті (наприклад, преміум-бренд спортивного одягу, - натискання на логотип дозволяє отримати інформацію про можливі проблеми зі здоров'ям за рахунок аналізу даних). Ще одним з прикладів оцифровування аналогового бізнесу є оцифровування готельного сегменту: готелі, ресторани, супутні послуги, замовлення білетів, рекомендаційний сервіс, бонусні програми. Деякі страхові компанії пропонують вигідні тарифи автостраховання при встановленні додаткового блоку, що контролює режими використання автомобіля і відповідно знижує ризики страхування.

Інтернет поступово витісняє традиційні канали та стає основним каналом інформування, і, при цьому, впливає на інші канали доставки цінності до клієнтів. Інтернет дає такі нові інструменти інформування як реклама в соцмережах, реклама в пошукових

системах, email компанії, реклама в мобільних додатках і на web-сайтах. Також компанії активно використовують рекламу через блогерів і розміщення в онлайн медіа.

Якщо говорити про оцінку ціннісної пропозиції і продажу, то тут відбувається вдосконалення інструментарію за рахунок технологій. Якщо раніше основним ресурсом була людина, то зараз ми спостерігаємо активне залучення роботів та появу інструментарію для допомоги підприємцям (інтернет-платформи). В якості інструментів для продавців, можна навести, як приклади, сервіси переговорів, сервіси для трекінгу, сервіси для управління відносин з покупцями, сервіси для бізнес-аналітики та аналізу документів. Один з нових інструментів продажів – онлайн-спільноти, коли робота з спільнотою забезпечує розвиток продукту. Поява і розвиток інтернету кардинально змінює канали. Якщо раніше це були торгові агенти, магазини, гуртові, то сьогодні інтернет витісняє всіх цих посередників, виводячи виробника напряму на покупця.

Можна сказати, що цифровізація не принесла нові моделі монетизації, скоріше традиційні моделі монетизації отримали нове життя за рахунок застосування цифрових технологій.

На даний час відбувається активний перехід від лінійних бізнес-моделей до платформених. Прикладами лінійних цифрових бізнес-моделей є: почни користуватись безкоштовно; довгий хвіст; бритва і лезо; краудфандінг (колективне фінансування «вкладчину»); ти мені – я тобі (без посередників); оренда замість купівлі; підписка; самообслуговування; двосторонній ринок; айкідо (диференціація). Цифрова платформа як бізнес-модель забезпечена високими технологіями, створює цінність, полегшуючи обміни між двома або більше групами учасників. Платформенна компанія є результатом в ланцюжку розвитку - від виробничої компанії, сервісної та виробника програмного забезпечення і передбачає створення платформи та заробіток на кожній транзакції між постачальниками і споживачами [3]. Цифрова платформа як бізнес-модель зводить напряму виробників і кінцевих споживачів, що отримують можливість взаємодії без посередників. Також вона дає можливість різним компаніям ділитись інформацією і таким чином суттєво покращувати співробітництво і створювати інноваційні продукти чи послуги.

За оцінками McKinsey через 10 років 30% світової економічної активності буде створюватись платформеними і екосистемними бізнес-моделями [4]. Тим не менше, тільки 3% існуючих компаній використовують дані моделі. Одна з характеристик цифрової трансформації – це створення колаборації між різними організаціями, а відповідно ми спостерігаємо об'єднання різних цифрових платформ і створення ними єдиної екосистеми. В результаті такого об'єднання ми отримуємо екосистемну бізнес-модель чи цифрову екосистему. Вона включає набір власних та партнерських сервісів, які об'єднуються навколо однієї компанії. Платформи всередині цієї екосистеми об'єднуються єдиною системою управління даними в цифровому вигляді, забезпечуючи зв'язаність і синергію.

Список використаних джерел:

1. Амелін А., Фіщук В., Лаврик Я., Юрчак О., Чернів Є., Матюшко В. Український інститут майбутнього. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://hvylyu.net/analytics/economics/ukraine-2030e-kraina-z-rozvinutoju-cifrovoju-ekonomikoj.html>.
2. Звіт Глобального центру з цифрової трансформації бізнесу: Digital Vortex. How Digital Disruption Is Redefining Industries. Режим доступу: <https://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/collateral/industry-solutions/digitalvortex-report.pdf>
3. Shalmo D., Christopher A. W., Boardman L. Digital transformation of bussines models – best practice, enablers and roadmap. International Journal of Innovation Management. 2017. Vol. 21 (08). P. 1–17. doi: <http://dx.doi.org/10.1142/S136391961740014X>.

4. Звіт McKinsey & Company *Value creation in the metaverse*. The real business of the virtual world. June 14, 2022. Режим доступу: https://www.mckinsey.com/~/_/media/mckinsey/business%20functions/marketing%20and%20sales/our%20insights/value%20creation%20in%20the%20metaverse/Value-creation-in-the-metaverse.pdf

УДК: 658.1

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ З УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ІТ ПІДПРИЄМСТВА

Ігор Шафоренко

igor.shaforenko@gmail.com

аспірант кафедри туризму

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В умовах швидких змін зовнішньої середовища організація повинна, для збереження сталого розвитку, планувати можливі зміни свого життєвого циклу. Процес планування, по суті, є послідовністю управлінських рішень, кожне з яких має бути спрямоване на досягнення поставлених цілей з мінімальними витратами ресурсів організації.

Управлінські рішення включені як необхідний компонент в реалізацію всіх функцій управління. Вони є своєрідним механізмом їх здійснення. Положення про ключову роль управлінських рішень у системі управління організацією узгоджується з визначенням управління як сукупності системоутворюючих компонентів, спрямованих на реалізацію управлінських технологій, кінцевим результатом яких за ступенем дослідження інформації є процес прийняття управлінських рішень. Управлінські рішення є механізмом реалізації технології управління, виступають способом впливу керуючої підсистеми моделі управління організацією на керовану підсистему [1].

Поняття «управлінське рішення» має багатогранний характер, оскільки прийняття рішень в організації характеризується як [2]:

- свідомо й цілеспрямована діяльність, здійснювана людиною;
- поведінка, заснована на фактах та ціннісних орієнтаціях;
- процес взаємодії членів організації;
- вибір альтернатив в рамках соціального та політичного стану організаційного середовища;
- частина загального процесу управління;
- обов'язкова частина щоденної роботи менеджера;
- основа виконання всіх інших функцій управління.

В економічній літературі розглядаються найрізноманітніші аспекти управлінських рішень, пропонуються їх різноманітні класифікації, що переслідують різні цілі. Аналіз класифікаційних ознак управлінських рішень, пропонованих в економічній літературі, дає змогу зробити висновок, що класифікаційні ознаки не є вичерпними, спостерігається їх різноманітність, іноді зустрічається невідповідність змісту виділених управлінських рішень їх класифікаційними ознаками. Крім того, пропоновані класифікації управлінських рішень, вимагають доповнення, оскільки не відображають усі аспекти моделі управління організацією. Необхідність доповнення класифікації управлінських рішень обумовлена диференціюванням рішень, удосконаленням методів їх прийняття, розширенням кордонів практичного застосування. Складність та різноманіття управлінських рішень не тільки передбачає розвиток теорії та практики управління різними критеріями класифікації рішень, але й вимагає його на сучасному етапі. Додатково до класифікації управлінських рішень деякими вченими було пропонуємо ввести такі класифікаційні ознаки та виділити відповідні управлінські рішення [2]:

- за механізмом виникнення: креативні; логічні;
- за можливістю використання в різних сферах: універсальні; обмежені;
- за ступенем необхідності прийняття: екстрені; необхідні; бажані;
- за ступенем готовності: розроблені; розроблювані; ті, що готуються до розроблення;
- за ознакою схвалення керівництвом: затверджені; відхилені;
- за сегментами діяльності організації: а) виробництво, маркетинг, фінанси, персонал, інновації; б) постачання, виробництво, фінанси, збут; в) операційна діяльність, інвестиційна діяльність, фінансова діяльність; г) основна діяльність, фінансова діяльність, інша діяльність.

Слід зазначити, що в поточній виробничій діяльності конкретний керівник, який відповідає за певну ділянку робіт, може не тільки приймати рішення, а й сам втілювати його в життя та контролювати наслідки. Рішення, що приймаються, характеризуються тим, що їх вибір і реалізація покладаються на різні елементи єдиної і, як правило, досить складної системи. Одним із найважливіших атрибутів складної системи є наявність цілеспрямованої поведінки. У процесі досягнення мети система, так чи інакше, взаємодіє із зовнішнім середовищем, яке може бути «дружнім», «ворожим», або нейтральним [3]. Очевидно, що чим складніша система і чим складніше її взаємодія з середовищем, тим більше існує альтернативних варіантів рішення і тим складніше вибрати найбільш прийнятний (оптимальний) з них. І тому, по-перше, необхідно оцінити якість всіх можливих способів досягнення мети і, по-друге, вибрати їх найкращий з погляду інтересів системи (чи, по крайнього заходу, одне із придатних). В основі теорії прийняття рішення лежить дослідження операцій. Під операцією в даному випадку розуміється певний етап процесу, що передбачає досягнення підприємством проміжних чи остаточних стратегічних цілей. Дослідження операції в ІТ-сфері полягає в оцінці та порівнянні можливих способів її проведення з урахуванням наявних обмежень в умовах відкритої взаємодії ІТ підприємства із мінливим зовнішнім середовищем. Обмеження, як правило, пов'язані з тимчасовими, матеріальними, людськими або іншими видами ресурсів, які знаходяться у розпорядженні оперуючої сторони (суб'єкта операції). Таким чином, спосіб проведення операції визначається стратегією використання наявних ресурсів. Стратегії, що задовольняють накладеним обмеженням, називаються зазвичай допустимими. Причому саме поняття «допустима стратегія» не є абсолютним, а відносним, тобто безліч допустимих змінних стратегій, у разі якщо зміняться обмеження (наприклад, доступні ресурси) чи інші параметри моделі прийняття рішень.

Реалізація тієї чи іншої допустимої стратегії призводить до різних результатів операції. Якість проведення операції, її ефективність оцінюється з позицій особи, яка приймає рішення (ОПР). У ролі ОПР не завжди виступає конкретна людина певної спеціальності. Під цим терміном в теорії прийняття рішень розуміється будь-який керуючий орган, персональний чи колегіальний, має біологічне чи технічне втілення. У цьому сенсі оцінка якості проведення операції завжди є суб'єктивною. Проте для отримання такої оцінки мають використовуватися об'єктивні методи [4]. Залежно від того, які саме аспекти запланованої операції цікавлять ОПР насамперед, список аргументів може змінюватися. Наприклад, якщо ефективність операції не залежить від її тривалості, то фактор часу може не братись до уваги. І навпаки, фактори, найбільш суттєві з погляду ОПР, мають бути деталізовані. Зокрема, витрати на проведення операції можуть бути представлені у вигляді вектора, кожна компонента якого відповідає певному типу ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Лисенко В.В., Кондратюк Н.В., Пронська В.В. Управлінські рішення як ключовий компонент моделі управління організацією. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 32. URL: <http://www.market-infr.od.ua> > 32_2019_ukr
2. Накрийко А., Кужада Т. Дослідження технології прийняття та реалізації управлінських рішень на підприємстві. *Інноваційний розвиток: стратегічний погляд у*

майбутнє: матеріали шостої Всеукраїнської науково-практичної конференції, ТНТУ імені Івана Пулюя (Тернопіль, 6 квітня 2017 року). Тернопіль : ТНТУ, 2017. С. 41–42.

3. Огієнко С., Лучкін К. Контролювання реалізації управлінських рішень на торговельному підприємстві. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва. 2015. №3 (1). С. 55-60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2015_3%281%29_13

4. Ткачук В. Розвиток інноваційних процесів управління у сучасних умовах господарювання. Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. *Економічні науки* 2012. Вип. 6. С. 179-182. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkrpuen_2012_6_44

УДК: 331.108.26

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ З ВИКОРИСТАННЯМ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Святослав Шафоренко

svyatoslav.shaforenko@gmail.com

аспірант кафедри туризму

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Питання ефективного управління персоналом актуальні для всіх компаній, у тому числі у сфері ІТ, оскільки під час їхньої діяльності доводиться долати вагомі організаційні, психологічні та соціальні проблеми. Глобалізація, зміна споживчої поведінки, перехід до цифрової економіки є основними тенденціями сучасності, що призводить до необхідності пошуку нових конкурентних моделей управління організаціями. Розвиток цифрових технологій, інтегрованих зі стратегією управління людськими ресурсами, стає ключовою умовою забезпечення трансформації бізнесу від традиційної до технологічної компанії [1].

В теперішній час більшість компаній веде проектно-орієнтовану діяльність й особливо це стосується ІТ-сфери, що у свою чергу накладає свої особливості в управлінні персоналом. Управління персоналом в ІТ-сфері ключовий аспект діяльності, від того як цей процес поставлено залежить ефективність проектів, що виконуються, та діяльність компанії в цілому. З ростом компанії питання підбору персоналу для проектів та злагодженість їх праці стає все більш актуальніше і їх вирішенням займається окремий підрозділ – Human Resource (HR) відділ. Важливість процесу управління персоналом призводить до того, що більшість компаній ІТ сфери інтегрують рекрутинг до бізнес-процесів. З метою підвищення ефективності роботи фахівців HR-відділів використовують відповідні інформаційні системи, які автоматизують накопичення та обробку кадрової інформації. При таких умовах необхідна розробка методичних рекомендації щодо побудови комунікаційної складової в управлінні проектами як головного чинника успіху роботи в ІТ-проектах [2]. Застосування цифрових технологій – це насамперед певного роду філософія компаній, які коригують свої стратегічні завдання, ґрунтуючись на спостереженнях за цифровим та комунікаційним середовищем, підлаштовуючись під мінливі запити споживачів. Впровадження цифрових технологій у сферу управління людськими ресурсами є необхідністю сьогоdnішнього дня, оскільки менеджерам з персоналу необхідно оперативно розділяти завдання на процеси, оцінювати ризики, досягати видимих результатів, підвищуючи ефективність своєї діяльності [3]. При вивченні широкого спектру послуг та можливостей сучасного ринку виділені такі ключові тенденції у сфері підбору персоналу: 1. HR-брендинг – позиціонування роботодавця над ринком. 2. HR Digital – перехід рекрутингу до цифрового середовища. 3. Design thinking – когнітивний вибір персоналу.

1. HR-брендинг є одним із провідних трендів на сучасному ринку і стає ключовою

умовою успішного рекрутингу, у зв'язку з чим основний акцент зміщується на роботу з персоналом та способи брендування. Відгуки співробітників про діяльність організації у громадських колах, а також рівень кваліфікації та репутації надають істотний вплив на формування бренду роботодавця. Залежно від поставленої мети, роботодавець може вибудовувати свій бренд, використовуючи функціонал різних каналів брендування. HR-бренд – це позитивний імідж роботодавця на ринку праці. Він складається із зовнішнього та внутрішнього бренду. Якщо внутрішній не відповідає зовнішньому, то жодні рекламні кампанії не зможуть допомогти у залученні кандидатів. Багато хто стверджує, що сильні бренди залучають сильні таланти, але сильні бренди також створюються завдяки сильним талантам. Яскравий приклад: Facebook, Google, Apple. Про їхні офіси та умови праці ходять легенди. Здобувачі, як і майбутні клієнти компанії оцінюють її, перш ніж розпочати співпрацю. Якість виконаної роботи, стиль проведення співбесід, спілкування з претендентами - все потрапляє під приціл. Якщо оцінки не високі, то й шанси компанії отримати себе в команду талановитого фахівця знижуються. Що робити? Подивитися на свій HR-бренд очима претендента. Ви здивуєтеся, однак, HR-бренд є у кожній компанії. А те, яким він є, безпосередньо залежить від HR-менеджера та керівництва. Внутрішній бренд компанії звернений до її співробітників. Організації, що відповідально підходять до брендингу зсередини, створюють міцну основу свого успіху. Щоб завоювати любов команди, вже недостатньо вчасно платити зарплату і періодично преміювати персонал. Необхідно створити благодатний ґрунт для зростання та розвитку співробітників компанії. Мало хто захоче змінити роботу, якщо до його думки прислухаються, допомагають втілювати ідеї, а також сприяють розвитку професійних та особистісних навичок. Крім того, працівникам необхідно транслиувати місію компанії, її цінності та показувати, що тільки разом з ними вони є реалізованими. HR-бренд дозволяє: розширити можливості пошуку та найму; отримати адвокатів бренду; відбудуватися від конкурентів; виділитись на ринку; збільшити лояльність клієнтів та розширити клієнтську базу.

2. HR Digital - це найпопулярніший ринковий тренд в даний час, на який ми хочемо звернути особливу увагу. Найбільш перспективним напрямом управління процесом підбору персоналу є застосування штучного інтелекту та роботизація [4]. У сфері підбору персоналу поряд з роботами велику популярність набули чат-боти, які дозволяють оптимізувати перевірку резюме, дають здобувачам інформацію про компанію, допомагають проводити відеоінтерв'ю. Процес відбору претендентів стає максимально прозорим: вплив суб'єктивності та людського фактора знижується, а кандидат відразу отримує зворотний зв'язок щодо подальших дій, оскільки чат-бот автоматично оцінює, підходить він чи ні. Менеджеру з персоналу потрібно лише організувати співбесіди з кандидатами, які успішно пройшли первинний відбір. Інтегрувати чат-бот можна практично повсюдно: у вакансії на сайтах для пошуку роботи, email-листах, смс-розсилках, рекламних банерах, соціальних мережах і месенджерах, включаючи Telegram, Viber, WhatsApp, Facebook, які відіграють важливу роль у залучення молодих фахівців, оскільки для них це найбільш зручна джерела інформації та спосіб комунікації. На світовому ринку найбільш відомі роботи таких розробників технологій, як Mya, Wade&Wendy і TalkPush. Автоматизація бізнес-процесів дозволить HR-фахівцям сфокусуватися на завданнях з управління персоналом, пошуку талантів для вищих позицій, проведення тренінгів та програм мотивації персоналу, а не на тому, щоб відібрати сотні кандидатур для закриття масових вакансій. Безперечними плюсами автоматизації є можливість займатися пошуком та відбором кандидатів дистанційно, для претендентів – проходити онлайн-інтерв'ю та тестування у зручний час, для менеджерів з персоналу – переглядати записи співбесід та результати тестів. Такі технології суттєво скорочують тимчасові витрати та створюють комфортні умови як для рекрутерів, так і для претендентів. Дистанційна робота з кандидатами особливо актуальна та затребувана при роботі з регіонами.

3. Design Thinking, або когнітивний підбір, можна визначити як маловивчений, але

водночас найважливіший сучасний тренд у сфері підбору персоналу. Все більшу актуальність як канал пошуку набувають альтернативні способи залучення кандидатів. Безкоштовні семінари, ігри (у тому числі проведені в режимі онлайн), тематичні зустрічі, реферальні програми всередині компаній, хакатони для ІТ-фахівців – усі ці види діяльності покликані продемонструвати кандидатам на вакантні посади, що роботодавця насамперед цікавлять їх особисті якості, а не тільки рядки в резюме. Завдяки такому підходу процес взаємодії з претендентами стає більш персоніфікованим і привабливим для них. Одне з основних завдань фахівців HR-відділів це забезпечення компанії фахівцями відповідно до виставлених вимог щодо знань, компетенцій вмінь та досвіду. В умовах мінливості зовнішнього середовища та стрімкого розвитку технології, особливо в ІТ сфері, на передній план виходить питання актуальності отриманих знань сучасним вимогам ринку. Як вже зазначалось, у сфері ІТ існує брак досвідчених фахівців в силу молодості галузі. Тому доцільним буде в ІТ компаніях проводити стажування молодих фахівців. Це надає ряд переваг для майбутніх проектів: визначити реальні здібності кандидатів, їх знання та працездатність; ознайомити з сучасними трендами у сфері; надати можливість долучитися до роботи в реальних проектах; ознайомитися з компанією, особливостями її проектів, що заощадить час при залученні в наступні проекти; отримати креативні, свіжі погляди на реалізацію деяких задач, які стоять перед компанією [5].

Великий вибір цифрових технологій відкриває HR-фахівцям абсолютно нові можливості для оптимізації процесу підбору персоналу, раціонального використання людських та фінансових ресурсів. При цьому, серед безлічі інструментів дуже важливо підібрати найбільш відповідні для вирішення стратегічних і тактичних завдань, що стоять перед компанією. Сучасні умови діяльності більшості підприємств вимагають, щоб підбір персоналу здійснювався цілеорієнтовано та оперативно, враховувалися не лише конкретні посадові обов'язки та вимоги робочого місця, а й можливості професійного розвитку співробітника, його компетенцій [4]. Такий багатофакторний підхід до підбору персоналу здійснимо лише за умови інтенсивного застосування цифрових технологій. Саме їх використання створює в організаціях передумови для багаторазового підвищення результативності роботи відділів персоналу та забезпечує технологічно грамотне здійснення управлінської діяльності та функціонування підприємства в цілому. Соціальні медіа є універсальним інструментом для вибудовування HR-бренду організації завдяки своїй доступності на величезній кількості пристроїв та різноманітності соціальних мереж, а також відсутності обмежень за кількістю публікацій вакансій у відкритих цільових групах. Сайти для пошуку роботи все більше користуються популярністю завдяки залученню цільової аудиторії та забезпеченню необхідних відгуків. Однак поступово вони відходять на другий план у зв'язку зі зміщенням ринкових пріоритетів на користь реферального та соціального рекрутингу. Тим не менш, цей канал також активно застосовується роботодавцями для формування HR-бренду. Такі заходи, як нестандартний підхід до змісту вакансій, їхня брендингова подача з акцентом на маркетингу та рекламі, незважаючи на високу конкуренцію серед однотипних вакансій, дозволяють роботодавцям створити унікальну та привабливу для кандидатів пропозицію із застосуванням сучасних віртуальних та цифрових технологій [3]. Діджиталізація бізнес-середовища це сучасний тренд, який останнім часом набуває характеру єдиного цифрового простору [2]. Одночасно стандарти соціальної відповідальності бізнесу впливають на визначення нових підходів до діяльності ІТ-компаній в контексті розвитку цифрового суспільства та цифрової економіки. Тому ІТ-фахівці та ІТ-проекти завжди потрібні як компаніям – розробникам, так і бізнес-структурам. Розробка соціально значущих ІТ-проектів вимагає від розробників залучення кваліфікованих ІТ-фахівців, дотримання норм трудового законодавства, використання нових, нестандартних підходів до мотивації робітників, базуючись на нових формах соціальної відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Журан О.А., Філатова Т.В., Чернишов О.О. Модель формування сучасних компетенцій ІТ-фахівців. *Інформатика та математичні методи в моделюванні*. 2019. № 9(3). С. 195–202. DOI: <https://doi.org/10.15276/imms.v9.no3.195>
2. Лінгур Л.М. Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу в умовах діджиталізації економіки : автореф. дис. канд. екон. наук. Одеса, 2021.
3. Гавриш О.А. Управління персоналом сучасної організації. Київ : НТУУ «КПІ», 2015.
4. Болквадзе Н., Гетьман Т. Сучасні методи мотивації персоналу ІТ-компанії. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. № 22. С. 72-83.
5. Журан О.А., Лінгур Л. М., Філатова Т.В. Особливості управління персоналом в ІТ-сфері на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка та суспільство*. Випуск № 30 / 2021. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-26>

УДК 336.22:336.228:330

ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ В СЕРЕДОВИЩІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Леся Барабаш

lbarabash1705@ukr.net

Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Україна

Креативна економіка є новою реальністю світового фінансово-економічного середовища. А в Україні повоєнного часу вона стане однією з вирішальних складових. Термін «креативна економіка» виник близько 20 років тому та став свідченням інноваційного виду економічної діяльності, що поєднав такі, які мають глибоке історичне коріння, а також новітні технічні та технологічні тенденції підприємницької активності епохи цифрових технологій. До перших відносять культурно-мистецьку сферу, а от інші пов'язані з сучасними сферами діяльності, у яких чітко прослідковується творчий підхід до одержання економічних вигод. Тож наразі, згідно Creative Industries – Mapping Document 1998, до категорії «креативна економіка» відносять 13 сфер діяльності: реклама, архітектура, ринок мистецтва та антикваріату, ремесла, дизайн, дизайнерська мода, кіно, програмне забезпечення для інтерактивного дозвілля, музика, виконавське мистецтво, видавництво, програмне забезпечення, телебачення та радіо [1].

У 2018 році статистичні дані ООН засвідчили, що креативні індустрії забезпечили створення понад 6% світового ВВП, при цьому в Україні аналогічний показник сягав 7,5% ВВП. До того ж на них припадало та від 7 до 10% доданої вартості у Європейському Союзі, понад 11% у США і від 2% до 12 % по інших країнах. Нині ж питома вага креативних індустрій у США складає 11,5% ВВП і продовжує зростати [2].

Креативна економіка з позиції потенційного середовища функціонування податкової системи є досить складною, адже поєднує діаметрально протилежні за своїм спрямуванням. напрями й індустрії. Це все тому, що вона може мати не лише суто фінансову ціль (максимізацію прибутків), а розвиватися в ідейному контексті, зокрема програми розвитку національного мистецтва та культури. І тоді це вимагає зовсім інших підходів до побудови податкової системи. Але є одна, характерна ознака креативної економіки – постійний процес вдосконалення та розвитку.

Яскравим прикладом гнучкої податкової системи в середовищі креативної економіки є Велика Британія. Так, з метою посилення виробництва культурних британських фільмів і залучення інвестицій у британське виробництво, у 2006 році Законом про фінанси було запроваджено податкові пільги на фільми. Для цього було створено пакет спеціальних режимів оподаткування корпорацій для видів діяльності, що відповідали певним критеріям, включаючи розширені відрахування при одержанні прибутків або збитків від діяльності, сприятливіші правила відшкодування збитків і наявність податкового кредиту, що підлягав сплаті. Новація виявилася успішною і в 2013 році її поширили на відеоігри, анімацію та якісне телебачення, у 2014 – на театральні постановки, у 2015 – на дитяче телебачення, у 2016 – на оркестрове концертне виробництво, у 2017 – а виставки музеїв і галерей. До одержувачів пільг при цьому виставлялися наступні вимоги: підтвердження того, що постановки є британськими або через проходження культурного тесту, або через узгоджену угоду про спільне виробництво; принаймні 10% основних витрат фільмів і телевізійних програм мали стосуватися Великобританії, щонайменше 25% решти виробництва мали бути витрачено в ЄЗ; постановки повинні були бути доступними для широкого загалу (якщо вони не створені з освітньою метою у випадку театральних постановок чи виставок) [3].

Креативні індустрії, а відтак і креативна економіка ширилася державами, створюючи нові, цікаві передумови розвитку та наслідкові ефекти. І починаючи з 2002 р. Р. Флоріда почав озвучувати думку щодо необхідності податкової підтримки креативних індустрій,

зазначаючи, що: «... регіони, які хочуть процвітати в цю епоху глобалізації, повинні робити все можливе, щоб залучити та утримати членів так званого креативного класу. Це пояснюється тим, що вони за своєю природою є підприємлливими, і, як такі, є основними рушійними силами регіонального економічного зростання та розвитку» [4]. Тобто раціонально організована податкова система в системі координат креативної економіки здатна сприяти розвитку територіальних громад за рахунок активізації креативних індустрій і створення дієвого підприємницького та фінансово-економічного середовища.

Зауважуючи на гармонізації функціонування податкової системи України у повоєнний період з тенденціями та можливостями розвитку креативної економіки, слід врахувати чотири сфери впливу останньої. Це, зокрема, економічний вимір, в межах якого креативна економіка сприяє економічній диверсифікації, торгівлі, інноваціям і розвитку територіальних громад. Соціальний вектор, в межах якого, включаються соціальні інклюзії, регулюється зайнятість, рівень соціальної напруги та мотивації громадян. Культурний аспект відповідає за ідентифікацію громадянина на рівні спільноти, міста, регіону, нації. А сталий переймається проблемою розвитку діяльності, спрямованої на майбутні покоління нації, збереження та примноження культурних цінностей і спадщини, а також навколишнього природного середовища. При цьому основними векторами розвитку креативної економіки на перспективу мають стати: ринок праці, що потребуватиме високого рівня емоційного інтелекту та м'яких навичок; розвинена система інформаційного та програмного забезпечення, що надаватиме постійний доступ до інформації у режимі онлайн; зростання рівня цифровізації та технологічності усіх сфер діяльності; прогресивний розвиток електронної комерції, зокрема і за допомогою соціальних мереж та інтернет-реклами [5].

У контексті трансформації податкової системи, зокрема у частині використання інструментів податкової політики, напрями впливу варто акцентувати на цілях:

- національно-патріотична ідея, до якої слід віднести такі складові креативної економіки, як мистецтво, музика, мода, телебачення, радіо, виконавське мистецтво й україномовне видавництво;
- розвиток територій: ремесла та дозвілля, в тому числі й інтерактивне;
- середовище для життя: архітектура та будівництво, дизайн інтер'єрів;
- економічний авангард: програмне забезпечення, реклама тощо.

Зважаючи на цілі, слід розробити окремі пакети податкового сприяння для кожної з них. В першу чергу, запровадити раціональні та дієві пільги, спрямовані, передусім на розвиток нових підприємницьких ініціатив та залучення внутрішніх і зовнішніх інвестиційних ресурсів. Ще одним позитивним аспектом буде використання прогресивної шкали ставок податків, залежно від періоду провадження діяльності, обсягу одержаних доходів, залучених фінансових ресурсів і використовуваних у діяльності інноваційних технологій тощо.

Список використаних джерел:

1. Newbiggin, John What is the creative economy? Britishcouncil. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/> (дата звернення 12.04.2023)
2. Гетманцев Д. Роль креативних індустрій в економіці післявоєнної України. *Економічна правда*. 21 грудня 2022 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/> (дата звернення 12.04.2023).
3. Szablinski, Michal An Overview Of Creative Industries Tax Relief. Taxsystems. 20.02.2022. URL: <https://www.taxsystems.com/tax-news/an-overview-of-creative-industries-tax-relief/> (дата звернення 13.04.2023).
4. Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York, NY.

5. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI століття. Центр розвитку креативної економіки. 68 с. https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf (дата звернення 14.04.2023)

УДК: 339.926

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

Марина Головікіна

golovkinamar@gmail.com

*ВСП «Смілянський технологічний фаховий коледж
Національного університету харчових технологій»*

Науковий керівник: канд. екон. наук Тетяна Чубін

Креативна економіка – сукупність характерних соціально-економічних відносин, що виникають з приводу розподілу, виробництва, обміну та споживання, заснованих на нестандартних, стратегіях, концепціях, нетрадиційних ідеях, заходах, які забезпечують оперативне розв'язання соціально-економічних проблем на основі нових знань, принципово якісно нових рішень [1].

Офіційне визнання існування креативної індустрії було здійснено Міністерством культури, медіа та спорту Великої Британії у 1998 р. До цієї індустрії було віднесено: видавничу справу; створення програмного забезпечення; ринок мистецтва та антикваріату; телебачення й радіомовлення; рекламу; ремесла; дизайн; моду; кіно; музику; виконавче мистецтво; архітектуру; галузь розваг та відпочинку [2]. Модель класифікації креативних індустрій розроблена UNCTAD (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація креативних індустрій згідно UNCTAD

Культурна спадщина	Традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі.
	Культурні пам'ятки: бібліотеки, археологічні пам'ятки, музеї, виставки тощо.
Мистецтво	Образотворче мистецтво: живопис, скульптура, антикваріат, фотографія тощо.
	Сценічне мистецтво: музика, драматичне мистецтво, танці, опера, цирк тощо
Медіа	Аудіовізуальні твори: кінематограф, телебачення, радіомовлення.
	Нові медіа: програмне забезпечення, відеоігри, тощо.
Функціональний креатив	Дизайн: мода, графіка, дизайн інтер'єру, іграшок, аксесуарів.
	Креативні послуги: культурні і цифрові послуги, рекламна діяльність, креативні дослідження.

Джерело: [3]

ООН у 2008 р. опублікувало перший глобальний звіт про стан розвитку креативної економіки. В ЄС 2009 рік був визнаний як Європейський рік креативності та інновацій, що закріпило пріоритет розвитку креативної індустрії.

Європа зайняла лідируючу позицію в 2015 р. по збуту реклами, яка складає половину світового доходу рекламної галузі. Телемовлення та візуальне мистецтво закривають трійку найуспішніших європейських креативних індустрій. Дохідність від телебачення значно зросла з 2012 року – майже на 40 млн. дол. США, а для сектора візуального мистецтва притаманне незначне погіршення, хоча продукція цього сектору відіграє важливу роль у креативній економіці ЄС.

Економіка ЄС виділяється потужним виробництвом книжок, реалізація яких у 2015 р. являла собою майже дві п'яті (52,5 млрд дол. США) світових доходів книжкової галузі. Успішність видавничої індустрії Європи не має дивувати, адже на материк припадає 150 тис. письменників. Однак, протягом останніх років, у книжковій індустрії прослідковується спад.

Максимальна кількість зайнятих креативною діяльністю прослідковується у музичній сфері (1,289 млн. осіб), у сценічному мистецтві (1,183 млн. осіб) та в рекламній індустрії (1,028 млн. осіб) [3].

Особлива цінність креативної та культурної галузі полягає в тому, що вони є потужним знаряддям підвищення рівня зайнятості серед молоді. Такі країни, як Велика Британія та Франція, лідирують по числу зайнятої молоді в креативному секторі. Найбільшими представниками креативних індустрій в Європі є: WPP Group – лідер в області рекламних і маркетингових послуг; Publicis – друга по медіа закупівлях та консалтингу, перша в світі з охорони здоров'я і комунікацій; Axel Springer – найбільше цифрове видавництво в Європі; Vivendi – французький медіаконгломерат; Ubisoft – компанія, що займається видавництвом та розробкою відеоігор; Hachette – найбільша видавнича група Франції.

Україна також намагається сприяти всебічному розвитку креативних індустрій [4].

У 2017 році 2,9% осіб задіяні в сферах креативної економіки із 16,4 мільйонів зайнятих громадян. Цей відсоток осіб приносить країні приблизно 4,4% ВВП. До трійки лідерів потрапили:

1. IT-технології, де задіяні близько 100 тис. осіб, які приносять приблизно 81 млрд. грн. доходу.
2. Архітектура, дизайн та мода, де працює 6,5 тис. осіб, що приносять 17 млрд. грн. доходу.
3. Медіа, де зайняті 14 тис. осіб, річний дохід від діяльності яких складає біля 200 млн. грн. [5].

Найбільші обсяги послуг надавалися: Німеччині – 16,0%, Великій Британії – 15,9%, Польщі – 8,2%, Кіпру – 7,9% та Нідерландам – 4,9% від спільного обсягу експорту послуг [6].

Співпраця України та ЄС у сфері культури налаштоване на сприяння нарощування мобільності об'єктів мистецтва культурним обмінам, міжкультурному діалогу та ін.

Важливим етапом є участь України у програмі ЄС «Креативна Європа», що дає змогу українським культурним інституціям знаходити партнерів, вступити до європейських професійних мереж та реалізовувати різноманітні спільні міжнародні проекти. В рамках цієї програми доволі успішними проектами є: «Музей Гончара – Креативна Європа», «Густань – Креативна Європа» [4].

Україна робить перші кроки в розвитку креативної економіки, зокрема в рамках Доктрини збалансованого розвитку «Україна-2030».

Доктрина передбачає утворення умов для здобутку економічного росту України не менше 10-15% у рік, щоб до 2030 року вона увійшла до тридцятки найбільших розвинених країн світу.

Список використаних джерел:

1. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива? URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15935/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F_%D0%A1%D0%BE%D1%82%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf (дата звернення: 08.04.2023).
2. Кирилюк С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. Херсон, 2014. Частина 1. № 6. С. 68–72. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/17.pdf (дата звернення: 09.04.2023).
3. Скавронська І.В., Гончарук А.О. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу // *Молодий вчений*. 2016. № 4 (31). С. 202–204. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/48.pdf> (дата звернення: 08.04.2023).

4. Холодницька А.В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації // Економіка і суспільство. 2018. № 14. С. 151 – 157. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/19.pdf (дата звернення: 10.04.2023).

5. Скільки українців займаються креативними індустріями. URL: http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505 (дата звернення: 09.04.2023).

6. В ЄС зростає попит на українську продукцію з високою доданою вартістю – торгпред. URL: <https://www.unian.ua/eurobusiness/2051781-v-es-zrostaе-popit-na-ukrajinsku-produktsiyu-z-visokoyu-dodanoyu-varnistyu-torgpred.html> (дата звернення: 10.04.2023).

УДК: 339.923

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК НОВА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Дмитро Жейков
dzhejkov@slkti.edu.ua

Слов'янський коледж транспортної інфраструктури, м. Дніпро
Науковий керівник: Світлана Корнійчук, викладач, спеціаліст вищої категорії

До недавнього часу економіку вважали економікою знань, інноваційною економікою, інформаційною. А сьогодні, використовуючи досягнення кожної із зазначених категорій, які засновані на нових задумах і ідеях, йдеться мова про креативну економіку

Креативна економіка є серцем креативної індустрії, драйвером економічного розвитку, її можна виявити практично у всіх галузях економіки. Це галузь світової економіки, що активно розвивається в галузі генерування доходів, створення робочих місць і розвитку експорту, оскільки менше за усе прив'язана до матеріальних ресурсів.

Креативність – один із факторів, який демонструє стабільність економічного розвитку країни.

У креативній економіці головним активом є людина, яка створюючи конкурентоздатну і інноваційну продукцію, впливає на розвиток креативних індустрій, які у свою чергу поліпшують виробничу структуру, модернізують виробництво і виробничі процеси, збільшують випуск продукції. За допомогою креативних індустрій посилюється конкуренція, виникає необхідність у людських ресурсах, які будуть висококваліфікованими і матимуть змогу впливати на розвиток інновацій, на освоєнні нових ринків, на збільшення продуктивності праці

У перекладі від латинського *creato* означає «творчість» або «створення». А творчість – це діяльність людини, направлена на створення нового продукту праці, якого раніше не існувало.

І цей новий продукт є не тільки товаром, а й алгоритмом прийняття рішення і новими методами дослідження.

Індустрії двадцятого першого століття будуть усе більше залежати від генерації знань, створених за допомогою творчості та інновацій» - запевняли Ч. Лендрі і Ф.Біанчіні [1].

Джона Хокінс вважав, що оригінальні розробки, творчі ідеї, авторські права у сучасній креативній економіці впливають на розвиток і успіх кампаній [2, с. 7 - 15].

У 2001 році вийшла книга Джона Хокінса «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях» (John Howkins, *The Creative Economy: How people make money from ideas*).

Свобода і вільний ринок дає унікальну можливість перетворювати свої власні ідеї на товар чи послуги. І в цьому полягає суть креативної економіки, – писав Хокінс. [2].

Він зазначив, що інтелект, знання, творчість, інновації дають можливість створити прибутковість, нові робочі місця, а також на всіх цих види економічної діяльності базується «креативна економіка» .

Сучасні дослідники доводять, що сьогодні успіх приносять скоріше нові ідеї, ніж використання технологій. Саме людина – генератор нових ідей, яка використовує творчу уяву, інновації, щоб підвищити цінність запропонованої ідеї. І саме творчість буде важливим капіталом і особисте задоволення від підвищення цінності тієї чи іншої ідеї. І саме вони будуть приносити успіх, а не технології і гроші.

За допомогою креативної економіки надається можливість втілювати інновації у сфери виробництва, послуг тощо. Вона змінює сферу життя людини, а також її думки, надає поштовх на отримання освіти, яку можна у подальшому втілювати у майбутньому, щоб творити і запропоновувати нові ідеї.

Креативна економіка знаходиться на перетині економіки (сприяє росту ВВП), інновацій (стимулює зростання та конкуренцію у традиційній економічній діяльності), суспільної цінності (стимулює формування знань і талантів) та сталості (спирається на вклад творчості та інтелектуальний капітал) [3].

Традиційна економіка – це нерозвинена економіка, в якій виробництво товарів зосереджено для власного споживання на традиціях, що передаються від покоління до покоління, а економічні відносини та рішення регулюються традицією.

На відміну від неї креативна економіка характеризується тим, що використовуються такі розрізнені поняття як «інноваційна економіка», «інформаційна економіка» і «економіка знань». І це надає можливість людині увесь свій талант, який породжує нові ідеї перетворення їх на економічний капітал.

Головне джерело використання основної продуктивної сили – це людський потенціал, який повинен відповідати особливостям креативної економіки. Але для того, щоб людський капітал відповідав сучасним особливостям, необхідно трансформувати усю систему професійної підготовки і підвищення кваліфікації кадрів, які будуть шукати і запропоновувати нові, ефективні і нестандартні управлінські рішення.

Мотор інновацій, генератор ідей і нових підходів у сучасній економіці України – це креативний людський капітал. І все більше зростає потреба у ефективному використанні креативно-інтелектуального людського потенціалу і розроблюються різні підходи і методи, щоб активізувати цей капітал, який повинен мати здатність швидко переключатися з однієї проблеми на іншу, бо на нього спирається креативна економіка

В умовах креативної економіки мегаполіси України є інноваційними установами. Креативна економіка має певне значення у протистоянні України глобальній кризі. Щоб відновити глобальну економіку і протистояти її глобальній кризі необхідна креативна економіка, яка значно сильніша за традиційну [4, с. 195].

Креативна економіка побудована на науці, інноваціях, інтернеті, IT-індустрії як новій технологічній інфраструктурі економіки, знаннях, інтелектуальній діяльності дає можливість одержання високих прибутків у секторі IT, що наразі бурхливо розвивається внаслідок легкого доступу до професії через аутсорсинг, стає рушійним фактором прискореного розвитку комп'ютерних та інформаційних послуг в Україні та визначає загальну позитивну стратегію сектору креативної економіки. Але решта сегментів креативної економіки України розвиваються доволі мляво, тому, що Україна – це відносно ізольований та невеликий ринок порівняно з ринками Європи, Північної Америки чи Австралії, а тому економічний вплив креативних індустрій є дуже незначним. І такий фактор зумовлюється низкою причин, серед яких: просвіт у захисті інтелектуальної власності та авторських прав, недостатнє фінансування та кадрове забезпечення, географічно нерівномірний і низький попит на товари та послуги креативних індустрій. Для того, щоб виправити ситуації необхідна більш сфокусована та комплексна державна політика з розвитку креативної економіки України.

Досвід Америки і Європи показує, що за умов підтримки уряду, розроблення відповідних програм розвитку можна створити креативну економіку досить високого рівня. І ця креативна економіка у змозі забезпечити економічне зростання

країни упродовж тривалого часу.

Р. Флоріда, характеризуючи рівень креативності економік різних країн світу, запропонував глобальний індекс креативності, який обчислювався на основі трьох коефіцієнтів – технології, таланту і толерантності. У результаті, Україна посіла 27 місце. За індексом «талант» – 19 місце, зважаючи, що основним експортним сектором економіки України є важка промисловість. Такий високий показник одержано переважно за рахунок великої частки населення з вищою освітою [5].

За індексом технологій Україна посідає 28-ме місце. Такий показник свідчить про те, що кількість людей, які можуть здійснювати розробки не відповідає рівню нових розробок у нашій країні і є значно нижчим.

За індексом толерантності Україна в цьому списку посідає 33 місце і це дуже низький показник. А за рівнем самовираження – 44-те із 45 країн.

Для нашого суспільства характерним є бажання спрямувати поведінку кожного у певне русло стандартів, у той час коли творчому суспільству властиві зовсім інші риси.

У той час, коли творчому суспільству властиві незалежність, самостійність, то в Україні поведінку кожного спрямовують у певне русло стандартів.

В Україні в плані толерантності проблемою є дистанція влади. Саме тому змінити показник толерантності надзвичайно складно [5].

Але не зважаючи на такі значення індексів таланту, технології і толерантності – ці показники свідчать про те, що в країні є резерви розвитку рівня креативності в економіці для того, щоб бути конкурентоспроможною на міжнародному ринку товарів та послуг.

Україна має приховані резерви економічного зростання і великий потенціал до лідерства, хоча за часткою креативної економіки у світі не є лідером. Багато українських спеціалістів працюють в міжнародних компаніях за кордоном.

Талант, знання, унікальний людський капітал можуть стати поштовхом для нашого розвитку. І ми просто не можемо дозволити собі відставати поки креативна економіка стає основою світової економіки. Світ дуже швидко змінюється і нам потрібно встигати.

Таким чином, на сьогодні стратегією розвитку суспільства є креативна економіка. І в основі цієї стратегії покладено безперервний інноваційний розвиток, що базується на людському капіталі, який забезпечується інтелектуальним капіталом, креативним потенціалом і талантом. Але всі ці фактори в креативній економіці вимагають інвестицій і постійної підтримки. В умовах євроінтеграції розвиток людського потенціалу в контексті розвитку креативних індустрій може забезпечити підвищення конкурентоспроможності економіки України та забезпечити довготерміновий економічний ріст.

Список використаних джерел:

1. Landry Ch., Bianchini F. (1995) *The Creative City*. London: Demos.
2. Howkins John (2013) *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane, 2013.
3. Чевганова В.Я., Свистун Л.А. Креативна економіка як основа інтегрованого розвитку міст України. Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 58–69.
4. Пакуліна А.А., Євсєєв А.С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України. Економіка та суспільство. 2018. № 16. С. 192–200.
5. Божидарнік Т.В., Василик Н.В. Креативний менеджмент: навчальний посібник. Херсон: ОЛДПЛЮС, 2014. 498 с.

УДК: 338.24

ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Юрій Єжелій

jezhelyj@gmail.com

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна

Глобалізація породила глибокі трансформації суспільства та зміни в нашій поведінці. Завдяки стрімкому технологічному прогресу зв'язок став частиною сучасного стилю життя, впливаючи на наше життя та щоденний вибір. Ця трансформація породила новий стандарт культурного споживання в усьому світі та змінила спосіб створення, виробництва, відтворення, розповсюдження та продажу творчих і культурних продуктів і послуг на національному та міжнародному рівнях. Помітною рисою XXI-го століття є зростаюче визнання того, що творчість і людський таланти, окрім традиційних факторів виробництва, таких як праця та капітал, швидко стають потужним інструментом сприяння економічному розвитку.

Крім того, оскільки наукове поняття знань, інновацій та інформаційних технологій закладено в концептуальну основу креативної економіки, ми є свідками перехідного періоду. Схоже, що світ переживає поступову зміну парадигми, переходячи від інформаційного суспільства XX-го століття, де основна увага приділялася комунікаціям, управлінню інформацією, до більш цілісного підходу креативної економіки XXI-го століття.

Точаться тривалі дебати щодо концептуалізації креативної економіки та визначення креативних індустрій у цьому широкому контексті. Обидва поняття є новими концепціями, які зосереджуються на динаміці творчості в сучасному взаємозалежному світі. Економісти переглядають основи міжнародної економіки, щоб краще зрозуміти широкую взаємодію між економічними, культурними, соціальними та технологічними аспектами, які управляють функціонуванням світової економіки та способом життя людей.

Наразі не існує єдиного узгодженого визначення терміну «креативна економіка». Цей термін був введений у 2001 році як назва книги Дж. Гоукінса, у початковій спробі дослідити зв'язок між творчістю та економікою [3]. В роботі було розглянуто два типи творчості: один пов'язаний із нашим особистим задоволенням, а інший більше зосереджений на створенні продуктів або послуг. Перший є універсальною характеристикою людства і зустрічається в усіх суспільствах і культурах. Другий більш поширений в індустріальних суспільствах, які цінують новизну, науково-технічні інновації та права інтелектуальної власності (ПІВ). Оригінальність означає створення чогось з нуля або удосконалення того, що вже існує.

У 2002 році Р. Флоріда [2] ввів поняття «креативний клас». До цього класу входять люди в таких сферах, як наука та інженерія, архітектура та дизайн, освіта, мистецтво, музика та розваги, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, технологій або творчого контенту. Згідно з його підходом, креативний клас також включає ширшу групу творчих професіоналів у сфері бізнесу, фінансів і права. Це люди, які додають економічну цінність через творчість. Р. Флоріда зазначає, що креативний клас становить майже третину робочої сили в Сполучених Штатах Америки і що креативний сектор дає майже половину всіх доходів від заробітної плати в країні (близько 1,7 трлн дол. США), стільки ж, скільки виробничий сектор і сектор послуг разом узяті.

Креативна економіка – це широке поняття, яке постійно розвивається, набирає популярності в сучасній економічній думці. Вона виникає як зміна традиційним стратегіям розвитку, які зосереджені на сировині та промисловому виробництві, у бік мультидисциплінарного та цілісного підходу, що об'єднує економіку, культуру та технології,

з акцентом на продукти та послуги з творчим змістом, культурною цінністю та ринковими цілями. У цьому новому сценарії взаємодія між економікою та культурою переосмислює та збільшує перспективи розвитку багатьох країн.

Розвиток креативної економіки базується на використанні креативних активів, які потенційно генерують соціально-економічне зростання. Згідно з визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) [4], креативна економіка має потенціал для стимулювання економічного зростання, створення робочих місць, надходжень від експорту та водночас сприяє соціальній інтеграції, культурному різноманіттю та людському розвитку. Охоплюючи економічні, культурні, технологічні та соціальні аспекти, креативна економіка взаємопов'язана з загальною економікою на макро- та мікрорівні. Оскільки творчість, а не капітал, є основною рушійною силою, креативна економіка виглядає більш орієнтованою на результат стратегією розвитку для країн, що розвиваються.

Креативна економіка включає суспільство в цілому, оскільки люди з усіх соціальних класів можуть брати участь як виробники, так і споживачі творчих продуктів або послуг. Крім того, креативна економіка об'єднує різні верстви суспільства, оскільки це процес, керований багатьма зацікавленими сторонами, в якому беруть участь як державний, так і приватний сектори. Творча діяльність також об'єднує людей з різними інтересами, поєднуючи комерційні підприємства та некомерційні організації, такі як фонди та неурядові організації, професійні асоціації та громадянське суспільство в цілому.

Функціонування креативної економіки знаходиться на перетині економіки та культури, охоплюючи різноманітні сектори та види діяльності, засновані на творчості як джерелі цінності та важливого вкладі у виробничі процеси. Дійсно, у ширшому визначенні креативна економіка включає індустрії культури та поширюються на сектори, які інтегрують художню творчість у своє виробництво, такі як дизайн, мода, реклама, архітектура. Загалом, відмінність між індустрією культури та креативною індустрією базується на тому факті, що культурні товари та послуги є творчим контентом, який має символічну цінність і може бути захищений авторським правом. Вони часто передбачають відтворення творів і широкомасштабне розповсюдження.

Незважаючи на свою різноманітність, креативні індустрії мають кілька спільних характеристик, зокрема:

- діяльність, що знаходиться на стику економіки та культури;
- виробництво творчого контенту, призначеного для продажу та часто залежного від авторського права та інтелектуальної власності;
- надлишкова пропозиція, що стикається з попитом і суспільною поведінкою, яку важко передбачити;
- проектна діяльність з залученням специфічних форм праці та переважанням мікропідприємств;
- географічна концентрація у великих містах із розвитком творчих екосистем.

З аналітичної точки зору, економіка креативних індустрій має кілька особливостей, які відрізняють її від інших секторів діяльності. Ці особливості розвиваються під впливом цифрових трансформацій, але систему креативної економіки можна порівняти принаймні з трьома типовими моделями:

1. Економіка «прототипів», де всі витрати на створення, виробництво та реалізацію здійснюються до того, як буде відомо, чи відповідатиме вироблений товар попиту. Тому це економіка високого ризику, де невизначеність є систематичною. Успіх виробництва важко передбачити, навіть якщо компанії в цих секторах прагнуть зменшити цю невизначеність за допомогою маркетингових стратегій. Оскільки кожен «продукт» (фільм, робота, відеогра тощо) відрізняється, а масове виробництво для амортизації постійних витрат є неможливим. Граничні витрати на відтворення або перерозподіл цих «продуктів» незначні порівняно з початковими витратами на виробництво.

2. Економіка, заснована на «досвіді», де цінність культурних і творчих товарів

полягає в досвіді, який вони пропонують споживачам (різноманітні шоу, кіно, відеоігри, висока кухня тощо). Однак надлишок у пропозиції культурних товарів, особливо в цифровому світі, створює для споживачів ситуацію складного вибору «продукту». Це надає важливу роль функції рекомендацій (думки, огляди, рейтинги та оцінки на онлайн-платформах), яка сприяє створенню цінності.

3. Економіка, заснована на «інформаційних товарах»: більшість товарів креативної економіки вважаються інформаційними товарами, які можна від'єднати від фізичних носіїв і оцифрувати. Вони вважаються колективними благами, оскільки їх споживання не є конкурентоспроможним (споживання одним індивідом не зменшує кількість, доступну іншим). Вони також можуть бути «невиключними», оскільки іноді важко обмежити доступ споживачів до них. Ситуація посилилася в епоху цифрових технологій з розвитком широкомасштабного піратства, яке призвело до знищення цінностей у багатьох сферах культури, таких як музика та кіно.

Існує значна еволюція економічних моделей, що лежать в основі різних креативної економіки у середовищі, що сприяє появі нових учасників і реструктуризації ланцюгів створення вартості в цих секторах. Дійсно, у все більш оцифрованій та глобалізованій економіці цифрові технології скасовують географічні, промислові та культурні кордони, таким чином розширюючи поле можливостей як для виробників, так і для споживачів [1].

У цьому контексті аналіз розвитку креативної економіки у цілому дає змогу краще зрозуміти виклики цифрових змін, які відбуваються, зокрема тих, які пов'язані зі створенням і розподілом цінностей. Ці питання лежать в основі стратегій життєздатності будь-якої економічної моделі, особливо тому, що конкурентні переваги гравців на ринку креативної економіки в епоху цифрових технологій розмиваються занадто швидко. Оскільки креативна економіка за своєю природою є економікою нематеріальною, способи виробництва, розподілу та споживання є набагато проникливими для руйнівних цифрових інновацій і тому можуть зазнати потрясінь миттєво та сильніше, ніж в інших секторах економіки. Крах ринку звукозапису наприкінці 90-х років ХХ століття і постійне зростання потокового передавання даних в останні роки є прикладами цього.

Історично креативна економіка була піонером у впровадженні та експериментуванні з інноваційними цифровими технологіями, які згодом радикально змінили економіку всього світу.

Таким чином, креативна економіка взяла на озброєння інструменти штучного інтелекту завдяки рекомендаційним алгоритмам, що оперують величезними обсягами даних. У сфері аудіовізуальної та онлайн-музики ці інструменти дають цифровим платформам, таким як Spotify або Netflix, конкурентну перевагу перед традиційними програвачами (наприклад, телеканалами), щоб краще розуміти смаки споживачів і постійно адаптувати відповідно свою пропозицію вмісту. Подібним чином технології блокчейну знаходять сприятливий ґрунт у креативних галузях, щоб повністю використати свій потенціал на благо «виробників». Варто також підкреслити новаторську роль цих галузей, таких як відеоігри, у поширенні технологій занурення, таких як віртуальна та доповнена реальність, які сприяють досвіду в усіх творчих сферах (віртуальні відвідування культурних закладів, кінотеатри ICE, IMAC, 4DX, тощо).

Список використаних джерел:

1. Єжелій Ю. Сучасні тенденції цифрової трансформації міжнародного бізнесу. *Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»*: Зб. наук. праць. Переяслав, 2023. Вип. 90. С. 22–24.
2. Флоріда Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ. Наш формат. 2018. 432 с.
3. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. New York:

Allen Lane, Penguin Press, 2001. 263 p.

4. UNCTAD. Creative Economy Outlook 2022. URL:
https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf (дата звернення:
14.04.2023 p.).

UDC: УДК: 339.923

CREATIVE ECONOMY

Elżbieta Żywucka – Kozłowska,
Assoc. Prof.

ORCID 0000-0002-6039-5580

elzbieta.kozlowska@uwm.edu.pl

Warmia & Masuria University, Olsztyn, Poland

Faculty of Law and Administration

In the 21st century, creative economics is becoming more and more important. A fresh look at the economy as a process in social life allows for newer and more effective use of human potential in building capital. It is nothing new, let alone revealing, that the man it is who, thanks to his skills, knowledge and competences, creates reality, each of its spheres. This is also emphasized in the literature on the subject [1. p.73]. Similarly, creativity is emphasized in many areas of industry, which is in fact the core of the economy. It is obvious that neither economy nor creativity are new terms or issues. Rasa Levickaitė states that the definition of creativity shaped the theory of the developing creative class, understood as a group of professionals, researchers and artists whose presence creates socio-economic and cultural dynamics, especially in cities [2.p.81]. It is worth emphasizing here that the title creativity is the key to the development of modern societies, and thus - the modern economy. Rasa Levickaitė believes that “the key activities that have a large impact on the rapid development of creative industries in the world are related to both technology and economics.

The digital revolutions and the economic environments in which the revolutions took place, changes in technology and communication together created new conditions for the development of the creative economy as a new economic phenomenon. [3.p.81]. Dagmar Vesela and Katarina Klimova point out that the term (creative economy) was first used by John Howkins in 2001. [4.p.414]. More and more people believe that "the world evolves through innovation". According to the Nomura Institute, the main eras of human civilization are agricultural, industrial, informational and creative [5.p.154]. This is emphasized in a special way by Marta Christina Suci, and it is hard not to agree with such point of view, considering that the epochs of human civilization mentioned by this author are a fact. Media, communication and culture have become the foundation of creativity, including employment (labour market) and sales. There is no need to convince anyone that newer and better innovative achievements in all areas of human productive activity become a valued product. Adding to it advertisement and marketing, the demand for certain goods increases, and this is an incentive to increase supply. The world of the 21st century does not leave empty spaces in the economy, or as it is called today in the business. Two parallel trends are observed, namely innovative and unique. Both are known in the markets. The second one is interesting because the product really has individual and unique features.

The literature on the subject also emphasizes the negative side of such a policy within the economy. Mark J. Stern and Susan C. Seifert believe that public policies that promote the creative economy have two major flaws: first, the misperception of culture and creativity as the product of individual genius rather than collective activity; and secondly, a willingness to tolerate social displacement in exchange for city vitality or a competitive advantage [6.p.1]. Tae Kyung Sung emphasizes that the term "creative economy" (also understood as creative economy) has attracted

the attention of the whole world. According to this author, the creative economy can be defined as a policy aimed at generating new growth through economic operations that promote creativity, convergence of knowledge and advanced scientific technology based on coordinated learning, consequently creating new markets and new places of work [7.p.89]. The added value of this type of activity is new employment opportunities, which is not insignificant at the time of the economic crisis, visible after the coronavirus pandemic, but also of armed conflicts. The state must last, it has to function economically, regardless of everything. In another perspective of the title issue appears multidisciplinary (media, culture, industry, copyright) [8.p.33]. Kate Oakley and Jonathan Ward analyze the existence of the creative economy model, drawing also on the findings of other researchers, point out that a key feature of the creative economy is its ability to attract and retain a highly skilled workforce. [9.p.312]. However, without looking at these trends, one can think that they are positive for the general public. As always, these trends will also be met with criticism from opponents of such solutions, especially where there is no freedom in the sphere of economics.

References:

1. Korenik S., Gospodarka kreatywna (w:) Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu 27 Rozwój lokalny i regionalny: innowacyjność i rozwój przedsiębiorczości (2010).
2. Levickaitė R., Four approaches to the creative economy: general overview. Business, Management and Education, 2011, 9(1).
3. Levickaitė R., Four approaches to the creative economy: general overview. Business, Management and Education, 2011, 9(1).
4. Veselá D., Klimová K. ,Knowledge-based economy vs. creative economy. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2014, 141.
5. Suci M. C. The creative economy. LESIJ-Lex ET Scientia International Journal 2008, 15(1).
6. Stern M. J. , Seifert S. C., From Creative Economy to Creative Society (2008). Culture and Community Revitalization: A SIAP/Reinvestment Fund Collaboration—2007-2009.
7. Sung, T. K. , The creative economy in global competition. Technological Forecasting and Social Change, 2015, 96.
8. Doyle G. ,Creative economy and policy. European Journal of Communication, 2016, 31(1).
9. Oakley K., Ward J., Creative economy, critical perspectives. Cultural Trends, 2018, 27(5).

УДК 330.341

КРЕАТИВНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Анна Капуста

kapusta200510@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Людмила Долока

Креативна економіка є одним із найбільш пріоритетних напрямів ЄС, так як вона є більш стійкою до кризових ситуацій. До початку повномасштабної війни, можна було відмітити поступовий розвиток креативної економіки в Україні. У великих містах, таких як Київ, Львів, Харків, Донецьк, Запоріжжя, Одеса та інші були створені творчі кластери, реалізувалися спеціальні арт-проекти у сфері актуальних видів мистецтв та традиційної художньої культури, створювались нові інституції, а саме агентства креативних індустрій,

творчі резиденції, приватні галереї тощо. Креативні індустрії найбільш стрімко розвивалися в таких сферах як архітектура, інформаційні послуги, інжиніринг, телебачення, маркетинг та реклама, де основний акцент був на ІТ-сектор.

Креативна економіка – це діяльність з високою доданою вартістю, яка передбачає створення нових, унікальних продуктів. З початком війни даний сектор зазнав значної шкоди. За даними Міністерства культури та інформаційної політики України, креативний сектор економіки у першій половині 2022 року зменшив обсяг задекларованого доходу на 41% порівняно з відповідним періодом 2021 року, а загальна кількість платників податків скоротилася на 60%. Найбільші втрати понесли архітектура та кіно, їх доходи зменшились на 74%, в сфері реклами - на 66%, в сфері дизайну - на 54%, а в сфері інформаційних технологій - на 32%. Проаналізувавши структуру доходів в креативному секторі економіки України, можна відмітити, що у 1 кварталі 2022 року найбільша частка припадає саме на ІТ-сектор - 84,5% (39,3 млрд. грн.) [1].

Креативна індустрія України за час повномасштабної війни скоротилася майже на 40%, а близько 20% працівників виїхали з країни. Майже четверть креативних бізнесів заявила про падіння продажів на 90% і більше. Близько 37% працівників в креативній індустрії втратили роботу або перестали отримувати заробітну плату [2].

Найменш постраждалою сферою креативної індустрії під час війни стала ІТ-сфера. За даними звіту PwC «Ведення бізнесу під час війни: український досвід», майже 70% компаній, що співпрацюють з іноземними клієнтами, повноцінно продовжують працювати, ще 22% – працюють частково. 9 з 10 компаній змогли адаптуватись до умов війни і продовжують протистояти всім загрозам, які з нею пов'язані [3].

Працівники креативного сектору стали важливою складовою частиною протидії російській агресії. Фахівці ІТ-сфери об'єднались в кіберармію, де активно протидіють ворогу. Музиканти, сучасні художники та актори проводять різноманітні акції в багатьох країнах світу, щоб розповісти правду про війну в Україні. Креативні хаби були змінені на волонтерські центри, які допомагають армії та внутрішньо переміщеним особам. За даними дослідження Українського культурного фонду у червні 2022 року, кожна п'ята компанія долучилася до інформаційного фронту, майже 19% допомагають у штабах і центрах допомоги внутрішньо переміщеним особам. Близько 16% компаній долучились до ІТ-армії, а майже 8% змінили напрямки роботи підприємства, щоб задовольняти потреби армії, бізнесу та населення під час війни. Майже 50% респондентів допомагають в організації гуманітарної допомоги та зборах коштів на потреби армії [4].

Основними проблемами з якими стикаються креативні індустрії є розрив між попитом та пропозицією, зменшенням внутрішніх та міжнародних замовлень через безпекову ситуацію, втратою робочих місць, зниженням виробничих потужностей, відтоком людських ресурсів закордон та зниженням якості освіти в секторі.

Для підтримки креативного сектору економіки України необхідно:

- підтримувати та розширювати мережі. З початком війни обсяг онлайн-спілкування збільшився (порівнюючи навіть з активним періодом пандемії COVID-19), замінивши собою офлайн-мережі. Однак великий обсяг інформації виснажує, і люди досить часто ігнорують повідомлення, які надходять від незнайомих людей. Для налагодження нових контактів варто відвідувати епізодичні або регулярні онлайн-заходи, в яких беруть участь представники різних секторів креативних індустрій;

- інвестувати в освіту. Навіть під час економічної кризи кваліфіковані працівники завжди затребувані. Однак компанії досить часто не можуть закрити вакансії по причині значного розриву між необхідними та наявними навичками. Саме тому необхідно розуміти, яких саме навичок бракує на ринку, де можна їх відшукати та інвестувати в навчання;

- не обмежуватися англійською мовою. Кожна країна має свої особливості і, якщо ви, наприклад, хочете побудувати тривале партнерство з німецькою компанією, вам потрібно розмовляти німецькою мовою. Це пов'язано з тим, що німці не люблять використовувати

англійську. Багато професіоналів, які переїхали за кордон, активно працюють з іноземними партнерами, зрозуміли, що для якісної, стійкої взаємодії однієї англійської мови не достатньо;

- більше взаємодіяти з конкурентами. До початку повномасштабної війни гравці українського креативного ринку конкурували між собою за клієнтів. Конкуренція є здоровою та необхідною для того, щоб компанії ставали кращими, але важливо об'єднуватися та діяти ефективніше під час кризи, якщо це необхідно[5];

- досліджувати більш ефективні форми професійних онлайн-подій. Сьогодні недостатньо мати одного спікера, який щось презентує. Необхідно підтримувати горизонтальні дискусії між професіоналами, створювати можливості для пошуку актуальних історій і давати можливість професіоналам знайомитися один з одним (як на офлайн-заходах, де можна знайомитись та поспілкуватися з іншими учасниками та відвідувачами в чергах за кавою під час перерви в конференції).

Враховуючи досвід країн світу, можна сказати, що за підтримки уряду, можна створити креативну економіку досить високого рівня, яка буде забезпечувати економічне зростання країни на протязі багатьох років. Тому дуже важливо, щоб Україна, враховуючи досвід зарубіжних країн, створила власний потужний креативний простір та всі умови для його подальшого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Як виживають креативні галузі під час війни. URL: <https://edialog.media/uk/2022/12/23/> (дата звернення: 05.04.2023).
2. Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3629557-kreativna-industria-ukraini-za-period-povnomasstabnoi-vijni-skorotilasa-majze-na-40-getmancev.html>
3. Феномен стійкості українського бізнесу. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/17/696048/> (дата звернення: 08.04.2023).
4. Креативна нація: нинішній стан і майбутнє української креативної економіки. URL: <https://delo.ua/opinions/kreativna-naciya-ninisnii-stand-i-maibutnje-ukrayinskoji-kreativnoji-ekonomiki-406711/> (дата звернення: 09.04.2023).
5. Креативний сектор під час війни: як фахівцям реагувати на виклики? URL: <https://happy monday.ua/kreatyvnyj-sektor-pid-chas-vijny> (дата звернення: 10.04.2023).

УДК 331.101.6

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Кузнецова Ксенія

kseliya1@gmail.com

магістрант, I курс, гр. 552

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського,

м. Миколаїв, Україна

Науковий керівник: старший викладач кафедри фінансів і обліку

Вікторія Волошина-Сідей

Ефективність роботи будь-якого підприємства головним чином залежить від якості управління його ресурсами. Одним з найважливіших стратегічних ресурсів є персонал, оскільки його здатність генерувати нові підходи до роботи, втілювати ідеї та реагувати на різні види ризиків є головною умовою успіху підприємства у кожному з видів діяльності.

Виходячи з цього, особливої актуальності набуває розробка напрямів підвищення

ефективності управління персоналом підприємств з метою забезпечення результативності роботи, що створить сприятливі умови розвитку та підвищить конкурентоспроможність.

Великий внесок у дослідження проблеми та формування напрямів забезпечення ефективності управління персоналом підприємств зробили відомі вітчизняні й зарубіжні вчені: В. Бакуменко, Д. Баюра, М. Білинська, І. Бутенко, Ю. Губик, Л. Довгань, Г. Дудукало, О. Крушельницька, А. Маслоу, М. Новик, Н. Сімченко, В. Сороко, М. Стрельбицький, А. Турчинов, А. Череп та ін.

Високий рівень розробки актуальних проблем ефективності управління персоналом підприємств, не дає єдиної позиції серед науковців. Таким чином, постає потреба у подальшому вивченні і систематизації можливих напрямів підвищення ефективності управління людськими ресурсами підприємств.

Метою дослідження є систематизація підходів до питання оцінки ефективності управління персоналом та розробка напрямів для підвищення ефективності управління людськими ресурсами на підприємстві.

Система управління людськими ресурсами є сучасним інструментом ефективного розвитку організації в умовах мінливого зовнішнього середовища і пов'язаних з ним невизначеностей. Даний вид управлінської діяльності вимагає виконання специфічних функцій і наявності певного набору якостей у фахівців. Основними задачами управління персоналом є розробка методів та принципів управління, концепцій і стратегій кадрової політики, які здатні забезпечити потребу підприємства в висококваліфікованих кадрах. Вищих результатів діяльності досягають ті підприємства, в яких побудовано ефективну кадрову політику.

Оцінка ефективності управління персоналом підприємства є складною задачею, яка набуває особливо великого значення у зв'язку з кризовими явищами в Україні.

В ході дослідження питання оцінки ефективності управління персоналом, виокремили різні підходи до її формування. Зокрема, в науковому середовищі існують наступні підходи:

1. Оцінка ефективності управління персоналом – це систематичний, формалізований процес, який спрямовано на вимірювання витрат і вигод від програми управління персоналом, а також зіставлення результатів із підсумками періоду, показниками конкурентів і цілями підприємства [1, с. 68].

2. Ефективність управління персоналом характеризується за переліком критеріїв: ступінь досягнення цілей, оцінка мотивації, компетенцій, витрат, а також вивчення статистики людських ресурсів [5, с. 49].

3. Ефективність управління персоналом являє собою комплекс взаємопов'язаних економічних, організаційних та соціально-психологічних методів, що забезпечують ефективність трудової діяльності та конкурентоспроможності.

4. Ефективність управління персоналом визначається як перелік функцій управління за певними індикаторами: набір і відбір персоналу, аналіз та планування персоналу, організація трудових відносин, атестація та оцінювання кадрів, створення умов праці, мотивація персоналу, інформаційне забезпечення, розвиток і навчання персоналу [3, с. 20].

За результатами дослідження сутності ефективності управління людськими ресурсами ми дійшли висновку щодо недоліків окремих систем оцінки і їх покращення. Зокрема, на нашу думку, не можна оцінити ефективність управління персоналом лише шляхом зіставлення різних економічних показників, для більш якісного розуміння рівня ефективності необхідні критерії та індикатори, які дозволять це зробити [2, с. 217].

Крім того, дослідивши підходи до визначення ефективного управління людськими ресурсами, розробили перелік необхідних заходів для підвищення ефективності управління персоналом на підприємстві:

- впровадження ефективного організаційного механізму із забезпечення кваліфікованим персоналом;
- забезпечення планування, підбору і залучення персоналу;

- сприяння розвитку ефективної системи оцінки персоналу;
- розробка і впровадження стандартів оцінки професійних знань і навичок;
- формування ефективної системи розвитку персоналу, моніторинг потреб у навчанні, програми навчання з використанням сучасних технологій;
- робота з установами освіти й молодими фахівцями;
- оптимізація системи мотивації персоналу;
- забезпечення раціонального співвідношення між ефективністю й результативністю співробітників і витратами.

Запропоновані напрями підвищення ефективності управління людськими ресурсами призведуть до підвищення мотивації працівників, зменшення плинності кадрів, збільшення продуктивності праці і прибутків підприємства, покращать позиції у конкурентному ринковому середовищі [4, с. 296].

Таким чином, дослідивши наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо сутності оцінки ефективності управління людськими ресурсами, сформовано перелік найбільш вживаних підходів та виявлено наявні недоліки. На базі запропонованих критеріїв ефективності управління людськими ресурсами, розроблено напрями для підвищення ефективності систем управління персоналом на підприємстві. Впровадження запропонованих напрямів створить сприятливі умови розвитку підприємств та підвищить їх конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Бутенко І. А., Курносова А. В. Методичні підходи до оцінки ефективності системи управління персоналом підприємства. Економічні інновації. 2015. №60. С. 66–74.
2. Губик Ю. Ю., Беляєв С. С., Багунц О.С. Сутність та зміст поняття «управління персоналом» у системі менеджменту організації. Економіка та суспільство. 2018. №17. С. 216–224.
3. Дудукало Г. О. Механізм забезпечення ефективності управління персоналом машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04. Київ, 2015. С. 20.
4. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом. Київ : Кондор, 2014. 296 с.
5. Череп А. В., Дашко І. М. Методичні підходи до оцінки ефективності використання трудового потенціалу підприємств. Агросвіт. 2012. №15. С. 48–50.

УДК: 339.923

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК НОВА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Ірина Сокіл

sokilirina068@gmail.com

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Олександр Востряков

Креативна економіка є новою моделлю економічного розвитку, що ґрунтується на використанні творчого потенціалу суспільства та підтримці креативних галузей економіки, таких як мистецтво, дизайн, архітектура, музика, відеоігри, кіно та інше. Креативна економіка забезпечує зростання вартості продукції та послуг, зокрема, шляхом створення нових ідей та продуктів, які є результатом творчого процесу. Важливим фактором креативної

економіки є створення нового соціального класу, класу креативно-мислячих людей.

Ще у 2001 році Джон Хокінс, член Консультативної ради з креативної економіки ООН, британський письменник і медіаменеджер зазначив, «креативна економіка» - це сукупність видів економічної діяльності, що базуються на знаннях, творчості, інтелекті, технологіях та інноваціях, які мають високий потенціал прибутковості та створення робочих місць. [1]. Вперше застосував цей термін у своїй книзі «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях». Автор визначає креативну економіку як «творення цінності внаслідок ідей». Пояснює, що це «економічна діяльність суспільства, яка створює ідеї, а не просто звичайні речі». Джон Хокінс застосовує термінологію креативної економіки для 15 типів галузей, від мистецтва до науки і технологій. За його оцінками, в 2000 році креативна економіка коштувала \$2,2 трлн, а її зростання становило 5% на рік.

Також ранні дослідження з креативної економіки належать економісту і соціологу Річарду Флориді та експерту Світового банку Чарльзу Лендрі, у яких креативність розглядається як атрибут успішного розвитку нової економіки. Вважається, що саме вони заклали основи теорії креативної економіки [2]. У своїй роботі «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє» Річард Флорида основою розвитку креативної економіки вбачає принцип трьох «Т»: «технологія, талант і толерантність».

Основна відмінність креативної економіки від традиційного економічного укладу полягає у тому, що головний інструмент у ній – знання, ресурс – інформація, а продукт – інновація. Концепція креативної економіки об'єднує такі розрізнені поняття, як «інформаційна економіка», «економіка знань» та «інноваційна економіка». «Сировина» креативної економіки – талант, який породжує нові, оригінальні ідеї і перетворює їх на економічний капітал і продукти, що продаються. Забезпечуючі чинники – креативний, інноваційний, інвестиційний, виробничий і соціальний менеджмент [4].

Основною перевагою креативної економіки є здатність створювати робочі місця та забезпечувати економічне зростання шляхом стимулювання інновацій та розвитку креативних галузей. Однак, креативна економіка може забезпечувати економічний розвиток тільки в тих країнах, де існує достатній рівень культурного розвитку та творчого потенціалу.

Ключові глобальні тренди розвитку креативної економіки:

- ринок праці майбутнього потребуватиме м'яких, когнітивних, адаптивних та творчих навичок;
- постійний доступ до контенту збільшить потенціал продажу креативної продукції;
- посилення впливу цифровізації та технологій призведе до появи нових "відтінків" індустрій креативної економіки та способів її просування;
- цифровізація креативної економіки потребуватиме належного захисту цифрових прав людини;
- розвиток електронної комерції збільшить масштаби креативного бізнесу;
- сектор інтернет-реклами, що демонструє стрімке зростання, стане одним з головних каналів продажу креативної продукції;
- відбудеться посилення ролі індустрії моди;
- сільські населені пункти розглядатимуться як території з потенціалом розвитку креативної економіки.

Креативна економіка в Україні. У 2021 Громадська організація GoLocal спільно з мозковим центром CMD-Ukraine та Центром розвитку креативної економіки провела дослідження креативної економіки України та міжнародного досвіду.

Як зазначається в дослідженні, ДНК креативної економіки — це здатність генерувати інтелектуальний капітал, який має високий потенціал дохідності, створення робочих місць та експорту, одночасно сприяючи соціальній інклюзії, культурному різноманіттю та розвитку людського потенціалу [2].

В Україні вже існують деякі ініціативи та програми, спрямовані на підтримку креативної економіки, такі як «Креативна Україна» [5], «Платформа культурної спадщини»

[6], «Креативна Київщина», тощо.

У вересні 2022 року Міністерство культури та інформаційної політики України спільно з USAID презентувало грантові програми для підприємців у сфері креативних індустрій в рамках проекту «Конкурентоспроможна економіка України». Заявлені програми спрямовані саме на підтримку конкурентоспроможності компаній і їхнє виживання на внутрішньому й зовнішньому ринках, на підтримку їх економічної активності: діяти не «вглиб», а радше «вшир», охоплюючи більшу кількість підприємців. Креативні індустрії на 90% складаються з ФОПів, 64% з яких закрилися за час війни.

За результатами дослідження індикаторів впливу культури на розвиток країни за методологією ЮНЕСКО, яке провели в рамках програми «Культури і креативності», внесок креативних індустрій у ВВП України становить 4% – майже втричі менше, ніж сільське господарство, трохи менше, ніж гірничобудівна промисловість, і вдвічі більше, ніж будівництво. Порівнювати цей показник із показниками інших країн важко через різницю методологій підрахунку, пояснює Рагнар Сілл. Утім, експерт зауважує, що він усе одно є набагато вищим, ніж очікувалося. Також зазначено, що культурні індустрії забезпечують 3% робочих місць в Україні, а найприбутковішими сферами є телебачення, дизайн та архітектура.

В свою чергу, Тім Вільямс зазначає, що на сьогодні українська ІТ-індустрія дуже успішна в Західній Європі, і креативні індустрії могли б наслідувати її моделі розвитку, якби була відповідна підтримка нетворкінгу, виходу на міжнародний ринок та прозорості цього сектору [3].

Існує кілька напрямів, які можуть сприяти та покращити умови для розвитку підгалузей та видів діяльності в рамках культурних та креативних індустрій України:

- нормотворча діяльність (визнати на законодавчому рівні роль культури та креативності у соціально-економічному розвитку країни; визнати креативну економіку елементом інноваційної та стійкої стратегії розвитку України), підвищувати рівень обізнаності суспільства та здійснювати обґрунтовано регуляторне втручання у функціонування та підтримку креативних індустрій тощо;

- підтримка розвитку необхідної інфраструктури та креативних хабів;

- сприяння креативності та підприємницьким навичкам у системі освіти на всіх рівнях;

- ресурсозабезпечення для міжнародного співробітництва і торгівлі та просувати українські таланти та творчість у всьому світі.

Загалом, підтримка та сприяння розвитку креативної економіки в Україні може мати декілька позитивних наслідків: створення нових робочих місць; збільшення експортних доходів, що сприятиме підвищенню економічного потенціалу країни; розвиток міського середовища, що може підвищити привабливість міст для життя та інвестицій; залучення іноземних інвестицій сприятиме розвитку галузей, які пов'язані з креативністю; розвиток інновацій підвищить конкурентоспроможність української економіки в цілому [4].

Креативні індустрії дають змогу: генерувати прибуток; створювати нові робочі місця, нові індустрії; модернізувати промислові процеси; освоювати нові ринки і створювати «м'які» інфраструктури для культурного туризму; поліпшувати промислову інфраструктуру та інвестиційне оточення; відроджувати міські райони, що прийшли в занепад; посилювати конкуренцію і дати поштовх інноваційному розвитку; забезпечувати зростання торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Економічна правда. Креативна економіка — нова економічна епоха XXI. 10.06.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/10/682634> (дата звернення: 02.04.2023).

2. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст. Концепт креативної економіки. Глобальні тренди. Потенціал та перспективи розвитку креативної економіки в Україні. URL: <https://bit.ly/3gVJvml> (дата звернення: 02.04.2023).

3. Кукса І. М., Петухова Т. О, Ефективна економіка № 12, 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555> (дата звернення: 02.04.2023).

4. Пакуліна А.А., Белоглазова К.В., Пакуліна Г.С. Розвиток креативної економіки в умовах протистояння глобальній кризі. Приазовський економічний вісник. Вип. 3(14) 2019. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/15.pdf (дата звернення: 02.04.2023).

5. Креативна Україна. Офіційний сайт. URL: <https://creativeukraine.org.ua> (дата звернення: 02.04.2023).

6. Піксельовані реальності. Офіційний сайт. URL: <https://pixelatedrealities.org/uk> (дата звернення: 02.04.2023).

УДК 330.431.4:331.105.5 (477)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Іван Томашук

vanja771@icloud.com

аспірант, ННЦ «Інститут аграрної економіки»,

Науковий керівник: доктор філософії (економіка), ст. викл. Інна Томашук

Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця, Україна

Сьогодні економічний розвиток будь-якої країни, так само як добробут її населення, визначається рівнем знань, досягненнями інтелектуальної праці, інновацій, розвитком науки і техніки, інформаційних систем тощо.

Визнаючи креативну індустрію передусім міським феноменом, низка вчених аналізує форми просторової організації креативної економіки, притаманні власне високоурбанізованим територіям: креативні кластери, креативні квартали та центри, арт-галереї, шоу-руми, теле- і медійні платформи, спортивні і мистецькі ініціативи, культурні простори, антикафе та медіатеки, стартапи тощо. Хоча існують наукові підходи, які доводять про необхідність залучення креативної індустрії до розвитку сільських громад, формування креативних просторів та сприяння диверсифікації економіки сільських територій, об'єднаних територіальних громад шляхом децентралізації сфери культури [3; 6].

Особливості креативної економіки як феномена, в основі якого лежать проектне мислення, креативна уява, практична спрямованість, полягають у:

- високій ролі нових технологій і відкриттів у різних сферах діяльності людини;
- інноваційному характері розвитку економіки;
- прориві у сфері ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій);
- мережевому та глобальному характері знань;
- появі нових методів і способів управління людським капіталом;
- формуванні НІС (нових індустріальних країн) як інституційної основи економіки [1].

Україна має значний потенціал до консолідації та перетворення креативних індустрій у високоефективний сектор економіки, який створює робочі місця та отримує валютну виручку. Україна історично є країною багатою на творчий потенціал. Тим не менш, український сектор креативних індустрій досі знаходиться на стадії формування та становлення. Цій стадії притаманне недостатнє розуміння різниці між культурою як суто інтелектуальним зусиллям, побудованим на традиціях і соціальній поведінці, та креативною економікою як використанням творчого таланту для комерційних цілей [2].

Сільські території стикаються з безліччю проблемам, які призводять до втрати

людського капіталу під впливом міграції молоді до міст. Однак є також альтернатива вирішенню цих проблем – це залучення людей, які зацікавлені в житті на селі.

Креативні індустрії передбачають створення та виробництво товарів та послуг з використанням переважно інтелектуального капіталу (тобто креативні товари та послуги характеризує висока творча та інтелектуальна складова).

Крім того креативні індустрії передбачають певний набір науково–обґрунтованих заходів, направлених на виробництво як матеріальних товарів, так і нематеріальних інтелектуальних або художніх послуг з творчим змістом, економічною цінністю та з комерційними цілями.

Представляючи сільські території як привабливе місце для життя з цікавим природним, культурним та історичним потенціалом та адекватною інфраструктурою. У даному контексті, учасників креативного класу приваблюють сільські території за тими ж атрибутами, що приваблюють туристів. Тому варто розвивати сільські території, використовуючи ті самі стратегії, що застосовуються при розвитку туризму. Такий підхід може забезпечити дві цілі – територіальні громади залучатимуть креативних людей та одночасно підтримуватимуть розвиток туризму [3].

Світовий ринок креативних товарів та послуг невпинно зростає у довгостроковій перспективі та відкриває країнам, що розвиваються, нові можливості інтеграції в глобальну економіку та отримання усіх супутніх переваг. На рис. 1 наведено середньорічні доходи провідних світових ринків креативної індустрії у період 2017-2020рр.

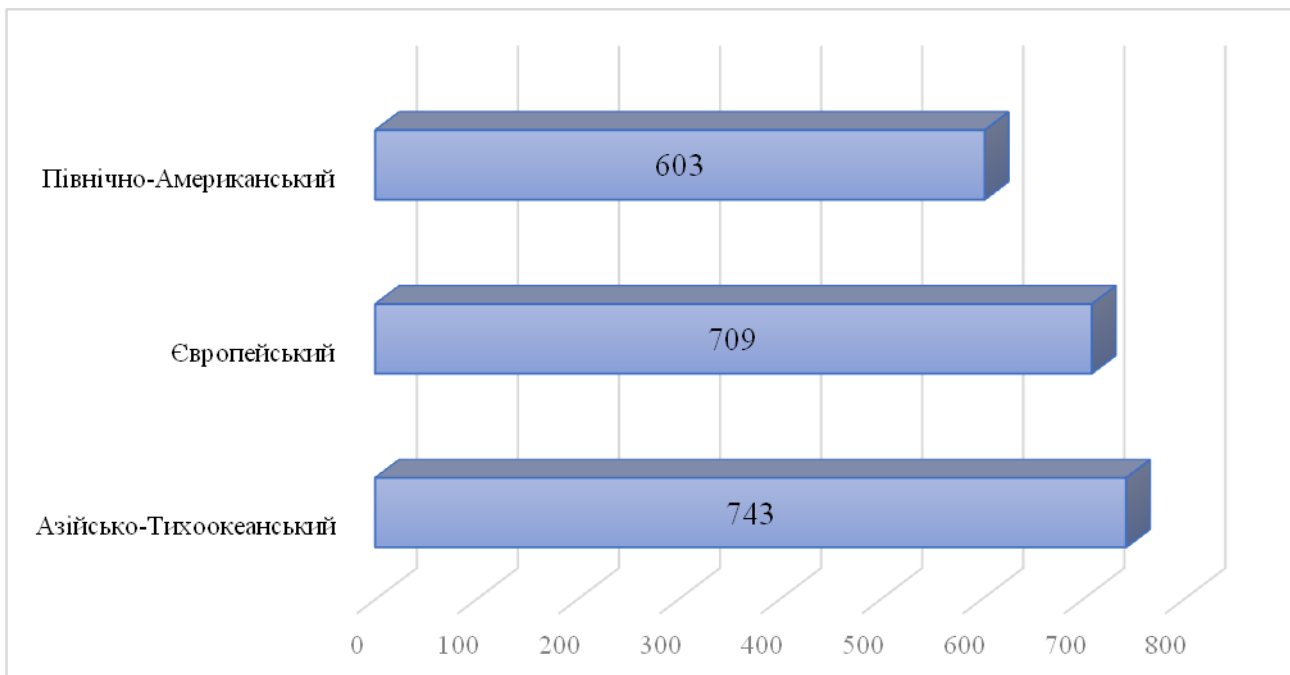


Рис. 1. Середньорічні доходи провідних світових ринків креативної індустрії, 2017-2020 р., млрд. дол. США

Джерело: [1]

Проблема доступу до фінансування є ключовим стримуючим фактором розвитку підприємництва та експорту, і є так само актуальною для компаній, що працюють в секторі креативних індустрій. Підприємства сектору іноді розглядаються як більш ризикові порівняно з іншими бізнесами, оскільки вони зазвичай невеликі за розміром, великою мірою залежать від роаялті, а у структурі власності превалюють нематеріальні активи [2].

Переважна частина учасників ринку, що представляють креативні індустрії, як

правило, є мікро– та малими підприємствами. Креативний бізнес спирається на ініціативу окремих осіб; над переважною кількістю проектів працює команда менше ніж з 10 осіб. Водночас, така структура організації діяльності сектору не виключає ролі більших та великих компаній, а також надпотужних транснаціональних корпорацій, особливо в окремих підсекторах (наприклад, кіноіндустрія). Проте, останні також значною мірою залежать від творчого внеску малих компаній або самозайнятих осіб. Оскільки більшість підприємств у цьому секторі, як правило, є невеликими, створення належного бізнес–середовища для діяльності МСП відіграє вирішальну роль [2].

Уряд України усвідомив потенційні масштаби внеску сектору в національну економіку та зробив конкретні кроки для забезпечення його подальшого розвитку. Зокрема, наслідуючи глобальні тренди, Україна інтегрувала культурний та креативний вимір у свою політичну програму, включно з політичною програмою «Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ» [2].

Креативні індустрії в Україні генерують близько 3,5% ВВП і забезпечують 2% зайнятості. Хоча цей показник є значно нижчим за європейський показник зайнятості (6,5%), але він свідчить про те, що Україна має потенціал для подальшого розвитку сектору [2].

На рис. 2 зображено структуру освоєних капітальних інвестицій у креативній індустрії України у 2020 р.

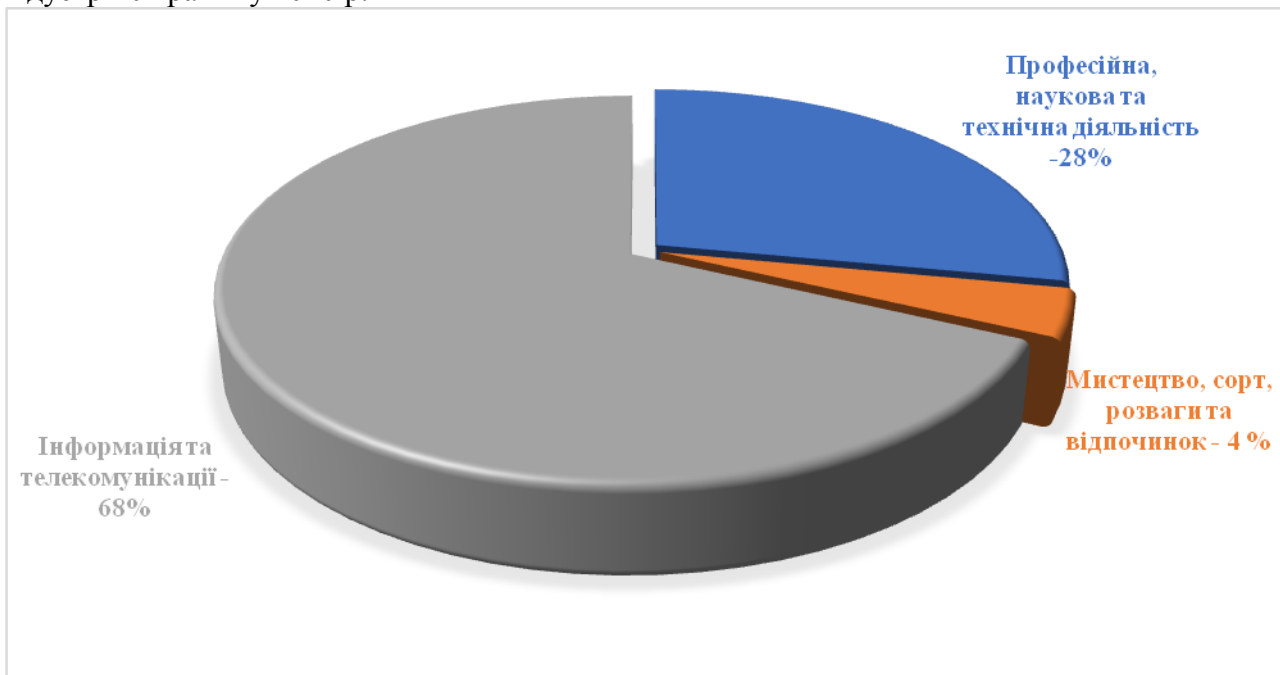


Рис. 2. Структура освоєних капітальних інвестицій у креативній індустрії України у 2020 р., %

* (Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції)

Джерело: [5]

Креативний сільський туризм має подвійний вплив на місцеву економіку, по-перше – це розвиток сталого підприємництва, а, по-друге – покращення соціально-культурних та економічних вимірів місцевих громад. Широкий спектр галузей креативної індустрії створює для сільських територій величезні можливості з планомірного вибудовування унікальних тактик розвитку, забезпечує високий рівень прибутковості в даному секторі економіки.

Список використаних джерел:

1. Карасьова Н.А. Досвід розвинених країн у сфері креативної економіки. *Бізнес-*

інформ. 2019. № 10. С. 30-37.

2. Экспортна стратегія для сектору креативних індустрій 2019-2023. 51 с. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiMxJrfy39AhWTm_0HHRU1B-QQFnoECBIQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.me.gov.ua%2FDocuments%2FDownload%3Fid%3D48737a5a-5253-40c2-bd79-b02f5a5efa8a&usg=AOvVaw1m4HhudIGwAeG9ySOjRazF

3. Просторовий креативний розвиток в країнах ЄС. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjJneW7mID-AhVp_rsIHRSmCVEQFnoECBIQAQ&url=https%3A%2F%2Feconommeneg.btsau.edu.ua%2Fuk%2Fcontent%2Fkreatyvni-st-yak-osnova-strategiyi-turystychnogo-rozvytku-silskyh-terytoriy&usg=AOvVaw1N7_HOu_YUi89fjqASOj9E

4. Щеглюк С.Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації. *Регіональна економіка*. 2017. Вип. 6 (128). С. 143-150.

5. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>

6. Томашук І.В. Брендінгові основи розвитку сільських територій Вінницького регіону. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. № 25. С. 147-155.

УДК 336.71:338.28

РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ФАКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

Ірина Томашук

iryna8000@icloud.com

аспірантка, ННЦ «Інститут аграрної економіки»,

Науковий керівник: доктор філософії (економіка), ст. викл. Інна Томашук

Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця, Україна

Основним трендом розвитку глобальної економіки на сучасному етапі є цифровізація, що являє собою процес поширення цифрових технологій в усіх аспектах бізнесу.

Цифровізація є загальною характеристикою більшої частини сучасних фінансових інновацій і обумовлена зростанням впливу інформаційно-комунікаційних технологій в процесі виробництва і надання фінансових послуг. На даний момент у сфері фінансових технологій відбуваються радикальні зміни, пов'язані з підвищенням рівня автоматизації, відкритості та орієнтованості на споживача. Значення даного інноваційного сектору вельми велике, оскільки глобальне впровадження фінансових технологій щорічно зростає на 15-20% [1].

Фінансові технології або фінтех (англ. мовою від «financial technology», скорочене «FinTech») являють собою порівняно нову галузь не тільки в Україні, але і у всьому світі. Цифрові технології, будучи ядром надання фінансових послуг, стимулюють проникнення інновацій у фінансовий сектор. У табл. 1 представлено основні етапи модернізації фінансової галузі.

Таблиця 1

Основні етапи модернізації фінансової галузі

Етапи	Характеристика етапів
I	• Період, коли технологія електронних комп'ютерних додатків була тільки розроблена і застосовувалася в невеликому масштабі.
II	• Період, коли вітчизняна фінансова галузь поступово реалізує свій віртуальний розвиток.
III	• Період інтеграції фінансової галузі та технології фінансових установ, які беруть активну участь у технологічних інноваціях та будівництві досліджень та розробок, щоб краще адаптуватися до розвитку часу та надавати громадськості більш зручні та турботливі фінансові продукти та послуги.

Джерело: сформовано за результатами дослідження

Порівняно з традиційними установами, що надають фінансові послуги, компанії сегменту FinTech мають низку переваг для споживачів. Вони розширюють можливості клієнтів, надаючи нові послуги за допомогою нових технологічних додатків. Нові цифрові фінансові технології дають змогу клієнтам отримувати доступ до інформації в будь-який час і в будь-якому місці [2; 6].

Компанії, зайняті в зазначеній індустрії, можна умовно поділити на дві групи:

- стартапи, які надають технічні рішення для наявних фінансових компаній;
- стартапи, які працюють безпосередньо зі споживачами фінансових послуг.

У табл. 2 представлено основні напрями діяльності сучасних фінтех-компаній.

Таблиця 2

Основні напрями діяльності сучасних фінтех-компаній

Кількість напрямів	Характеристика напрямів
1	Управління особистими фінансами, тобто впровадження мобільних і десктопних програм, що дають змогу стежити за рухами особистих коштів, отримувати докладні звіти і припущення про майбутні витрати на основі предиктивного аналізу.
2	Платежі – напрям фінансових технологій, що пропонує суттєво прогресивніші підходи до фінансових транзакцій.
3	Кредитування P2P (peer-to-peer) – стартапи у сфері кредитування без участі банківської установи на основі розподілених технологій. P2P-кредитування передбачає отримання/ надання кредитів від людини до людини без участі фінансових установ.
4	Інвестиційні платформи – напрям фінансових технологій, що пропонує автоматизацію інвестування із застосуванням предиктивного аналізу на основі великих даних. Інновації на цьому напрямі полягають в автоматизації процесу прийняття рішень. Створюються спеціальні фінансові сервіси, а саме роботи-консультанти (robots-advisors), які в режимі онлайн автоматично генерують інвестиційні рішення, сформовані на основі обробки інформації за певним алгоритмом. Робот-консультант оцінює інформацію про потенційного інвестора для визначення цілей інвестування та його схильності до ризику. Після оброблення даних про клієнта і доступної інформації з фондового ринку робот-консультант пропонує способи формування оптимального інвестиційного портфеля.
5	Колективне фінансування (краудфандинг) – вид фінансування за допомогою збору коштів на реалізацію будь-якого проекту через Інтернет. Сьогодні найбільш популярними майданчиками для отримання венчурного фінансування лишаються Kickstarter і Indiegogo. Однак ринок відкритий для нових ідей, безліч компаній пропонують свої рішення, що дають змогу інвесторам і стартаперам знайти один одного.
6	Безпека – надання сервісу для банківських установ на основі спрощення та автоматизації питання аутентифікації клієнтів та розроблення заходів щодо боротьби з шахрайством.
7	B2B-фінтех – окремий напрям фінтеху, що вирішує проблеми розрахунків та обміну даними в бізнесі. Останнім перспективним трендом цієї діяльності є розробка смарт-контрактів на основі блокчейна.
8	Грошові перекази. На відміну від стартапів у сфері платежів, компанії цього напрямку працюють над інноваціями, що дають змогу переказувати грошові кошти без участі банківських установ. Як правило, технологія передбачає просту і зрозумілу мобільну платформу та використання альтернативних підходів до аутентифікації клієнтів (наприклад, через соціальні мережі).
9	Аналіз Великих даних, тобто наборів інформації (як структурованої, так і неструктурованої) настільки великих розмірів, що традиційні способи та підходи (здебільшого засновані на рішеннях класу бізнесової аналітики та системах управління базами даних) не можуть бути застосовані до них. Великі дані дають можливість проаналізувати кредитоспроможність позичальника, зменшити час розгляду кредитних заявок. За допомогою Великих даних можна проаналізувати операції конкретного клієнта і запропонувати відповідні саме йому банківські послуги.
10	RegTech – унікальний напрям інновацій, що дає змогу швидко та автоматизовано адаптувати бізнес до змін законодавства та умов ринку.
11	InsureTech – стартап у сфері страхових технологій, що пропонує ринку повністю автоматизовані страхові продукти, зокрема мобільні додатки, взаємодію на рівні Інтернету речей, P2P-страхування, автоматизацію регресних виплат. Сучасному користувачу вже пропонується не тільки сервіс для дистанційного укладання договору через сайт страхової компанії, але й нові види страхування та різні додаткові можливості, наприклад короткострокове страхування через мобільні пристрої, онлайн-доступ до баз даних для зберігання інформації про застраховане майно.

12	Штучний інтелект – впровадження рішень, які дають змогу скоротити найбільш значні витрати фінансових компаній, тобто витрати на персонал.
13	Необанки (банки-челенджери) – це повністю онлайн-банки (без філіальної мережі), побудовані з чистого аркуша на нових технологічних платформах, на відміну від застарілої інфраструктури традиційних банків. Як правило, необанки пропонують більш високі процентні ставки, низький рівень комісій (або взагалі їх відсутність) і більш високий клас обслуговування та підтримки.
14	Криптовалюта – вид цифрових грошей, в якому використовуються розподілені мережі та публічно доступні журнали реєстрації угод, а ключові ідеї криптографії поєднані в них з грошовою системою заради можливості створити безпечну, анонімну та потенційно стабільну віртуальну валюту. До фінтех-стартапів у сфері криптовалют відносяться криптобіржі, обмінники, майнінгові компанії, інвестиційні та ICO-майданчики.
15	Блокчейн – це розподілена база даних, у якій зберігається інформація про кожну транзакцію, вироблену в системі. Використання блокчейн-рішень можливе в будь-якій сфері, зокрема у фінансових технологіях. Найбільш відомим рішенням в банківських транзакціях є платформа Ripple.

Джерело: сформовано за даними [3]

Тенденції зростання популярності фінансових технологій зумовлені постійним запровадженням інновацій для задоволення попиту клієнтів в технологіях, підвищення зручності користування, зростання ефективності та скорочення трансакційних витрат [4].

Фінансова сфера є однією з тих галузей, яка направлена на розроблення й інтеграцію штучного інтелекту для виконання різних операцій. За даними Autonomous Research до 2030 року фінансовий сегмент заощадить близько 1 трлн дол. за допомогою використання штучного інтелекту [5]. Перевагами впровадження є скорочення витрат, запобігання шахрайству, підвищення ефективності і якості наданих послуг, можливість надання клієнту більш персоналізованих послуг на основі одержаних даних про нього тощо.

Банківництво є тією сферою, де штучний інтелект та інші фінансові технології відіграють наразі чи не найважливішу роль у наданні послуг споживачам.

Функціонування FinTech-компаній створює деякі загрози конкурентним позиціям традиційних банків на ринку фінансових послуг, але водночас є одним із вирішальних факторів розвитку сучасного банківництва.

Список використаних джерел:

1. Гаватюк Л.С., Зубик І.М. Подальший розвиток фінансових технологій та цифрова трансформація під впливом Covid-19. *Часопис економічних досліджень*. 2021. №1 (1). URL: <https://journals.chnu.edu.ua/index.php/err/article/view/149/92>
2. Дудинець Л.А. Розвиток фінансових технологій як фактор модернізації фінансової системи. *Глобальні та національні проблеми економіки. Серія: гроші, фінанси і кредит*. 2018. Вип. 22. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/149.pdf>
3. Паперник С.М. Що таке фінтех. URL: <http://www.management.com.ua/notes/what-is-fintech.html>.
4. Балицька М.В., Бровенко К.С. Фінансові технології як драйвер розвитку фінансових ринків. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 9. С. 59-65.
5. How AI is Disrupting the Financial Services Industry. October 2020. URL: <https://www.cardrates.com/news/autonomous-next-shows-how-ai-impacts-the-financial-industry/>
6. Томашук І.В. Вплив глобалізаційних процесів на сучасні економічні системи. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2022. № 1(59). С. 153-165.

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Інна Томашук

tomashuk.inna@ukr.net

Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця, України

доктор філософії (економіка), старший викладач

кафедри економіки та підприємницької діяльності

Все більша частка вартості в світі створюється на стадії досліджень і розробок, маркетингу, обслуговування. Знання сприяють виникненню нових видів діяльності, виробництв рушійною технологій, соціального розвитку та забезпечення добробуту і якості життя людей. Нові технології сприяють прискоренню виробництва нового знання і, як наслідок, економіка перетворюється в систему, що функціонує на основі обміну знаннями і супроводжується їх взаємною оцінкою [1].

У даному контексті, провідні економісти відводять креативності велику роль в економічному, культурному, соціальному розвитку країн. «Креативність» з перекладу означає «творчість» або «створення з нуля».

Сучасна економічна система як в розвинених країнах, так і в країнах так званого наздоганяючого розвитку, усе більшою мірою розвиваються у напрямі інтелектуалізації економіки, головним результатом якої є нові ідеї, що комерціалізуються в інновації, особливо це помітно у творчій сфері людської діяльності [2].

Ознаки креативної економіки:

- безперервний інноваційний розвиток, суттєва роль людського капіталу в інноваційному розвитку країни;
- інвестиції в нові товари, послуги, технології, розвиток людини;
- велика частка наукомісткої продукції у ВВП; конкуренція на основі інновацій;
- спеціалізація та кооперація у сфері інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів;
- захист об'єктів інтелектуальної власності. У табл. 1 наведено класифікацію креативних індустрій.

Таблиця 1

Класифікація креативних індустрій

Креативні індустрії								
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Культурні об'єкти	Художня творчість	Видавнича діяльність	Дизайн	Креативні послуги	Нові медіа	Аудіовізуальна творчість	Виконавські види мистецтв	Традиційні види культурного самовираження

Джерело: сформовано автором за результатами дослідження

Креативна економіка в широкому сенсі – це економічні відносини, що виникають у взаємодіях господарюючих суб'єктів стосовно обміну і споживання продуктів інтелектуальної діяльності, що ґрунтуються на інтелектуальній власності [2].

Новий виток процесів глобалізації з одночасним посиленням регіоналізації, модернізації і трансформації господарських систем на базі нового технологічного устрою в останні десятиліття висуває креативний тип розвитку, спрямованість і темпи якого

визначаються людиною як генератором нововведень. У концепції креативної економіки сьогодні формуються принципово нові соціально-економічні і культурні моделі, нові типи креативних соціально-економічних відносин [2]. На рис. 1 представлено напрями розвитку креативного потенціалу українського суспільства.

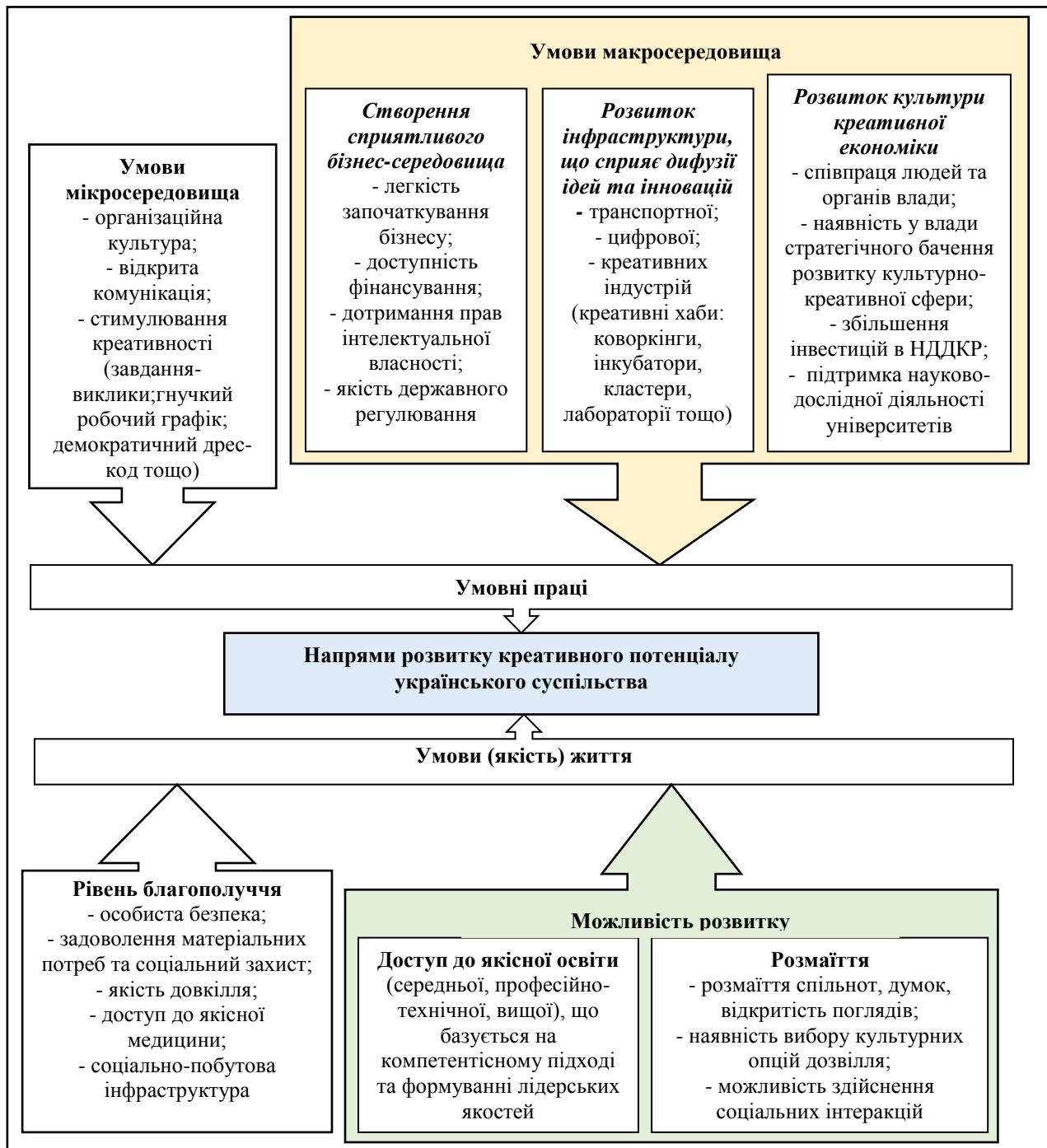


Рис. 1. Напрями розвитку креативного потенціалу українського суспільства
Джерело: сформовано на основі [3]

Вимір креативності економіки можна охарактеризувати рівнем Глобального індексу креативності, що являє собою сукупність індикатор, які охоплюють три субіндекси: індекс толерантності, індекс талантів та індекс розвитку технологій, методика розрахунку якого наведено у табл. 2.

Наразі креативна економіка стає основою світової економіки. Сучасні швидкі зміни в

глобальних процесах творення і впровадження винаходів свідчать про те, що вся економіка майбутнього буде креативною. Креативність економіки є визначенням її якості, так само як і ефективність. Економічний вимір креативності полягає у виявленні її впливу на підприємництво, генерування і стимулювання інновацій, підвищення продуктивності та економічне зростання [4; 5].

В Україні вже починає формуватися кластер креативних індустрій – це індустрії, що походять з індивідуальної творчості, навичок і талантів, та мають потенціал до формування добробуту і створення робочих місць через генерування та економічну реалізацію об'єктів інтелектуальної власності [4; 6].

Таблиця 2

Методика розрахунку Глобального індексу креативності

Інтегральний індекс	Індекси	Субіндекси	Показники
Глобальний індекс креативності (визначається як середнє арифметичне трьох індексів).	• Глобальний індекс талантів (середнє арифметичне двох субіндексів).	• Глобальний креативний клас.	• Відсоток працівників креативного класу у загальній кількості зайнятих.
		• Глобальні освітні досягнення.	• Відсоток осіб, що здобувають освіту (професійно-технічну, вищу), у віковій групі, що охоплює п'ять років після закінчення середньої школи.
	• Глобальний індекс технологій (середнє арифметичне двох субіндексів).	• Глобальні інвестиції в НДДКР.	• Обсяг інвестицій у НДДКР у відсотках від ВВП країни.
		Глобальні інновації.	• Заявки на патенти на млн осіб.
	• Індекс толерантності (середнє арифметичне двох субіндексів).	• Глобальна толерантність до етнічних та расових меншин.	• Відсоток респондентів, які вважають, що громада, у якій вони проживають, є хорошим місцем для етнічних і расових меншин.
		• Глобальна толерантність до геїв та лесбійок.	• Відсоток тих, хто повідомляє, що їхні громади є хорошим місцем для проживання геїв та лесбійок.

Джерело: сформовано автором за результатами дослідження

Креативна економіка нині розглядається як нова модель економічного зростання. Існує прямий зв'язок між рівнем креативності суспільства та рівнем добробуту тієї чи іншої країни.

За даними ООН, темпи зростання креативної економіки вдвічі перевищують темпи зростання сфери послуг і в чотири рази перевищуючи темпи зростання сфери промислового виробництва. Наразі галузі креативної економіки забезпечують майже 30 мільйонів робочих місць по всьому світу. У цій сфері працевлаштовано більше людей віком 15-29 років, ніж у будь-якому іншому. За останніми прогнозами, сектори креативної економіки становитимуть близько 10 % світового ВВП протягом наступних років.

Список використаних джерел:

1. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст. https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf
2. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. Львів, 2017. 528 с.
3. Гринчук Ю. С., Коваль Н. В. Креативний потенціал України: аналіз, напрями розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 6-15.
4. Гуменна О. Розвиток кластеру креативних індустрій в Україні. <http://ukraine2030.org/uk/blog/view/104-Rozvitok-klasteru-kreativnih-industrij-v-Ukrayini>
5. Томашук І.В. Брендінгові основи розвитку сільських територій Вінницького регіону. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове*

господарство. 2019. № 25. С. 147-155.

6. Томашук І.В., Мулик М.В. Інноваційна складова конкурентоспроможності національних економік на сучасному етапі глобального розвитку. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 1. С. 78-83.

УДК 005.942.2(043.3)

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНИХ УМОВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Борис Турпітько

borys.turpitko@kneu.ua

КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

к.е.н., доцент Наталія Шевчук

Особливістю розвитку сучасних економічних систем усіх рівнів є взаємозв'язок з інноваційним характером переходу від індустріального до нового типу суспільства – постіндустріального, в якому системоутворююче значення набувають кодифікована інформація, знання, креативне мислення. Якщо у системі координат індустріального суспільства підстава економічного розвитку мислилася у марксистській логіці поєднання праці та капіталу, то системоутворюючою основою «нового економічного простору» стають ресурси інформації та знання, введення яких в регулярні економічні відносини, дозволяє фундаментально переоцінити логіку формування економічних результатів в процесах суспільного виробництва [1]. Знання як нематеріальний інтелектуальний ресурс, продукт колективної діяльності, уособлюючи в собі весь спектр організаційних уявлень і технологій, стає новою підставою для аргументації меж економічного суб'єкту як системи, яка є відмінною від ринку наявністю унікального знання – інформації, що аналізується та концентрується у визначених організаційних цілях [2-3].

Узагальнення постіндустріальної специфіки бізнес-середовища дозволяє говорити про те, що мета «нової економіки» полягає у тому, щоб основні знання про світоустрій та людину «змусити працювати на благо суспільства». Спостерігається тенденція гуманізації процесів суспільного виробництва, що в свою чергу, зумовлює глибокі кількісні та якісні зміни в системі індивідуальних та суспільних потреб, які є першопричиною формування результатів у сфері економічної діяльності: «потреби виступають першопричиною, наслідком створення і функціонування соціально-економічних систем різних рівнів, що проявляється у їх структурі, цілях, способах функціонування тощо.

В сучасних економічних умовах розширюються критерії корисності, до їх складу включаються нові елементи, які під впливом зовнішніх умов перетворюються на внутрішні мотиви споживачів. Окрім максимізації корисності, споживач може переслідувати інші цілі – альтруїстичні, благочинні та інш. Зростаюча динаміка потреб у напрямку соціальних, духовних, творчих детермінує зміни у інформаційній насиченості ринків. Товари стають все більш складними, в них вкладається все більше інтелекту, інформації, знань. Тенденція інтелектуаломісткості більшості товарів матеріального виробництва, зростання когнітивної складової у вартості економічних благ призводить до когнітивізації потреб, а товари перетворюються на «згустки знань». Ціна таких товарів визначається в основному не собівартістю «заліза», а сконцентрованих в них інформації, інтелекту та знаннях.

За сучасних умов діяльності підприємств, потреби визначають спрямованість стратегії, на сутнісному рівні характеризують її функціональне призначення. Визначені тенденції змін суспільних потреб, їх глибина, масштабність та перманентність відповідним чином вплинули

на особливості стратегічного управління підприємствами та за умов «нової економіки» зумовили розвиток даної теорії на новій методологічній основі. В наукових публікаціях щодо проблематики стратегії підприємства основний дослідницький акцент зроблено на визначення передумов, стратегічних напрямків, дій та механізмів реалізації, спрямованих на досягнення очікуваних економічних результатів. Якісне ускладнення постіндустріальних умов суспільного виробництва спричинило відповідні зміни у розвитку сучасної теорії стратегічного менеджменту, яка сьогодні формується під впливом різних наук – економіки, соціології, психології, політології, тощо. Усі вони привносять в стратегічну теорію логіку, що є притаманною кожній з визначених областей знань. Міждисциплінарність теорії стратегічного управління зумовлена багатоаспектністю (двоїстістю) її основної проблеми досліджень – виявлення причин і механізмів різної поведінки та економічних результатів підприємств.

Стратегічно-орієнтована методологічна основа визначення економічних результатів діяльності підприємства базується на тому, що процеси цільової діяльності, як основи дослідження економічних результатів, наповнюються проблематикою цінності, але не тільки в аспекті економіки, а і її суспільному розумінні. Тобто, набувають значення такі структуроутворюючі компоненти цінності, як зміст, значення, переживання, що безпосередньо визначає логіку стратегічного процесу на підприємстві та відповідно формує бачення щодо результатів, як наслідків діяльності.

Список використаних джерел:

1. Stonier T. *The wealth of information: a profile of the post-industrial economy*. London: Methuen, 1983. 224 p.
2. Nonaka I. *A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation*. *Organization Science*. 1994. Vol. 5, No. 1. P. 14-37.
3. Teece D. *The dynamic capabilities of firms : an introduction*. *Industrial and corporate change*. 1994. Vol. 3, No. 3. P. 537-556.

Наукове видання

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ
СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

Збірник матеріалів
XV Всеукраїнської науково-практичної конференції.
(Черкаси, 19-20 квітня 2023 р.)

Тексти друкуються в авторській редакції

Відповідальні за формування збірника:
Азьмук Надія Анатоліївна
Кузнецова Наталія Богданівна
Боровик Тетяна Михайлівна

Гарнітура Times New Roman. Ум. др. арк. 17,69.

Україна, 18028, м. Черкаси, вул. Вячеслава Чорновола, 243
тел. (0472) 64-10-00; E-mail: public@csbc.edu.ua
URL: [www. http://csbc.edu.ua](http://csbc.edu.ua)