

THE JAN KOCHANOWSKI UNIVERSITY

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

**DIGITALIZATION OF THE ECONOMY
AS A FACTOR IN THE SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF THE STATE**

September 23-24, 2022

Proceedings of the Conference

**Kielce, Poland
2022**

UDK 33(082)

Di417

Organising Committee

Andrzej Pawlik	Professor, dr hab., Head of the Microeconomics Department, State University of Jan Kochanowski, Poland.
Pawel Dziekański	dr., Professor, State University of Jan Kochanowski, Poland.
Bogoyavlenska Yuliya	Ph.D, Assistant Professor in Economy, Department of Personnel Management and Labour Economics Zhytomyr State Technological University, Ukraine.
Rita Bendravičienė	Dr. of Management and Administration, Associate Professor, Dean of Faculty of Economics and Management, Vytautas Magnus University, Lithuania.
Galina Ulian	Professor, Dr. of Economics, Dean of Faculty of Economic Sciences, State University of Moldova.
Natia Gogolauri	Professor, Dr. of Economics, Head of Quality Assurance, New Higher Education Institute (NEWUNI), Georgia.
Martina Diesener	Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Economics and Management Science, Universitat Leipzig, Germany.
Olga Chwiej	Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland.
Shaposhnykov Kostiantyn	Professor, Dr. of Economics, Head of Black Sea Research Institute of Economy and Innovation, Ukraine.
Yuliana Dragalin	Ph.D, Dr. of Economics, As. Professor, Dean of Faculty of Economic Sciences, Free International University, Moldova.

Digitalization of the economy as a factor in the sustainable development of the state: International scientific conference (September 23-24, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2022. 252 pages.

Contents

WORLD ECONOMY: NEW CHALLENGES AND INNOVATIVE FORMS OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Anton Zhuchkov

IINNOVATIVE APPROACH IN THE WORK
OF THE CUSTOMS FOR TRADE FACILITATION
AND NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT 1

Alla Kiziun

FEATURES OF THE RISKS OF INNOVATIVE ACTIVITIES
OF TOURISM ENTERPRISES 5

Oksana Melnichuk, Tatiana Pavlyuk

IMPROVEMENT OF THE INTERNATIONAL COMPANY'S EXPORT 9

Volodymyr Mishchenko, Svitlana Mishchenko

LOCALIZATION REQUIREMENTS
ON THE ACTIVITIES OF INTERNATIONAL COMPANIES..... 14

Valentyna Khachatryan, Viktoriia Stratiichuk

INNOVATIONS IN INTERNATIONAL BUSINESS –
A DRIVER OF THE NATIONAL ECONOMY RECOVERY 18

ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY, MODERNIZATION OF NATIONAL MODELS OF ECONOMIC SYSTEMS

Andrzej Pawlik, Paweł Dziekański

ENTREPRENEURSHIP AS AN OPPORTUNITY
FOR THE DEVELOPMENT OF THE ŚWIĘTOKRZYSKIE REGION 22

Bogdan Borodin

MODERN ECONOMIC TRANSFORMATIONS IN UKRAINE..... 26

Valeriia Kornivska

DIGITAL FINANCE IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW
AND POST-WAR RECOVERY IN UKRAINE..... 29

Dmytro Lazarenko, Nataliia Trushkina, Viktor Utkin

CURRENT ISSUES OF THE FORMATION
OF CLUSTER STRUCTURES
ON THE BASIS OF SMART SPECIALIZATION 33

Stanislav Mykhailov THE IMPORTANCE OF PUBLIC ADMINISTRATION IN CRISIS SITUATIONS.....	37
Yelyzaveta Mykhailova, Nataliia Savina ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF EDUCATION IN THE CONTEXT OF INFORMATION WARFARE.....	41
Yuliia Perekhuda THE IMPACT OF UNCERTAINTY ON THE FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF LIVESTOCK PRODUCTS	45
Oleksandr Piriashvili CHARACTERISTICS OF PRODUCTIVITY IN RAILWAY TRANSPORT OF UKRAINE IN THE PRE-WAR PERIOD	51
Maryna Riabenka, Valentyna Postova IMPROVING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES	55
Mykola Skopen, Liudmyla Krasavtseva, Oleksandr Budya INDEX ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF TOURIST ACTIVITIES IN UKRAINE.....	60
Olena Khytra MULTI-LEVEL AND COMPLEXITY OF TOURIST BRANDING AS A PREREQUISITE FOR ITS EFFICIENCY	65
 DIGITAL BUSINESS TECHNOLOGIES: E-COMMERCE AND VIRTUAL TRADE	
Mariia Bahorka, Nataliy Yurchenko MODERN INTERNET MARKETING TOOLS.....	70
Dmytrii Mykov INTERNET MARKETING AS A COMPONENT OF ELECTRONIC COMMERCE	75
 ENTERPRISE ECONOMICS AND CORPORATE GOVERNANCE: MODERNIZATION OF BUSINESS PROCESSES	
Iryna Mazurkevych, Iryna Vysiuk PERSPECTIVES OF FORMING LOYALTY OF COFFEE HOUSES CONSUMERS IN MODERN CONDITIONS	78

Volodymyr Merezhko	
FACTORS' ANALYSIS INFLUENCED ON THE LEVEL OF FINANCIAL AND ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISES.....	82
Dmytro Onopriienko	
MODERN APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE POTENTIAL.....	86
Nataliia Sarai	
CATEGORY MANAGEMENT AS A FACTOR OF THE MICROENVIRONMENT IN THE MANAGEMENT OF THE ASSORTMENT OF GOODS IN TRADE	90
Olga Sopotsko	
PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF PERISHABLE FOOD SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION.....	95
Kateryna Trofymenko	
INSTRUMENTS OF DIVERSIFICATION OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF TRADE AS A MEANS OF SAFEGUARDING IN MODERN CONDITIONS	98
Svitlana Frunza	
PROFESSIONAL COMPETENCE DEVELOPMENT STRATEGY MODEL AT INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	102
Serhiy Shevchenko	
WAR AND POST-WAR RISKS IN THE RISK MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE	106
 PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ELEVATORS	
Oksana Domina	
MARKETING DEVELOPMENT IN UKRAINE AND FINLAND DURING THE WAR: HISORICAL PARALLE	110
Nataliia Korz	
DIGITAL COMPETENCIES: CHALLENGES AND REALITIES OF RECRUITING.....	113
Oleksandra Lutsenko	
INTERNET ADVERTISING AS A MEANS OF PRODUCT PROMOTION	117

Natalya Tubaltseva, Natalia Hryshyna, Elizaveta Avramenko THE IMPACT OF DIGITIZATION ON THE SERVICE SECTOR DEVELOPMENT	121
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

CROSS-BORDER COOPERATION, DECENTRALIZATION AND REGIONAL ECONOMICS

Iryna Allahverdiyeva AGRICULTURAL INSURANCE AS A CONDITION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS OF THE REGION: THEORETICAL CONCEPTUALIZATION	124
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

ECONOMICS OF NATURE USE AND MODERN PROBLEMS OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

Vladyslav Palamarchuk, Olga Vasilishina PROSPECTS FOR THE TRANSITION OF FARMS TO ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ENERGY SOURCES	127
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Natalia Chorna ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF TOURISM AND POSSIBILITIES OF SOLVING THEM.....	132
------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

DEMOGRAPHY AND SOCIAL POLICY: AN INNOVATIVE CONTEXT

Viktor Harbar, Larysa Osipova SOCIAL PROGRAMS AS A TOOL OF SOCIAL POLICY	136
------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Olena Krasnyak ECONOMIC SOCIALIZATION AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE INNOVATION POTENTIAL OF THE COUNTRY	140
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Liliya Martynova UKRAINE TODAY – PROBLEMS AND CHALLENGES.....	144
-------------------------------------------------------------------------	-----

Anton Nepyталиuk, Oksana Kulhanik SOCIAL POLICY IN A DEVELOPMENT CONTEXT: DEMOGRAPHIC DIMENSION	148
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT: NATIONAL FEATURES AND WORLD TRENDS

Anna Datsenko, Iryna Hladii, Liudmyla Maister INTERNAL CONTROL SYSTEM OF INSURANCE COMPANIES.....	152
Tetiana Kytaichuk, Iryna Krupelnytska, Vitalii Pokynchereda RISKS OF FORMAL INVENTORY.....	156
Inna Kopchykova, Nataliia Kotseruba, Olena Kudyrko FEATURES OF DISPLAY IN THE ACCOUNT OF THE PROCESS OF RECEIPT AND SALE OF GOODS IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY.....	159
Larysa Luhosh ORGANIZATION OF FINANCIAL ACCOUNTING OF CURRENT LIABILITIES IN THE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM.....	164
Oksana Stepanenko NON-CASH PAYMENTS: FEATURES OF ACCOUNTING AND DOCUMENTATION	168
Tetiana Shtets STRUCTURAL AND FUNCTIONAL ELEMENTS OF DIGITALIZATION OF ACCOUNTING PROCESSES	173
 FINANCE, INSURANCE AND STOCK EXCHANGE BUSINESS: MODERNIZATION OF THE STRATEGIC PORTFOLIO	
Yuliia Verheliuk ADAPTATION OF THE BANKING SERVICES MARKET IN UKRAINE TO THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW.....	178
Elmira Hataullina, Lina Marshuk PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INVESTMENT ACTIVITIES AND STRATEGIES ON THE STOCK MARKET IN UKRAINE.....	182
Oksana Horbachova, Kateryna Kushnirova ACTUARIAL CALCULATIONS IN THE PENSION INSURANCE SYSTEM	186
Tetiana Horvat APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF METHODS OF STATE REGULATION OF THE ECONOMY	191

Serhii Kanyhin	
NATURAL LANGUAGE PROCESSING IN FORECASTING FINANCIAL MARKETS	195
Olena Prutska, Anastasiia Abdullaieva	
DIGITALIZATION OF THE FINANCIAL SECTOR IN NEW INSTITUTIONAL STRATEGY OF THE NATIONAL BANK OF UKRAINE.....	199
Yurii Radionov	
NEW APPROACHES TO INCREASING THE EFFICIENCY OF THE USE OF BUDGET EXPENDITURES	204
Veronika Cherneha, Nataliia Timoshenko	
CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF TREASURY SERVICE OF BUDGETS	208

MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ECONOMY

Nataliia Dobrovolska, Svitlana Merinova	
THE MODEL OF ENTERPRISE LOGISTICS COSTS MANAGEMENT TAKING INTO ACCOUNT THE TIME FACTOR.....	211
Myroslav Datsko, Oleksandr Kosovan	
ANALYSIS AND FORECASTING OF THE DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE DURING THE WAR IN UKRAINE	215
Vadim Romanuke, Liudmyla Husak	
EXPERT DATABASES AND EXPERT ESTIMATIONS IN BUILDING MATHEMATICAL INTERPRETATIONS AND MODELS FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP SUBJECTS.....	219

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

Volodymyr Mishchenko, Svitlana Naumenkova	
DIGITALIZATION OF INFORMATION SUPPORT OF THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM.....	223

INNOVATION IN BUSINESS EDUCATION

Oksana Bondar-Pidhurska, Yulia Lazarenko MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY: THEORETICAL ASPECT	228
Iryna Zapadynska INNOVATIONS IN EDUCATION: NECESSITY, ESSENCE, CONTENT.....	231
Iryna Semeniuk, Natalia Makhnachova ENTREPRENEURIAL EDUCATION OF IDP WOMEN AND IMMIGRANT WOMEN AS A TOOL TO OVERCOME THE CRISIS IN THE LABOR MARKET.....	235
Alla Ternova EDUCATION: PERSPECTIVES OF USE.....	238

WORLD ECONOMY: NEW CHALLENGES AND INNOVATIVE FORMS OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Anton Zhuchkov, Postgraduate Student
State Tax University
Irpin, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-1>

IINNOVATIVE APPROACH IN THE WORK OF THE CUSTOMS FOR TRADE FACILITATION AND NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT

The full-scale invasion of Russian Federation caused significant damage to many enterprises, forcing them to urgently rebuild the established production system, without the possibility of attracting additional funds support, often due to the destruction of production facilities and labor force outflow due to forced resettlement. At the same time, the necessity to support the national economy, encourage production and contribute to new jobs creation, search for new opportunities important for our state, designates the need to optimize business processes not only of the enterprises themselves, but also regarding the interactions of all participants in the field of international trade. Customs is an important link that plays an essential role in the processes of cross-border cooperation, providing the necessary assistance and, at the same time, implementing effective control measures that guarantee compliance with national legislation, appropriate revenues of the state budget, as well as public safety and protection [1]. Today, it is very important that the Ukrainian customs has a possibility to ensure both the maximum simplification of customs clearance and control procedures, as well as legal compliance, to guarantee the economic and financial security of the state. Cases of tax avoidance or improper use of preferential treatments, illegal obtaining of competitive advantages at this time especially harm honest entrepreneurs and manufacturers, and thereby become an obstacle to the support of the Ukrainian economy. Preventing violations leading to decrease of state budget income is considered currently to be the most pressing issue. At the same time, a fundamental restructuring of the processes, even aimed to improve them, cannot be implemented at the moment, given the

impossibility of financing during the martial law period. Along with this, there is no doubt that the need to strengthen control over the tax compliance and all due payments filling the state budget is of primary importance.

Therefore, it is relevant now to talk about the improvement of certain elements of the customs control system, which does not require a large-scale reorganization or the involvement of significant funds. Prevention of misdeclaring and misinvoicing, namely understating the customs value which is the basis for calculating the corresponding payments, is one of the priority tasks for the Ukrainian customs today. The most appropriate way to implement this is to improve the analytical work, in particular by transforming the elements of the analysis. The experience of other countries of the world has shown that application of mathematical methods of analysis and enhancing the data transparency for economic operators engaged in the foreign trade, effectively contribute to the improvement of their virtuous tax behavior [10].

In recent years, even more studies have been conducted exploring the influence of psychological factors on the financial behavior of economic agents [4; 6; 9]. The behavioral approach has already been successfully applied in many countries, for example Australia, Canada, Denmark, France, Germany, Netherlands, Lithuania, Singapore, the U.S. and the UK. [10]. In studies of the reasons and prerequisites for non-payment of taxes, the behavioral aspect was thoroughly studied [3; 6]. Scientific discoveries in psychology and behavioral economics of the last two decades have shown that the organization of the decision-making process is a key factor in the effectiveness of any human activity. One of the greatest achievements of behavioral economics is not only the determination of the causes and factors influencing behavior, but also the development of technologies for its modeling, for example, by changing the choice architecture or according to the theory of planned behavior [2; 3].

The economic context of the difficulties currently faced by business in Ukraine is, in its own way, one of the stress factors that significantly affects the behavior of economic agents, namely the decision-making process. Emotions, socially acceptable ethical standards, level of trust in state authorities, subjective attitude to profit gaining, awareness of punishment are just some of the factors that influence the decision-making process by the taxpayer, as a result of which the due taxes will be paid comprehensively, or, on the contrary, legal norms could be violated in order to increase personal income or the profit of the company [8; 11].

Information support, a clear understanding of processes, availability of knowledge, transparency of information, and trust in its sources are crucial

to prevent the unwanted influence of such factors. Changing the form of the information unit of the analysis system can improve this process both for business and customs. Reliable information sources, on the one hand, ensure the perception and acceptance by the public, on the other hand, due to accessibility and certainty, they will not leave the possibility of using unreliable data [5; 9]. The creation of a reliable and understandable information unit allows to reduce cognitive biases, automatic thinking and ready-made patterns of decision-making. It will also contribute to the formation of a higher level of trust, which allows business, involved in foreign trade, to feel more confident, plan and develop different projects. Precautionary measures are more effective in application, since the prevention of negative consequences requires fewer resources and is more appropriate than taking special measures to eliminate them [7; 9].

The development and application of a mechanism for the use of price information, in accordance with the current norms of international customs law, is implemented into the practice of customs services of many countries of the world and is a key element of the modern revenue protecting strategy of the World Customs Organization (hereinafter referred to as the WCO), aimed at simplifying legal trade and preventing fraud. It is possible to improve customs control in the field of customs valuation and by creating an information bank of data on goods and their value provided that both business and customs can use it for customs clearance purposes. An example of the development of such a database is, for example, the methodology of the Joint Research Center of the European Commission. The proposed method involves the detection of price deviations in the data declared during customs clearance, using the methods of mathematical statistics.

As a result of such work, two key problems are solved: cases that may be fraudulent are detected clearly, and reference values of the goods prices' levels are formed which can be used in the risk analysis system. Herewith, among the advantages of the information data bank the most important ones should be named:

- impartiality due to the automated formation of a statistical sampling from the data entering the system;
- transparency and availability of information for the participants of the FEE, functioning in accordance with the recommendations of the WMO and international customs legislation.

The role of such an informational unit is to change the architecture of the choice in the direction of a rational, well-informed decision from the position of integrity.

In the context of the declaration of goods, this format makes it possible to eliminate negative psychological factors and biases influencing the decision-making process, to promote a conscious and honest attitude to the declaration process, to use modern behavioral technologies – nudging towards the optimal decision, which will help avoid negative consequences in the future.

References:

1. What is Securing and Facilitating Legitimate Global Trade. Available at: <http://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/overview/customs-procedures-and-facilitation.aspx>.
2. Bani-Khalid T, Alshira'h AF, Alshirah MH. (2022) Determinants of Tax Compliance Intention among Jordanian SMEs: A Focus on the Theory of Planned Behavior. *Economies*, 10(2):30. DOI: <https://doi.org/10.3390/economies10020030>.
3. Mohamed M. B. (2016) Import tax compliance: a study of customs agents in Malaysia utilising the theory of planned behaviour. PhD thesis. University of Nottingham, 321 p.
4. Surugiu, M.-R.; Mazilescu, C.-R.; Surugiu, C. (2021) Analysis of the Tax Compliance in the EU: VECM and SEM. *Mathematics*, no. 9, 2170. DOI: <https://doi.org/10.3390/math9172170>.
5. Perrotta, D.; Cerasa A.; Torti, F. and Riani, M. (2020) The Robust Estimation of Monthly Prices of Goods Traded by the European Union. A technical guide. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 27 p. ISSN 1831-9424; ISBN 978-92-76-18351-8; doi:10.2760/635844.
6. L. Batrancea, R.Nichita, I. Batrancea, B. Moldovan. (2012) Tax Compliance Models: From Economic to Behavioral Approaches. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, no. 8, p. 13–26.
7. Stankevicius, E., Leonas, L. (2015). Hybrid approach model for prevention of tax evasion and fraud Proceedings of the *20th International Scientific Conference Economics and Management, Procedia – Social and Behavioral Sciences*, no. 213, pp. 383–389.
8. I. H. Putong, A. Laksmana, I M. Narsa (2016) The Effect of Vertical and Horizontal Trust on Voluntary Tax Compliance (An Experimental Study). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 84, pp. 15–19.
9. J. Alm, L.Cifuentes, C. Niño, D. Rocha. (2018) Can Behavioral “Nudges” Improve Compliance? *The Case of Colombia Social Protection Contributions. Games*, no. 10, p. 43. DOI 10.3390/g10040043.
10. Behavioral science around the world. World Bank Group. Available at: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/710771543609067500/pdf/132610-REVISED-00-COUNTRY-PROFILES-dig.pdf>.
11. A. Zhuchkov. (2021) Behavioral Aspects In Misinvoicing Research and Combatting. International Scientific Conference Innovation in Science: Global Trends and Regional Aspect: Conference Proceedings, March 12–13, Riga, Latvia: ISBN: 978-9934-26-050-6 DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-050-6-34>.

FEATURES OF THE RISKS OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF TOURISM ENTERPRISES

ОСОБЛИВОСТІ РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Індустрія туризму є багатогалузевим виробничим комплексом. Крім типових сервісних підприємств (підприємства з розміщення, харчування туристів, транспортні підприємства, туристичні фірми тощо), індустрія туризму включає також і підприємства виробничої сфери (з виробництва туристичного спорядження та інвентарю, спорттоварів, одягу для відпочинку та туризму, сувенірів тощо), які мають найбільш широкі можливості впровадження інновацій.

Інновації в туризмі – це розробка, створення нових туристичних маршрутів, продуктів, видів туризму, технологій обслуговування із застосуванням нових туристичних ресурсів, сучасних досягнень науки і техніки, інформаційних технологій, впровадження яких сприяє економічному розвитку туристичних підприємств, а також дозволяє покращити туристичний імідж країни та її регіонів [1].

Кожна творча ідея організаційного розвитку може бути по-різному втілена в інноваційному процесі. Інновації можуть бути радикальними або частковими, в технічній чи управлінській сфері, можуть стосуватись продуктів або процесів.

Інновація у сфері послуг може бути визначена як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами і системи розподілу та технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми [2, с. 241].

Теорія і практика сучасного менеджменту переконливо доводять, що інноваційна діяльність є домінуючим фактором економічного розвитку. Однак не можна не відзначити, що специфіка інноваційної діяльності визначає двоїстий вплив на динаміку економічного

зростання підприємства. Такий вплив проявляється в тому, що знову розроблені й удосконалені продукти, нові і модернізовані технології, нові організаційні форми видозмінюють структуру економічної системи підприємства, створюючи нові види діяльності та ліквідуючи старі. Інновації, з одного боку, розкривають нові можливості для розширення економіки, а з іншого – руйнують економічну рівновагу, вносять невизначеність в економічну динаміку [3, с. 204].

Інноваційний менеджмент в туристичній сфері – це один із напрямів стратегічного управління, сучасна система розробки, освоєння та управління нововведенням в туризмі, інвестиціями, що вкладаються власниками в розвиток всіх видів інновацій, та механізм управління цими процесами, спрямованих на вдосконалення та розвиток об'єкта управління і збільшення його капіталу на всіх етапах обслуговування туристів [4, с. 85].

Інноваційна діяльність породжує проблемну ситуацію, суть якої зводиться до виникнення ризиків втрат, що випливають з сутності самої інноваційної діяльності, а також залежить від факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища на діяльність підприємства туристичної сфери. При цьому важливо мати на увазі, що відмова від інновацій в цілях уникнення ризику викликає ще більший ризик втрати конкурентоспроможності на сучасному ринку туристичних послуг.

Інноваційний ризик традиційно розглядається як один із найбільш популярних різновидів економічного ризику. Під інноваційним (підприємницьким) ризиком розуміють ризик, що виникає при будь-яких видах діяльності, пов'язаних з інноваційними процесами, виробництвом нової продукції, товарів, послуг, їх операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів [5, с. 242]. Аналіз сучасної економічної теорії і практики показує, що ризик в інноваційній діяльності підприємств туристичної сфери обумовлений наявністю множини чинників, які є дуже різноманітними.

Розробка інновації та виведення її на ринок передбачає максимальну увагу на маркетинговий комплекс, ціноутворення і методи збуту товару. Зазвичай ціна на даному етапі встановлюється або мінімальна («стратегія проникнення»), або максимальна («стратегія зняття вершків»). Стратегія повинна визначити, що саме підприємство туристської сфери бажає отримати від впровадження інновації: високий дохід, частку ринку або іншу мету, що відобразиться в ціні продукту. Дуже важливо визначити доцільність

проведення подальших робіт або згортання компанії при незначному комерційному успіху. Закінчується цей етап, як правило, комерціалізацією, тобто підприємство приймає рішення про випуск нової туристської послуги на ринок. Даному етапу притаманні, як правило, такі ризики, як фінансовий, політичний і специфічний.

Будь-яке туристичне підприємство відчуває економічні ризики, пов'язані з його виробничою, комерційною, посередницькою та іншою діяльністю, а підприємець відповідає за наслідки управлінських рішень, які приймаються. Фактор ризику змушує підприємця економити фінансові та матеріальні ресурси, розраховувати ефективність нових проєктів, комерційних угод. Проте ризики можуть мати і велику кількість позитивних наслідків для туристичного підприємства, що застосовує певного роду інновацію (табл. 1).

Таблиця 1

**Негативні та позитивні сторони ризику
в інноваційній діяльності підприємств туристичної сфери**

Стримуючий фактор (негативна сторона)	Шанс на успіх (стимулююча сторона)
– прями фінансові втрати у разі не сприйняття новинки ринком;	– удосконалення організаційної структури управління підприємством;
– втрата можливостей внаслідок концентрації зусиль на існуючому продукті (послугі);	– можливість використовувати переваги першовідкривача, в т. ч. цінову стратегію «зняття вершків»;
– складність системи фінансування інноваційної діяльності, результат якої не повністю визначений;	– розширення можливостей підприємства-інноватора до змін ситуації на ринку;
	– отримання фінансових результатів;
– перебудова традиційно налагодженої системи функціонування і управління підприємством;	– підтримка інтересу споживачів за рахунок надання їм більш досконалого продукту (послуги);
	– підвищення іміджу підприємства-інноватора;
– можливі затрати на залучення висококваліфікованих спеціалістів зі сторони;	– можливе проникнення у нові, економічно привабливі, сфери економічної діяльності;
	– випередження конкурентів;
– втрата іміджу при провалі інновації.	– реалізація творчого потенціалу робітників і менеджерів туристичного підприємства.

Використання широкої гами методів і прийомів контролю ризику дає змогу розробити адекватні стратегії реагування на ризик. Така діяльність сприяє більш ефективному використанню засобів і покращенню конкурентної позиції туристичного підприємства. Так, в основі багатьох рішень з управління ризиками інноваційної діяльності лежать принципи наукової методології пошуку творчих рішень. В інноваційній діяльності підприємств туристської сфери ризикові ситуації багато в чому пов'язані з відсутністю досвіду, тому такий підхід до аналізу та управління ризиками часто виявляється єдино можливим інструментом прийняття рішень.

Таким чином, на підприємствах туристичної сфери специфіка надання послуг особливо залежна від індивідуальних потреб і конкретного сприйняття туристом послуги в момент її подання, що багато в чому визначає ризик незадоволеності споживача. Звідси специфічний і ризик-менеджмент на підприємствах туристської сфери, який заснований на передбаченні та розрахунку в управлінні інноваційною діяльністю туристичного підприємства можливостей виникнення ризику за рахунок передбачених інструментів уникнення загрози зміни сприйняття інновації туристом.

Література:

1. Миронов Ю. Б. Особливості інноваційної діяльності у сфері туризму. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 18–19 трав. 2017 р. Львів, 2017. С. 771–772. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov10.htm (дата звернення: 20.09.2022).
2. Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Михайліченко Г. І. та ін. Інновінг в туризмі: монографія /за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2016. 532 с.
3. Мельник В. І., Погріщук Г. Б., Погріщук О. Б. Інноваційні зміни в економіці в контексті еволюційних зрушень. *Науковий вісник Ужгородського університету: серія Економіка*. Ужгород, 2016. Вип. 2 (48). С. 200–207. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/15485> (дата звернення: 20.09.2022).
4. Черемісіна Т. В., Леміш К. М. Специфіка інноваційного менеджменту в туристичній сфері. *Управління змінами та інновації*. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка». 2021. № 2. С. 82–86. URL: <http://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/35/32> (дата звернення: 20.09.2022).
5. Волинець І. Г. Ризики інноваційної діяльності: суть, види та етапи управління. *Економіка і суспільство*. Мукачєво, 2016. Вип. 2. С. 241–245. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/43.pdf (дата звернення: 20.09.2022).

**Oksana Melnichuk, Candidate of Economics Science,
Associate Professor**

**Tatiana Pavlyuk, Candidate of Economics Science,
Associate Professor**

*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-3>

IMPROVEMENT OF THE INTERNATIONAL COMPANY'S EXPORT

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

Розробка заходів удосконалення системи управління експортної діяльності підприємства направлена на отримання очікуваного доходу (вигоди) в повному обсязі з оптимальним рівнем витрат в результаті прийнятих рішень із врахуванням впливу зовнішніх і внутрішніх ризиків. Втрати можуть бути оцінені в грошовому вираженні, оцінюються також кроки щодо їх оптимізації.

Економічний захист полягає в прогнозуванні рівня додаткових витрат, оцінці тяжкості можливих збитків, використанні всього фінансового механізму для ліквідації загрози ризику або його наслідків.

Під уникненням ризику розуміється просте ухилення від управлінського рішення, пов'язаного з ризиком. Однак уникнення ризику іноді безпосередньо пов'язано з відмовою від отримання прибутку.

Утримання ризику має на увазі залишення ризику за інвестором, тобто на його відповідальності. Так, інвестор, вкладаючи кошти в венчурну фірму, заздалегідь упевнений, що він може покрити за рахунок власні коштів можливі збитки [3].

Передача ризику передбачає, що суб'єкт господарювання, який інвестує, передає відповідальність третій особі, наприклад, страховому товариству, трастовій компанії. В даному випадку, передача ризику відбувається шляхом його хеджування.

Зниження ступеня ризику – це скорочення ймовірності та обсягу втрат шляхом формування стратегії непередбачених обставин, що

включає створення страхових резервів на підприємстві, розробку плану дій в разі настання ризикової ситуації та інші [2].

Важливим елементом системи управління ризиками є розробка заходів щодо їх зниження. Слід відмітити заходи щодо зниження ризиків компанії (рис. 1) [1].

	Нормативний метод	Хеджування	Страхування ризику	
	Створення страхових фондів	Диверсифікація	Страхування процентного ризику	

Рис. 1. Заходи зниження ризиків компанії

На прикладі підприємства, що займається експортом полімерної продукції проведемо ідентифікацію ризиків за допомогою експертної оцінки. Кілька експертів в особі трьох співробітників підприємства «Полімер» визначили основні ризики виробництва продукції з поліетилену та її реалізації. Ризики представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Ідентифікація ризиків ТОВ «Полімер»

№	Ризики
Технічні	
1.1	Складність у використанні нових технологій (механічним або ручним способом)
1.2	Зниження практичної здатності продукції
1.3	Низька якість сировини
Зовнішні	
2.1	Збої в постачаннях
2.2	Нестабільна економічна ситуація в країні
2.3	Зміна кон'юнктури ринку
Організаційні	
3.1	Фінансова ефективність
3.2	Кваліфікація кадрів
Управління	
4.1	Утилізація продукції
4.2	Зміна ціни

Наступним етапом в управлінні ризиками є їх оцінка, нижче наведені результати якісної оцінки ризиків. Проведено якісну експертну оцінку ідентифікаційних ризиків і визначимо пріоритети певних ризиків на підставі ймовірності їх настання, і наслідків на досягнення цілей проекту.

Таблиця 2

Матриця ризиків, ймовірностей і наслідків ТОВ «Полімер»

№	Ризики	Ймовірність	Наслідки
Технічні			
1.1	Складність у використанні нових технологій (механічним або ручним способом)	0,1	0,1
1.2	Зниження практичної здатності продукції	0,5	0,4
1.3	Низька якість сировини	0,5	0,8
Зовнішні			
2.1	Збої в постачаннях	0,3	0,4
2.2	Нестабільна економічна ситуація в країні	0,7	0,8
2.3	Зміна кон'юнктури ринку	0,1	0,4
Організаційні			
3.1	Фінансова ефективність	0,7	1
3.2	Кваліфікація кадрів	1	0,8
Управління			
4.1	Утилізація продукції	0,1	0,4
4.2	Зміна ціни	0,7	0,8

Розставимо пріоритети в матрицю ймовірностей і наслідків (табл. 3).

Таблиця 3

Матриця ймовірностей і наслідків ТОВ «Полімер»

Ймовірність	Тяжкість наслідків при заподіянні шкоди			
	Незначні	Максимальні	Критичні	Катастрофічні
Визначено			3.2	
Дуже важливі			2.2; 4.2	3.1
Можливі		1.2	1.3	
Малоймовірні		2.1		
Рідкісні	1.1	2.3; 4.1		

Були визначені пріоритети ідентифікованих ризиків та найбільш небезпечні ризики для нашого проекту:

- нестабільна економічна ситуація в країні;
- фінансова ефективність діяльності;

- нестача кваліфікованих кадрів;
- зміна ціни продукції.

Після виявлення ризиків, з якими може зіткнутися в сфері діяльності ТОВ «Полімер» в процесі здійснення підприємницької діяльності, після визначення факторів, що впливають на рівень ризику, і після проведення оцінки ризиків, а також виявлення пов'язаних з ними потенційних втрат, перед діяльністю ТОВ «Полімер» стоїть завдання розробки програми мінімізації виявлених ризиків, тобто прийняти рішення про вибір найбільш прийнятних механізмів нейтралізації управлінських ризиків.

Для підприємства ТОВ «Полімер» можна запропонувати алгоритм формування системи управління ризиками, який складається із послідовних етапів, які приведені на рис. 2.

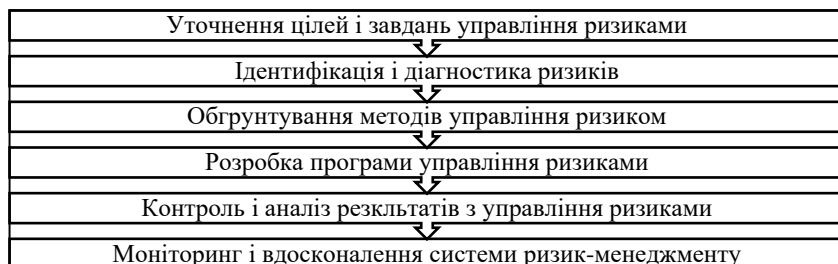


Рис. 2. Етапи управління ризиками для ТОВ «Полімер»

Управління ризиком – це поетапний процес, який має на меті зменшити або компенсувати збитки для об'єкта при настанні несприятливих подій. Все це вимагає виявлення методу впливу суб'єкта управління на об'єкт управління. Вибір методу впливу на ризику має на меті мінімізувати можливі збитки в майбутньому [2].

Отже, діяльність керівництва ТОВ «Полімер» в цій галузі, має бути, направлена на захист свого підприємства від ризиків, загрозливих її прибутковості, і сприяє вирішенню основного завдання підприємницької діяльності організації – в залежності від ситуації вибрати з декількох проектів оптимальний, враховуючи при цьому, що чим вище очікувана прибуток проекту, тим вище ризик. Якісне управління ризиком підвищує шанси ТОВ «Полімер» домогтися успіху в довгостроковій перспективі, значно зменшує небезпеку погіршення фінансового становища.

Література:

1. Серікова А. А. Сутність антикризового управління фінансовими ризиками підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 25. С. 177–179. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_25_39.
2. Пилипенко О. А. Становлення ризик-менеджменту як точної науки. *Сорок восьми економіко-правові дискусії*. 2020. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-3494/>.
3. Хачатрян В. В., Супрун С. Д. Особливості управління інвестиційними ризиками на підприємствах ЗЕД. *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. С. 372–376. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-12-2017.pdf#page=372>.

Volodymyr Mishchenko, Doctor of Economic Sciences, Professor
Svitlana Mishchenko, Doctor of Economic Sciences, Professor
Ivan Franko National University of Lviv
Lviv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-4>

LOCALIZATION REQUIREMENTS ON THE ACTIVITIES OF INTERNATIONAL COMPANIES

ВПЛИВ ВИМОГ ДО ЛОКАЛІЗАЦІЇ ДАНИХ НА ДІЯЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

У сучасних умовах цифрової трансформації світової економіки суттєво зростає потреба в обміні даними, перш за все, з комерційною метою, а також відбувається постійне збільшення обсягів транс-кордонних потоків даних. Це обумовлено тим, що інформація та дані стали для міжнародних компаній важливим нематеріальним активом, монетизація якого в процесі обміну та використання постійно зростає. Найбільш активно обмін даними відбувається в таких галузях і сферах діяльності як промисловість, сільське господарство, торгівля, транспорт, інформація та комунікації, фінансова, страхова та науково-технічна діяльність, освіта, охорона здоров'я та захист навколишнього середовища [1, с. 78].

До останнього часу в світовій практиці чітко прослідковувалась тенденція до розширення транскордонного обміну даними шляхом розроблення та підтримки міждержавних домовленостей, угод і механізмів передачі даних, яких сьогодні вже нараховується більше сотні. Однак упродовж кількох років набула поширення протилежна тенденція, яка характеризується запровадженням у багатьох країнах правил або вимог щодо локалізації даних, особливо персональних, які забороняють або обмежують їх передачу за кордон, що суттєво знижує рівень відкритості, доступності та використання даних з комерційною метою [2, с. 46; 3, с. 94; 4, с. 18].

Більшість країн пояснюють запровадження правил локалізації даних необхідністю підтримки національної безпеки, посилення конфіденційності та захисту персональних даних громадян, попередження кіберзлочинності, сприяння розвитку національних ринків, зокрема, ІТ-сектору тощо [5, с. 97; 6, с. 425; 7, с. 15].

Головними методами та інструментами, які використовують країни для забезпечення локалізації даних, є такі:

1) Заборона експорту даних і встановлення вимог щодо їх оброблення та зберігання виключно в межах країни походження. Найчастіше за все такі заборони стосуються даних про критично важливі сектори економіки або об'єкти критичної інфраструктури. Наприклад, відповідно до Загального регламенту ЄС щодо захисту даних (GDPR) у країнах Європейського Союзу запроваджено обмеження на передачу персональних даних у треті країни. В Індії іноземні платіжні системи зобов'язані зберігати платіжні дані своїх клієнтів виключно в межах країни, використовуючи індійську IT-інфраструктуру.

2) Обмеження на експорт даних з метою їх подальшого оброблення шляхом надання дозволу лише на переміщення їхніх копій. При цьому оригінали баз даних повинні зберігатися в країні походження з використанням національних IT-систем та IT-інфраструктури (Індія, Індонезія, Малайзія).

3) Запровадження дозвільних вимог: компанії повинні отримати згоду від своїх клієнтів на передачу та використання їх персональних даних за кордоном (Бразилія, Аргентина).

4) Введення адміністративних або фінансових санкцій за порушення національних вимог щодо локалізації та використання даних. Наприклад, у 2021 р. Європейська Комісія за порушення правил GDPR наклала штрафні санкції на компанію Amazon у сумі 888 млн. дол. США [1, с. 76–78; 8, с. 197; 9, с. 62].

У зв'язку із обмеженнями на транскордонне переміщення, оброблення та використання даних у міжнародних компаній виникають складнощі, переважно, через те, що в різних країнах існують різні, а інколи й суперечливі, вимоги до локалізації. Окремі країни часто змінюють правила або нечітко їх викладають, що потребує часу та додаткових ресурсів, щоб урахувати нові вимоги у внутрішніх документах і технологічних рішеннях компаній. Виникають проблеми з технічною та технологічною сумісністю IT-архітектур та IT-систем міжнародних і місцевих компаній, які їх обслуговують. Жорсткі вимоги до локалізації часто змушують міжнародні компанії створювати для кожної країни, в якій вони працюють, окрему IT-інфраструктуру. Крім того, можуть виникати додаткові проблеми, пов'язані з необхідністю використання децентралізованих механізмів захисту від кіберзагроз [8, с. 198; 9, с. 67].

Запровадження правил локалізації даних, зазвичай, негативно впливає на результати діяльності міжнародних компаній, змушуючи їх збільшувати витрати, здійснювати додаткові інвестиції у матеріально-технічну базу та наймання місцевих працівників, посилювати IT-інфраструктуру, запроваджувати додаткові методи шифрування даних, системи ідентифікації та засоби контролю. Це створює перешкоди для масштабування діяльності компаній на різних регіональних ринках, що, в кінцевому підсумку, знижує рівень довіри клієнтів і рівень конкурентоспроможності. Крім того, через несвоєчасне або неповне виконання обмежувальних чи дозвільних процедур щодо локалізації даних компанії можуть наражатися на значні репутаційні та комплаєнс-ризиками [11, с. 31].

З метою запобігання ризикам, пов'язаним із запровадженням урядами додаткових вимог до локалізації даних, міжнародні компанії адаптують свої IT-системи і технології до вимог національного законодавства, розробляють технології «повторюваної локалізації», пропонують клієнтам персоналізований досвід щодо забезпечення конфіденційності та захисту даних.

Ураховуючи важливість проблеми транскордонної передачі даних, перспективи її розв'язання полягають у розробленні та схваленні міжнародних угод на основі прийняття єдиних взаємоузгоджених керівних принципів, правил і стандартів, які б регулювали транскордонний обмін даними як між окремими країнами, так і між інформаційними платформами та міжнародними компаніями [12, с. 41].

При цьому головна увага розробників таких правил і стандартів повинна бути зосереджена на збалансуванні інтересів всіх учасників ринку, зменшенні бар'єрів для використання даних, забезпеченні достатнього рівня їхньої відкритості та доступності з одночасною підтримкою конфіденційності та безпеки використання з урахуванням національних інтересів окремих країн.

Література:

1. Міщенко В.І. Стратегічне управління процесами цифрової трансформації економіки. *Економіка України*. 2022. № 1. С. 67–81. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.01.067>.
2. Mishchenko S., Naumenkova S., Mishchenko V., Ivanov V., Lysenko R. Growing discoordination between monetary and fiscal policies in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2019. Vol. 14. Is. 2. P. 40–49. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.04](https://doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.04).
3. Буй Т. Г., Науменкова С. В. Використання структурованих цінних паперів для фінансування корпорацій в Україні. *Фінанси України*. 2010. № 2. С. 89–101.

4. Міщенко В. І. та ін. Санаційний банк – «бідж-банк» як механізм роботи з нежиттєздатними банками : монографія. Київ : УБС НБУ, 2011. 119 с.
5. Науменкова С. В., Мищенко С. В. Регулювання денежного обращения на основе использования методов и инструментов денежно-кредитной политики. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2013. № 6 (147). С. 66–72.
6. Міщенко В. І., Міщенко С. В. Удосконалення дії каналів трансмісійного механізму грошово-кредитної політики в Україні в умовах переходу до таргетування інфляції. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 421–428.
7. Петріна А., Міщенко В. Міжнародний досвід реструктуризації банківської системи за участі держави. *Вісник НБУ*. 2011. № 4. С. 12–17.
8. Mishchenko S., Naumenkova S., Mishchenko V., Dorofiev D. Innovation risk management in financial institutions. *Investment Management and Financial Innovations*. 2021. Vol. 18. Is. 1. P. 190–202. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(1\).2021.16/](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(1).2021.16/)
9. Міщенко С. Сутність економічного капіталу та його роль у забезпеченні фінансової стійкості банку. *Вісник НБУ*. 2008. № 1. С. 58–64.
10. Міщенко В. І., Науменкова С. В. Організація ф'ючерсного валютного ринку. *Фінанси України*. 1998. № 10. С. 60–69.
11. Науменкова С. В., Міщенко В. І. Проблеми вдосконалення управління державними корпоративними правами. *Економіка України*. 2002. № 5. С. 29–36.
12. Міщенко В. І. Механізми регулювання обміну даними. *Причорноморські економічні студії*. 2022. № 75. С. 37–45. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.75-6>.

**Valentyna Khachatryan, Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor, Head of the Department of Economics
and International Relations
Viktoriia Stratiichuk, Sciences, Senior Lecturer
at the Department of Economics and International Relations
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine***

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-5>

INNOVATIONS IN INTERNATIONAL BUSINESS – A DRIVER OF THE NATIONAL ECONOMY RECOVERY

ІННОВАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ – ДРАЙВЕР ВІДБУДОВИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

Функціонування вітчизняної економіки в умовах війни зумовило появу нових викликів сьогодення, що відобразилися помітним чином саме на міжнародному бізнесі. В умовах війни одним із найбільш ризикованих секторів економіки стала саме сфера реалізації міжнародного бізнесу через блокування експорту як традиційної форми міжнародного бізнесу. Як в умовах війни, так і у пост воєнний період досить важливо здійснити пошук методів відновлення функціонування міжнародного бізнесу, що виступає індикатором економічної відкритості країни та важливим інструментом її наближення до Європейського Союзу.

В складні часи перебудови кожної країни важливим активатором її подальшого розвитку виступають інновації. Міжнародний бізнес в даному контексті не є винятком, адже нові тренди його розвитку дозволяють посилювати та поглиблювати міжнародні зв'язки підприємства, галуз, країни. Саме за рахунок використання інновацій можливо забезпечити економічне зростання країни за рахунок гнучкої адаптації міжнародного бізнесу до сучасних глобальних трендів.

Дослідженням проблеми застосування інновацій у розвитку міжнародного бізнесу займалися вітчизняні та закордонні науковці, серед яких Андреев Д., Дмитренко Д., Москаленко Н. О., Прушківська Е. В., Савенко К. С., Третьякова К. О., Чухрай Н. І., Шталь Т. та інші.

Метою роботи є виділення інновацій в міжнародному бізнесі як індикатор розвитку вітчизняної економіки.

Інновація представляє реалізацію нового або удосконаленого продукту чи процесу, методу маркетингу, організаційного методу у практиці бізнесу, організації робочого місця чи у зовнішньо-економічній діяльності. Сприятливе середовище для розвитку та використання інновацій

потребує участі державних та приватних інституцій, які повинні взаємодіяти між собою у рамках узгодженої Національної системи розвитку інновацій (NIS), координацію якої забезпечують різні державні політики, що полегшують ефективний розвиток та взаємодію між інституціями, а також сприяють інноваційній діяльності у державному та приватному секторах [2, с. 8].

Перспективи розвитку інновацій в міжнародному бізнесі України наразі досить позитивні, про що свідчить значна кількість IT-фахівців, динамічний розвиток сучасних стартапів, значний обсяг зареєстрованих патентів, «ноу-хау», а також розвинена мережа спеціалізованих вищих навчальних закладів. Проте сьогодні Україна потерпає від еміграції кваліфікованих фахівців та винахідників, що значно посилилося в умовах війни та зумовлено високими ризиками настання фінансової кризи, девальвації національної валюти.

Механізм формування інновацій як управлінських рішень суб'єктів міжнародного бізнесу, призведе до появи нових сучасних бізнес-моделей та платформ взаємодії з покупцями та партнерами на міжнародному ринку. Саме тому інновації важливо поширювати, а також в результаті будувати сучасні бізнес-моделі навіть в умовах війни, які сфокусовані на джерелах та процесі інновацій, а також створенні додаткової цінності [6].

Інноваційна економіка залежить від сталої та узгодженої національної інноваційної системи, усі необхідні компоненти якої знаходяться на своєму місці та функціонують належним чином. Ефективна національна політика розвитку інновацій відіграє важливу роль у забезпеченні стратегічної рамкової структури для міжнародного бізнесу, належного функціонування кожного окремого компоненту та оптимізації системи загалом. Міжнародним трендом є рух до розвитку інновацій, який базується на зусиллях бізнесу, та до науково-дослідної діяльності на базі університетів [2]. Водночас співпраця університетів та бізнесу забезпечить практичну реалізацію створених висококваліфікованими працівниками інновацій, а також

їх впровадження в міжнародні бізнес-процеси вітчизняних підприємств.



Рис. 1. Механізм активізації інновацій у міжнародному бізнесі

Джерело: побудовано авторами на основі [1–6]

Проте з огляду на вищезазначене, в сучасних умовах господарювання та в пост воєнний період варто обґрунтувати механізм активізації інноваційної діяльності в здійсненні міжнародного бізнесу задля відбудови економіки країни, побудови надійних взаємозв'язків з іншими країнами, а також інтеграції України до глобального інноваційного простору.

Таким чином, з виникненням нових викликів сучасності, інновації стають вкрай необхідною передумовою для відбудови та розвитку вітчизняної технологічної, конкурентоспроможної та зростаючої економіки, яка здатна співпрацювати з світовими лідерами не лише в сфері міжнародної торгівлі традиційними товарами, а й в наданні високотехнологічних послуг, формуванні інноваційних кластерів із закордонними партнерами. Важливою умовою інноваційності міжнародного бізнесу України пост воєнного періоду є здатність генерувати експорт товарів та послуг з високою доданою вартістю, а також інтегруватися в існуючі глобальні ланцюги створення вартості.

Література:

1. Андреев Д. Інноваційний розвиток малого та середнього бізнесу: шляхи вдосконалення державної політики. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2016. № 6. С. 69–76.
2. Крос-секторальна експортна стратегія 2019–2023: інновації для експорту. URL: <https://www.me.gov.ua>.
3. Москаленко Н. О., Савенко К. С. Інноваційні інструменти організаційного формування міжнародного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2016. № 9. С. 23–27.
4. Прушківська Е. В., Третьякова К. О. Основи розвитку новітніх форм міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2018. № 2. С. 119–125.
5. Чухрай Н. І. Бізнес-модель як джерело інноваційного зростання. *Управлінські інновації*. 2012. Вип. 1. С. 21–33.
6. Шталь Т., Дмитренко Д. Інноваційні форми міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. *Економіка та суспільство*. 2022. № 32. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/792>.

ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY, MODERNIZATION OF NATIONAL MODELS OF ECONOMIC SYSTEMS

Andrzej Pawlik, drhab. prof. UJK

*Uniwersytet Jana Kochanowskiego Kielcach
Kielce, Poland*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2319-6707>

Paweł Dziekański, PhD

Department of Economics and Finance

*Jan Kochanowski University in Kielce
Kielce, Poland*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4065-0043>

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-6>

ENTREPRENEURSHIP AS AN OPPORTUNITY FOR THE DEVELOPMENT OF THE ŚWIĘTOKRZYSKIE REGION

The economic potential of a municipality is an aggregate value resulting from, among other things: the professional activity of residents, the structure of the local labor market, entrepreneurship, the state of the environment. Adequate economic potential shapes the standard of living, affects production volumes, the social situation of residents, public safety [1]. Thus, it is the result of a combination of local conditions, determines the possibilities and directions of development of the region [2–3]. In addition, the economic potential of municipalities is shaped, among other things, by the level of income of residents, the level and type of entrepreneurship, or infrastructure. Economic potential determines the economic development of the municipality, determines, among other things, economic transformation, employment, investment. The economic potential of municipalities can be evidenced by the number of business entities, various metrics describing the intensity of economic activity (e.g. total entities per 1,000 population, sole proprietors per 1,000 population, commercial companies with foreign capital per 10,000 population), or the situation on the labor market [4].

Entrepreneurship has a multifaceted character [5]. It affects the processes of economic growth and the social sphere. It manifests itself through the discovery and introduction of products and services, the emergence of new industries and enterprises replacing old ones, the creation of jobs, or the creation of wealth that can be reinvested in new enterprises and transferred to society [6]. Entrepreneurial development should be considered in the broader context of the various elements that make up the overall effect of local development. These local elements are: environment, culture, community, economy and local government. The importance of entrepreneurship in socio-economic regional development is undeniable. As a result of entrepreneurship, understood as starting and running a business, economic entities (e.g. micro-enterprises) are created that create jobs, often in the form of self-employment and family businesses, which creates the opportunity to earn money and then create local demand for goods and services [7]. Creating favorable conditions for the development of local entrepreneurship is one of the main tasks of local authorities, bearing full responsibility for the effects of their development policy and the development of local entrepreneurship. They have at their disposal in this regard, among other things, financial instruments, technical infrastructure.

Entrepreneurship in the aspect of regional or local development has many functions. It can be considered from the point of view of individuals, enterprises or local government units. It is then, first of all, a way of organizing human activities, production and initiating changes in the enterprise, turning ideas into concrete actions, implementing scientific ideas in economic practice and defining the object of enterprise [8].

Entrepreneurship is a process focused on the implementation of certain activities under given socio-economic conditions of an idea in order to achieve benefits in the market. Entrepreneurship is a way of doing things, it involves a propensity to take on new, risky and unconventional ventures, and to show initiative in seeking and implementing them. Among the factors shaping entrepreneurship we can include: the ability to take advantage of ideas and opportunities, dynamism, activity, willingness to take risks, ability to adapt to changing conditions, perception of opportunities and use of innovation [9–10].

Figure 1 shows the results of the classification of municipalities in the Świętokrzyskie region on the basis of the synthetic measure "entrepreneurial potential". In 2010, the synthetic measure ranged from 0.29 to 0.72 in 2020 from 0.34 to 0.76. In 2010, the best municipalities of the Świętokrzyskie voivodeship in Group I were: Kielce (1),

Sandomierz (1), Skarżysko-Kamienna (1), Starachowice (1), in group IV - the weakest: Łągów (3), Lipnik (2), Iwaniska (2), Szydłów (3). In 2020, respectively, in the best group were Kielce (1), Sandomierz (1), Skarżysko-Kamienna (1), Masłów (3), and in the weakest: Nowy Korczyn (3), Lipnik (2), Imielno (2), Wśniów (2). In a better situation were units characterized by an industrial function, a good labor market, a developed SME sphere, in a weaker situation were mainly municipalities with an agricultural function.

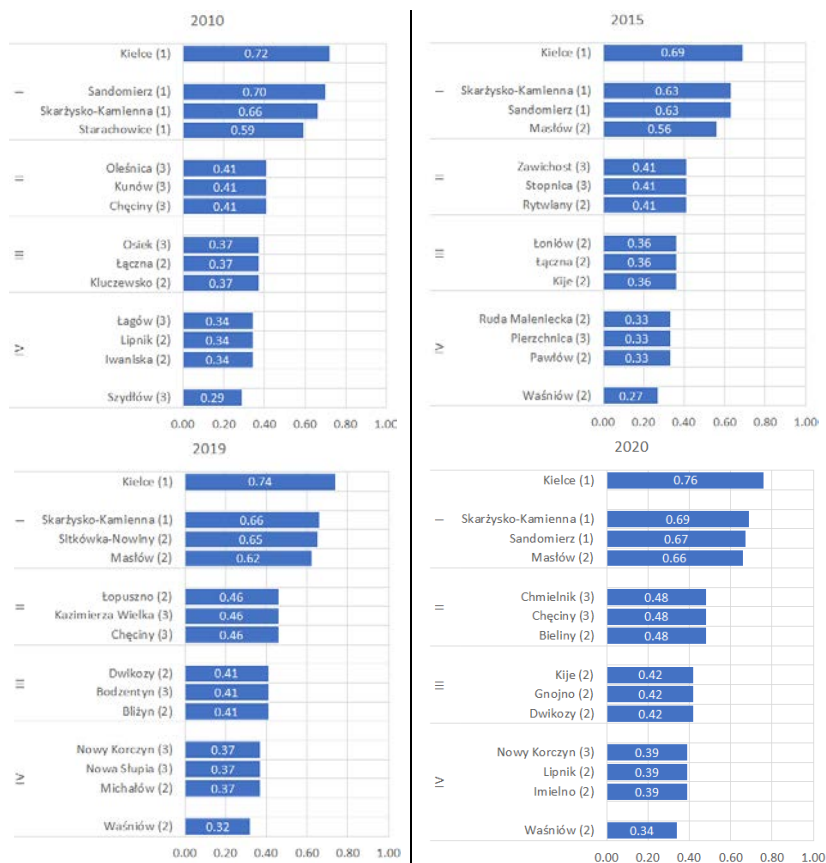


Figure 1. Level of the synthetic measure "Entrepreneurship potential" of municipalities of Świętokrzyskie voivodeship in 2010, 2015, 2019, 2020.

Source: own elaboration based on the data of the CSO LDB

When analyzing the economic potential of the municipalities of the Świętokrzyskie region, a basic conclusion emerges – the distribution of the level of potential of local government units completely coincides with the functional and spatial structure of the development of the region. Infrastructure bands strengthen the construction of the region, connecting the other important settlement centers of the region with each other. Municipal centers located along these bands are characterized by high or average levels of entrepreneurial potential. The variation in the rate of development of individual regions is the result of a number of factors arising from, among other things, the attractiveness of the location, available natural resources, the level of human capital, transport, ICT infrastructure and public services. Entrepreneurial potential determines the economic development of a municipality, determines economic transformations concerning the growth of production, employment, investment, the size of functioning capital or income.

References:

1. A. Krakowiak-Bal, 2006, Potencjał gospodarczy gmin przygranicznych Polski południowej infrastruktura i ekologia terenów wiejskich, Nr 2/2, PAN, Oddział w Krakowie, s. 149–158.
2. I. Pomianek, 2016, Charakterystyka potencjału gospodarczego oraz przestrzennych zróżnicowań rozwojowych gmin wiejskich województwa lubelskiego, *Acta Universitatis Lodzianis Folia Oeconomica* 4 (323).
3. J. Szlachta, W. Dziemianowicz., K. Szmiąg, Nowicka P., 2009, Potencjał rozwojowy gmin województwa lubelskiego, *Barometr Regionalny*, nr 2(16), s. 17–27.
4. M. Szymkowiak, W. Roszka, 2016, Potencjał gospodarczy gmin aglomeracji poznańskiej w ujęciu taksonomicznym, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* nr 207, *Research Papers of Wrocław University of Economics* nr 427. [5] A. Kaleta, 1997, Problematyka aktywizacji społeczności lokalnych [W:] W. Maik, *Problematyka rozwoju lokalnego w warunkach transformacji systemowej*, „Biuletyn KPZK PAN”, z. 177.
5. J. Kayne, 1999, *State Entrepreneurship Policies and Programs*, Kaufmann Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City.
6. T. Szot-Gabryś, 2008, Znaczenie przedsiębiorczości i innowacji dla rozwoju regionu, [W:] T. Pałaszewska-Reindl, T. Szot-Gabryś, (red.), *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości i innowacji*, Wyd. Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce, s. 34–43.
7. W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk, A. Sankowska, M. Wańtuchowicz, *Sustainability w biznesie, czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania*, POLTEXT, Warszawa 2010, s. 242.
8. A. Pawlik (red.), 2016, *Przedsiębiorczość*, Wydawnictwo UJK, Kielce, s. 9.
9. P. Dziekański, *Entrepreneurship and competitiveness in the terms of endogenization of regional economy processes on the example of eastern Poland poviats in 2007–2018*, *Journal of Urban and Regional Analysis*, Volume 13, Issue 2, 2021.

MODERN ECONOMIC TRANSFORMATIONS IN UKRAINE

СУЧАСНІ ЕКОНОМІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

Трансформаційні процеси, які відбуваються в усіх сферах суспільного життя вкрай впливають на економічні процеси і не тільки в нашій країні, а й в інших країнах світу. Суттєві зміни в енергозабезпеченні, порушення традиційних логістичних процесів, перерозподіл ринків збуту, знищення економічного потенціалу деяких територій через війну – все це характерні ознаки серйозної економічної трансформації в Україні.

Говорячи про ознаки поняття «трансформація» звернемося до визначення американського науковця Елвіна Тоффлера: «Трансформація – це перетворення, різнобічні бурхливі події, зміни, поштовхи в нову систему, які є не продовженням розвитку в поточному напрямку, а радикальними змінами, що, можливо, заперечують попередній досвід» [4, с. 223]. Таким чином, можна стверджувати, що українська економіка знаходиться в трансформаційному просторі.

Що ж до самих економічних трансформацій в Україні, варто приділити увагу питанням відновлення актуальних втрачених із-за війни об'єктів промислової, виробничої та соціальної інфраструктури, що сприяли нарощенню ВВП країни.

Для того, щоб збільшити ВВП країни хоча б удвічі, потрібна зміна структури національної економіки. Ця зміна насамперед пов'язана з появою в країні сучасної обробної промисловості та зростанням її частки у структурі ВВП. Тепер йдеться не лише про доходи та добробут людей, а й про геополітичне виживання.

Українська економіка і особливо вітчизняне виробництво та комерція є занадто імпортозалежні від товарів масового споживання, комплектуючих тощо. Структура української економіки в довоєнний період майже повністю формувалась під зовнішнім впливом, у якого не було особливої зацікавленості у стимулюванні виробництва в Україні конкурентоздатних промислових товарів. Загалом це

влаштовувало і український олігархічний капітал, орієнтований на ренту.

Зводилось все до спрощеного неоліберального шаблону розвитку. Його набір приблизно такий: бездефіцитний бюджет, дерегуляція, відкритість внутрішнього ринку, приватизація і заборона державного втручання в економіку. Навіть такого, яке необхідне для стимулювання вже згаданих структурних змін [2].

Не приділялася належна увага стимулюванню сучасного індустріального виробництва, який насправді присутній у всіх розвинених країнах. Він полягає у підтримці виробничого підприємництва [1].

Розвинені країни добре розуміють суспільну роль підприємця, який буде сучасні виробничі об'єкти. Тому там на його підтримку створена система інструментів, що підтримують інвестиції у виробництво, просувають технологічний експорт і впровадження цифрових технологій у виробництво.

В Україні такої системи інструментів практично не було створено. Тому в умовах відкритої економіки наш промисловий сектор не мав дієвих стимулів для розвитку і конкуренції.

І тому, як наслідок, в структурі економічної системи почала переважати аграрна модель розвитку, втрата технологічності, низька інвестиційна привабливість в країні та зниження доходів громадян і не бажання останніх до заощадження своїх доходів в різного роду ліквідних активах.

Обсяг ВВП в Україні в цінах 2021 року склав 202 млрд дол., що дуже мало. Для порівняння, у Польщі в цей же період ВВП склав 674 млрд дол. Доходи людей на душу населення є нижчими, ніж у Європі, зокрема в 3–4 рази нижчими, ніж в сусідніх країнах. І це в країні з великими запасами природних ресурсів [3].

Ключовою на нинішньому етапі має бути політика стимулювання структурних змін для побудови технологічної економіки, зокрема, будівництва сучасної, цифрової переробної промисловості.

В результаті цієї політики мають з'явитись нові заводи, які будуть переробляти місцеву сировину і випускати готову продукцію з високою доданою вартістю.

Ці підприємства дадуть робочі місця працездатному населенню і сформуєть попит на різні спеціальності робітничих професій, інженерів, технологів тощо.

Як зазначав відомий турецький економіст Дені Родрик: «Завод – це автоматичний ескалатор економічного розвитку. Він – ключовий елемент екосистеми для розвитку послуг. Він дасть роботу малому

бізнесу у сфері послуг, який задовольнятиме різноманітні потреби підприємства від харчування робітників до ІТ-сервісів. Йому потрібні послуги з перевезення вантажів та доставки працівників.

Завод створює масу, утримує людей, генерує доходи бюджету, забудовує територію. Без нього на території утворюється пуста діра, яка потрібна ворогові» [5, с. 99–101].

Сутність економічної трансформації полягає у підтримці підприємств, які взяли на себе ризик будівництва нових виробничих об'єктів. Держава має знизити ці ризики, взяти їх частину на себе.

Це досягається компенсацією вартості кредитів, безповоротними грантами за створення робочих місць, фінансуванням підготовки спеціалістів, підтримкою не сировинного експорту, співфінансуванням інновацій через спеціальні фонди тощо.

Дії влади і бізнесу мають бути скоординовані. Підприємцю дуже важливо розуміти куди рухається держава. Найкраще це досягається через впровадження стратегічних планів розвитку.

В них вказуються макроекономічні індикатори, напрямки політики підтримки, цільові індикатори структурних змін, крупні інфраструктурні проекти.

Будівництво базової інфраструктури країни державними коштами також є елементом економічної трансформації держави. Структурні об'єкти інфраструктури потрібно передбачливо ув'язувати з перспективами розміщення інших виробничих комплексів. Це полегшить рішення підприємця, коли він буде розуміти, де проходитиме дорога і звідки взяти електроенергію.

Сьогодні економіка України стоїть на шляху боротьби своєї незалежності та демократії. Ця боротьба потребує економічної маси, сильної технологічної економіки.

Література:

1. Виробнича підприємницька діяльність. URL: <https://msd.in.ua/virobnichapridpriyemnitska-diyalnist/> (дата звернення: 18.09.2022)
2. Володимир Іщенко. Неолібералізм з українською специфікою. Спільне, 2014. URL: <https://commons.com.ua/uk/neoliberalizm-z-ukrayinskoju-spetsifiku/> (дата звернення: 18.09.2022).
3. Мінфін: валовий внутрішній продукт в 2021 році. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/2021/> (дата звернення: 19/09/2022)
4. Тоффлер Е. Третя Хвиля: пер. з англ. А. Євса; ред. пер. Шовкун. Київ : Вид. дім «Всесвіт», 2000. 475 с.
5. McMillan, Margaret; Horn, Karen; and Rodrik, Dani (2004). When Economic Reform Goes Wrong: Cashews in Mozambique. *Brookings Trade Forum* 2003. P. 97–165.

**Valeriia Kornivska, Doctor of Economics,
Senior Research Fellow of the Department of Economic Theory
State Organization “Institute for Economics and Forecasting
of the National Academy of Sciences of Ukraine”
Kyiv, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-8>

DIGITAL FINANCE IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW AND POST-WAR RECOVERY IN UKRAINE

ЦИФРОВІ ФІНАНСИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах воєнного стану забезпечення економічної діяльності активізує реалізацію цифрової стратегії розвитку, яка стає наріжною та невідворотною й у контексті повоєнного відновлення. Протягом інтенсивних воєнних дій вирішальне значення показали цифрові фінансові продукти. Воєнна криза загострила проблему фінансового доступу; її ефективне розв’язання прямо впливало на безперервність циркуляції ліквідності та підтримання економічних зв’язків. Зважаючи на те, що цифрові трансформації у фінансовій сфері України найбільш активно розвиваються для реалізації платіжних клієнтських потреб, в умовах воєнного стану транзакційні послуги надавалися максимально оперативно, і суми безготівкових операцій зростали попри війну [1].

Приймаючи до уваги особливий характер повоєнного відновлення України із залученням фінансових ресурсів світових донорів, важливою є подальша технологічна гармонізація українського та європейського фінансового ринку. НБУ веде роботу в області впровадження миттєвих платежів, перевагами яких є мінімізація ризиків, захист, нижчі тарифи для користувачів, зручність та прозорість переказів [2]. Миттєві платежі сприятимуть активізації клієнтського залучення у систему цифрових фінансових операцій та впливатимуть на загальну фінансову інклюзію.

Зважаючи на достатній рівень фінансової інклюзії в Україні та активний розвиток діджиталізації, в умовах повоєнного відновлення цифровий фінансовий сектор може стати центром формування екосистем, у яких відбуватиметься реконструктивний процес. У світі цифрових фінансів вже не перший рік розвиваються цифрові

інвестиційні платформи, що представляють собою цифрове рішення, яке поєднує автоматизовані функції управління фінансами для заощаджень та інвестицій в акції, паї, інвестиційні фонди. Цифрові інвестиційні платформи знижують вартість надання фінансових послуг завдяки автоматизації, штучному інтелекту та технологіям машинного навчання.

Впровадженню цифрових технологій у інвестиційний процес сприятиме реалізована сьогодні концепція open banking – відкритого банкінгу [3]. Open banking підвищуватиме цінову та нецінову конкуренцію на ринку через збільшення присутності на банківському ринку нових надавачів послуг, що зумовлюватиме ще більш спрямоване використання клієнтоорієнтованих підходів в обслуговуванні, щільніше фінансове залучення. Кінцевим результатом впровадження open banking стане формування єдиної екосистеми надання фінансових послуг у національному фінансовому просторі і його приєднання до наднаціональних платформ.

Високі показники цифровізації в українському фінансово-інституційному середовищі створили умови для досягнення цифровими фінансовими установами достатнього рівня суб'єктності. Українські банки сьогодні знаходяться у світовому тренді щодо оцифрування основних складових діяльності: для максимально ефективного надання послуг використовуються цифрові платформи, розвиваються чат-боти, активізується впровадження технологій індивідуалізації процесів задоволення потреб населення і малого та середнього бізнесу. Активно розвивається сегмент необанків, що надають послуги на основі ліцензії традиційних банків-фундаторів без створення фізичного офісу та відділень.

Зважаючи на світовий досвід реалізації соціально значимих інвестиційних проектів у необанках, зростаючу споживацьку довіру до українського необанкінгу, його значну клієнтську базу, цифрові банки можуть стати джерелом інвестиційного процесу повоєнного відновлення.

Відповідність глобальним тенденціям цифрового розвитку, очевидна стабільність сфери надання платіжних послуг, активізація руху у бік відкритого банкінгу, – все це доводить спрямування українського фінансового сектору на шляху входження у глобальний споживчо-фінансовий простір. Подальший розвиток цифрових фінансових продуктів буде пов'язаний із впровадженням технологій персоналізації послуг за допомогою штучного інтелекту, розвитком голосових і біометричних сервісів, персоналізацією кредитних

продуктів, заміною традиційних банківських продуктів контекстно-релевантними, платформізацією послуг. Ці маркетингові заходи ще більше сприятимуть зростанню фінансової інклюзії та інтеграції цифрових фінансових установ у економічне та соціальне буття споживачів фінансових послуг.

Водночас слід приймати до уваги, що зростаюча фінансова інклюзія ринкових суб'єктів пов'язана із зростаючими ризиками цифрового розвитку, зокрема ризиками кібербезпеки [4]. Зі збільшенням темпів цифровізації проблема буде загострюватися, єдиним шляхом її вирішення є приведення у відповідність темпів цифровізації та цифрової грамотності при істотному посиленні систем кіберзахисту установ.

На тлі активізації банків у руслі боротьби з кіберзлочинністю відбуваються процеси інституційного нівелювання, які створюють об'єктивні умови для зростання шахрайства на фінансових ринках. Так, активно впроваджувана сьогодні концепція відкритого банкінгу, поряд з її явними перевагами у контексті розвитку національного фінансового ринку та його інтеграції у світовий фінансовий простір, водночас створює неявні загрози доступності даних.

Амбівалентність відкритого банкінгу полягає у тому, що, з одного боку, він надаватиме додаткову можливість отримати більше даних про клієнта, що можуть використовуватися для запобігання та виявлення шахрайства і відшкодування збитків, завданих шахрайськими атаками. З іншого боку, відкритий банкінг робить потенційно доступними дані споживачів фінансових послуг для багатьох зацікавлених суб'єктів (а не тільки надавачів цих послуг) і таким чином посилює проблему шахрайства на ринку. Удавана зручність створення єдиної інформаційної бази для екосистеми задоволення споживчо-фінансових потреб насправді обертається формуванням замкненої інформаційної платформи, де один раз емітована суб'єктна інформація може бути використана багатьма учасниками без згоди її власника на користь зацікавлених осіб і не завжди у межах правового поля. На фінансових ринках ніколи не можна виключати опортунізму у використанні інформації.

Висновки. Природня актуалізація цифрових фінансових послуг в умовах воєнного стану надалі буде підсилюватися під час повоєнного відновлення для прискорення реконструктивної економічної діяльності та інвестиційного процесу. Цей шлях значно спростить подальшу інтеграцію цифрової фінансової установи у економічне та повсякденне буття споживачів фінансових послуг, роблячи їх

частиною глобального споживчо-фінансового простору на основі реалізованої сьогодні концепції open banking, відкриваючи простір їх економічної, соціальної, культурної активності для реалізації стратегій поглибленого фінансового залучення надавачів фінансових послуг. Це підсилює існуючі сьогодні ризики кібербезпеки, водночас в умовах безальтернативності цифрового шляху ці проблеми стають невід’ємною складовою економічної діяльності.

Література:

1. Обсяги безготівкових розрахунків в Україні зростають попри війну. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/obsyagi-bezgotivkovih-rozrahunkiv-v-ukrayini-zrostayut-popri-viynu>.
2. Система миттєвих платежів. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/payments/ips>.
3. Тигипко А. Open banking – что это и кто выиграет от его введения в Украине. URL:<https://biz.nv.ua/experts/open-banking-chto-eto-kogda-poyavitsya-v-ukraine-i-kto-vyigraet-novosti-ukrainy-50143253.html>.
4. Кібератаки та крадіжка даних клієнтів: чим ризикують банки через шахраїв. URL:<https://finclub.net/ua/priama-mova/kiberataky-ta-kradizhka-danykh-kliientiv-chym-ryzykuiut-banky-cherez-shakhraiv.html>.

Dmytro Lazarenko, Doctor of Economics, Professor

*State Tax University
Irpın, Ukraine*

**Nataliia Trushkina, Candidate of Economic Sciences,
Senior Researcher**

Viktor Utkin, Postgraduate Student

*Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-9>

CURRENT ISSUES OF THE FORMATION OF CLUSTER STRUCTURES ON THE BASIS OF SMART SPECIALIZATION

The European strategy “Smart Specialization” is aimed at prioritizing the innovative development of regions, improving its management, and involving a wider range of stakeholders. The advantage of this strategy is that it “smartly” and selectively approaches the expenditure of limited resources – it prevents duplication of research and innovation activities by different regions, which is extremely important in the context of global competition. The concept of smart specialization [1] aims at efficient, effective and synergistic use of public and private investments, and supports countries and regions in strengthening their innovative capacity while focusing limited human and financial resources on a few globally competitive areas of activity. According to the smart specialization strategy, only those regions will be able to apply for support from EU resources that have already defined their smart specialization. It should be noted that smart specialization involves identifying strengths and developing the competitive advantages of regions based on the existing structure of the regional economy.

The smart specialization strategy is based on four principles of economic transformation (“4 K”):

1) Critical mass and strict selection (limited number of priorities based on the region’s own capabilities and international specialization; concentration of financial resources and more efficient budget management).

2) Competitive advantage (adaptation of innovative potential to business needs through the so-called “entrepreneurial discoveries”).

3) Formation of cluster structures (development of world-class clusters and creation of platforms for inter-industry relations in the region and beyond, which contributes to specialized technological diversification).

4) Collaborative leadership (effective innovation systems [2] as a collective effort based on the interaction of states, the private sector, science and innovation consumers).

The main feature of the smart specialization strategy is the emergence in its structure of the so-called entrepreneurial discovery process, which means the involvement of entrepreneurial structures in determining the priority areas for the development of the region as the most promising from the point of view of the business. This process shows in which area of R&D and innovation a country, region or city is strongest because entrepreneurs know best what they can produce in the most efficient way. The synthesis of knowledge in the field of innovation and business, previously fragmented, helps to create a vision of opportunities in existing or new sectors. It is this type of complex knowledge that needs to be activated and maintained as the main ingredient in the process of smart specialization. Entrepreneurial knowledge extends far beyond science and technology – it combines and correlates scientific and technological knowledge with market demands (growth potential), potential competition, resources and services needed to start a new business activity.

The smart specialization strategy expands the concept of “actor-entrepreneurs”, meaning not only enterprises but also universities, state research institutes, and independent researchers (innovators), who are important to identify and attract to organize joint projects with the business sector. Only through the interaction of science and business can one obtain reliable information about the future value of specific types of regional specialization [3]. Instead of targeting entire industries/sectors, this approach encourages investment in specific activities aimed at strengthening comparative advantage in existing or new areas. In the concept of smart specialization, public authorities perform the following functions: 1) creating conditions for approvals and choosing smart specialization as the leading strategy for innovative and regional development; 2) identification of the needs arising in connection with the chosen specialization (for example, in the field of education) and the introduction of appropriate incentives and support measures; 3) assistance in the formation of cluster structures and monitoring of cluster development in accordance with the specialization chosen by the regions [4–8].

Clusters are the main horizontal tool of the smart specialization strategy. In this regard, clusters can make the greatest contribution to sustainable development by supporting research, development and innovation within identified areas and areas of specialization. The smart specialization strategy introduces the necessary structural changes that stimulate innovative development [9]:

- a radical transformation, in which R&D and innovation can suddenly make certain areas of business activity with previously slow growth attractive. For example, the use of digital technologies and information systems [10] in the management and conservation of the archaeological and historical heritage in Italy (Florence) – is an example of the simultaneous emergence of an innovation sphere and a market niche;

- transition from the existing (traditional) sector to a new one, based on interaction and cooperation in the field of R&D, engineering and production, which form the knowledge base for the development of new business activities. For example, in Austria, entrepreneurs found a way to move from precision engineering to medical technology, which led to a series of inventions in medical technology that emerged from existing developments in precision engineering;

- modernization – technological re-equipment of the existing industry, including developments with the special use of the so-called “key enabling technologies”, to improve the efficiency and quality of the existing, possibly traditional, production sphere. Such technologies are, for example, semiconductors, new (“advanced”) materials, photonics, nanotechnologies;

- diversification that promotes potential synergies that may arise between existing and new (related) areas of business activity and that makes the transition to a new area attractive and profitable. For example, as a result of the smart specialization strategy, the Toulouse region began to specialize in aeronautics (Airbus Valley), which led to the expansion of entrepreneurial activities, infrastructure and specialization of higher education and research institutes in the direction of satellite and navigation technologies.

Prospects for further research are in the theoretical generalization of scientific approaches to the definition of the term “regional cluster infrastructure”, taking into account the specifics of the functioning of the economic regions of Ukraine.

References:

1. Amosha, O., Lyakh, O., Soldak, M., & Cherevatskyi, D. (2018). Institutional determinants of implementation of the smart specialization concept: case for old industrial coal-mining regions in Ukraine. *Journal of European Economy*, vol. 17(3(665)), pp. 305-332. DOI: <https://doi.org/10.35774/jee2018.03.305>.
2. Kuzior, A., Pidorycheva, I., Liashenko, V., Shevtsova, H., & Shvets, N. (2022). Assessment of national innovation ecosystems of the EU countries and Ukraine in the interests of their sustainable development. *Sustainability*, vol. 14, pp. 8487. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14148487>.
3. Lazarenko, D. O. (2017). Informatsiia yak resurs upravlinnia sotsialno-ekonomichnymy systemamy [Information as a resource for management of socio-economic systems]. *Social and Economic Changes of Contemporary Society*. Poland, Opole: Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu, pp. 96–100 [in Ukrainian].
4. Trushkina, N., & Shyposha, V. (2021). Cluster Initiatives as a Mechanism for Modernizing the National Economy: Adaptation of European Practice. *Moderní aspekty vědy: XIV Díl mezinárodní kolektivní monografie*. Česká republika, Jesenice: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., pp. 590–601.
5. Trushkina, N., & Shyposha, V. (2021). Clustering of the national economy as an effective tool for the sustainable development of European Countries. *Three Seas Economic Journal*, 2(4), 63–70. DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2021-4-11>.
6. Utkin, V. P. (2021). Peredumovy, modeli ta struktury promyslovykh klasternykh obiednan [Prerequisites, models and structures of industrial cluster associations]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy – Herald of economic science of Ukraine*, vol. 2(41), pp. 191-196. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2\(41\).191-196](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2(41).191-196).
7. Shyposha, V., Trushkina, N., & Utkin, V. (2022). Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm zabezpechennia rozvytku klasternykh struktur u promyslovykh rehionakh ta alhorytm yoho realizatsii [Organizational and economic mechanism for ensuring the development of cluster structures in industrial regions and an algorithm for its implementation]. *Colloquium-journal*, vol. 25(148), pp. 14–20. DOI: <https://doi.org/10.24412/2520-6990-2022-25148-14-20> [in Ukrainian].
8. Shyposha, V., Trushkina, N., & Utkin, V. (2022). Kompleksnyi pidkhid do otsiniuvannia efektyvnosti diialnosti rehionalnoi klasternoï struktury [A comprehensive approach to evaluating the effectiveness of the regional cluster structure]. *Moderní aspekty vědy: XXIII Díl mezinárodní kolektivní monografie*. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o, pp. 52–68 [in Ukrainian].
9. Pidorycheva, I., & Trushkina, N. (2021). Development of Scientific-Educational and Scientific-Technical Cooperation between the European Union and Ukraine: Results of an Expert Survey. *Economics & Education*, vol. 6(3), pp. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.30525/2500-946X/2021-3-1>.
10. Kwilinski, A., Vyshnevskiy, O., & Dzwigol, H. (2020). Digitalization of the EU economies and people at risk of poverty or social exclusion. *Journal of Risk Financial Management*, vol. 13(7), p. 142. DOI: <https://doi.org/10.3390/jrfm13070142>.

Stanislav Mykhailov, Applicant
Nataliia Savina, Doctor of Economic Sciences, Professor
The National University of Water and Environmental Engineering
Rivne, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-10>

THE IMPORTANCE OF PUBLIC ADMINISTRATION IN CRISIS SITUATIONS

ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

Оскільки економіка знаходиться у постійному русі та змінах та являється не стабільною, зростання змінюється на занепад. У зв'язку із з прискореними темпами науково-технічного прогресу і швидким розвитком фінансових інститутів, а також з утворенням нових інноваційних фінансових технологій, яскраво виразилась циклічність економічного розвитку, що характеризується наявністю чотирьох фаз циклу: піднесення, повжвавлення, депресія, криза. Кожний наступний цикл являє певний алгоритм дій, який формуються із зміною одної фази на іншу, які повторюються циклічно [1].

Кризова ситуація в найбільш загальному розумінні – це крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі як всередині неї, поміж ключовими її компонентами (персонал, техніка, технологія, виробництво, фінанси тощо), так і спричинене взаємодією окремих соціально-економічних систем (людина, група, підприємство, національна економіка, світове господарство), що загрожує її життєстійкості в зовнішньому середовищі, не дозволяючи виконати місію, цілі або завдання функціонування та розвитку.

Як показує практика, кризові явища та процеси неоднакові не тільки зі своїх причин і наслідків, але і за самою суттю. Необхідність у розгалуженій класифікації криз пов'язана з диференціацією засобів і способів управління ними. За наявної типології та розуміння характеру кризи з'являються можливості зниження її гостроти, скорочення часу і забезпечення безболісності протікання [2].

Антикризове регулювання національної економіки – це процес цілеспрямованого впливу органів державного управління на упередження, недопущення та мінімізацію негативних наслідків кризових явищ з метою забезпечення сталого економічного розвитку [3].

Антикризове регулювання розглядається у двох аспектах: 1) як складова державного регулювання економіки, що являє собою сукупність методів, форм та засобів впливу держави на соціально-економічну систему з метою реалізації макроекономічних цілей; 2) як функція державного управління, що реалізується через проведення антикризової політики, спрямованої на вирішення проблем економічного розвитку.

Значення впливу держави на розвиток економіки загалом визначається ефективністю механізмів, методів та засобів, за допомогою яких вирішуються соціально-економічні та інші завдання, з обов'язковим урахуванням охорони публічних і приватних інтересів. У цьому й полягає головне завдання такого державного регулювання. Основою ефективного державного регулювання економічної діяльності є поєднання економічних, правових та управлінських функцій [4, с. 36].

Система антикризового регулювання національної економіки формується, з одного боку, під впливом обраної державою моделі державного регулювання економіки, з іншого – підпорядкована загальним імперативам антикризової політики національного та міждержавного рівня. В умовах глобалізації, держави обмежені у свободі вибору антикризових важелів, особливо, що вимагає взаємоузгодження національних інтересів із зобов'язаннями, що виникають внаслідок участі держави у міжнародних фінансово-економічних, торговельних та інших організаціях [3].

Необхідність державного регулювання економічної діяльності порізному обґрунтовується в економічній і юридичній літературі. Зокрема теорія економічної школи Дж. М. Кейнса (кейнсіанство) зводиться до того, що ринкова економіка нездатна до повної самоорганізації і тому потребує суттєвого державного втручання [5].

Представник монетаризму М. Фрідман, виходив з положення про те, що держава повинна стежити за дотриманням суб'єктами ринкових «правил гри» і регулювати процеси грошового обігу [6]. Відтак монетаристи були противниками розширення економічних функцій держави. Держава в монетарній моделі вконе пасивну роль, забезпечуючи усунення перешкод, що заважають роботі законів вільної ринкової конкуренції.

Концептуальна схема розробки механізму антикризового регулювання національної економіки передбачає поетапне аналітичне дослідження світової та національної економік, прогнозування кризи, розробку антикризової стратегії та

імплементатії її положень у антикризових програмах (планах) і стратегії економічного розвитку [3].

До основних елементів механізму регулювання економічної діяльності в науковій літературі зараховують нормативне регулювання, дозвільну систему, контроль, засоби стимулювання та підтримки, матеріально-технічну підтримку: інформаційне, кадрове та науково-методичне забезпечення тощо [7].

Серед основних завдань державної регуляторної політики науковці виокремлюють такі: гарантування національної безпеки й економічної незалежності країни; формування високопродуктивної ринкової економіки соціального спрямування, громадянського суспільства; зростання національного багатства, гармонізація інтересів держави, регіонів, суб'єктів господарювання; активізація вітчизняних інвестицій в основний капітал; стійкість національної фінансової системи; реалізація основних принципів соціально-економічного розвитку [8].

До методів прямого державного впливу належать: визначення стратегічних цілей розвитку економіки, планування, державне замовлення, державна реєстрація, ліцензування, нормативні вимоги до якості та сертифікації технології і продукції, правові та адміністративні обмеження і заборони або обмеження щодо виготовлення окремих видів продукції та ін.

До непрямих методів впливу належать: проведення грошово-кредитної політики, лібералізація податкового та амортизаційного законодавства, ціноутворення, забезпечення державними замовленнями суб'єктів підприємництва та ін. Співвідношення прямих і непрямих методів залежить від економічної ситуації в країні, обраної концепції економічного розвитку [4, с. 42].

Отже, на сучасному етапі розвитку соціально-економічної системи причинами криз є зростання ролі масових комунікацій у процесі розвитку криз та скорочення часу кризового реагування; зростання ролі нових технологій в генеруванні кризових ситуацій та транснаціональних корпорацій при одночасному зниженні можливостей державних інститутів щодо їх врегулювання; утворення нових форм криз за рахунок комбінації кризових елементів та їх трансформації.

Основними завданнями державної регуляторної політики є: гарантування національної безпеки й економічної незалежності країни; формування високопродуктивної ринкової економіки соціального спрямування, громадянського суспільства; зростання

національного багатства, гармонізація інтересів держави, регіонів, суб'єктів господарювання; активізація вітчизняних інвестицій в основний капітал; стійкість національної фінансової системи; реалізація основних принципів соціально-економічного розвитку. До методів державної регуляторної політики відносяться прямі методи (використання адміністративних засобів впливу на економічні відносини та поведінку відповідних суб'єктів) та непрямі методи (стимулювання процесу розвитку, створення сприятливого зовнішнього середовища).

Засобами державної регуляторної політики є: державне замовлення, ліцензування, патентування і квотування, технічне регулювання, застосування нормативів та лімітів, регулювання цін і тарифів, надання інвестиційних, податкових та інших пільг, надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

Література:

1. Якубенко Ю. Л. Сірко А.Ю. Сутність кризових явищ в Україні та напрями їх подолання. *Агросвіт*. 2021. № 24. С. 39–45. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/5905> (дата звернення: 13.09.2022).
2. Ситник Г. П. Сутність кризових ситуацій соціального характеру у контексті національної безпеки: філософсько-управлінський аспект. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 8. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1479> (дата звернення: 13.09.2022).
3. Олешко А. А. Концептуальні засади антикризового регулювання національної економіки. *Економіка та держава: Міжнародний науково-практичний журнал*. 2012. № 9. С. 4–7.
4. Хомко Л. В., Кульгавець Х. Ю. Правове регулювання підприємницької діяльності. Львів : ЛьвДУВС, 2016. 424 с.
5. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Москва : Прогресс, 1978. 224 с.
6. Фридман М. Деньги и экономическое развитие. М.: Прогресс, 2005. 324 с.
7. Ісаков М. Г. Теоретичні основи державного регулювання підприємницької діяльності. *Актуальні проблеми права: теорія і практика: збірник наукових праць*. 2012. № 23. С. 18–22.
8. Познякова Н. І. Напрями реалізації цілей регуляторної політики у сфері торгівлі світлимими нафтопродуктами в Україні. *Економічний часопис – XXI*. 2010. № 11–12. С. 51–55.

Yelyzaveta Mykhailova, Candidate of Philological Sciences
Nataliia Savina, Doctor of Economic Sciences, Professor
The National University of Water and Environmental Engineering
Rivne, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-11>

ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF EDUCATION IN THE CONTEXT OF INFORMATION WARFARE

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ ОСВІТИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

На сучасному етапі, а особливо в інформаційному суспільстві, виникають проблемні кризові процеси та явища, які пов'язані із рухом інформації як в цілому в економічній системі країни, так і в окремій економічній сфері. Наслідки зовнішніх та внутрішніх інформаційних впливів призводять до руйнування системи функціонування, що, в свою чергу, вимагає удосконалення механізмів антикризового управління.

Антикризове управління сферою освіти в умовах інформаційної війни як поняття стало активно використовуватись в зарубіжному та українському науковому дискурсі не так давно. Оскільки поняття не є усталеним, його розглядають у двох аспектах. Перший аспекти виникає в результаті модернізації органів влади, необхідності переходу до нових моделей управління та взаємодії з громадянами, що приводять до запозичення управлінських підходів з менеджменту приватних організацій. Другий аспект полягає в тому, що методи та методика прийняття рішень, які реалізуються в приватному секторі, мають адаптуватися, враховуючи соціальну спрямованість сфери освіти, постійний вплив інформаційних та економічних та політичних чинників та функціонування освітньої сфери, специфіку організаційної структури та ін. [1, с. 57].

Кризи на підприємствах будь-якої сфери, а особливо освітньої сфери, в умовах інформаційної війни можуть проявляться як системно так і раптово. Моральне старіння технологій, що використовуються та втрата конкурентних переваг, значний відтік ресурсів також є сигналами наростаючої кризи. Оскільки окрім зовнішніх впливів, внутрішні чинники, що так чи інакше пов'язані із її фінансово-господарською діяльністю, виникають всередині

установи, антикризове управління спрямоване на усунення та недопущення прогалин в системі розподілу ресурсів та оптимізацію господарської діяльності.

Основними рисами антикризового управління в умовах інформаційної війни є орієнтація на виведення підприємства (економічної сфери) із кризового стану. Такі заходи, які засновані на реалізації програм із підвищення конкурентоспроможності та фінансового оздоровлення, мають заздалегідь прогнозувати та попереджувати неплатоспроможність підприємства. Окрім того, основою відмінністю такого типу управління є здатність підприємства конструктивно та швидко реагувати на зміни, що виникають внаслідок інформаційних впливів та загрожують його нормальному функціонуванню. Тобто здатність розробляти оптимальні шляхи виходу з кризової ситуації, визначати пріоритетні цінності підприємства в умовах інформаційної війни, сприяти ефективній роботі в екстремальних умовах [2].

Що ж стосується принципів антикризового управління, то до них можна віднести багатоваріантність й допустимість ризику; маркетингову орієнтацію виробництва; мотивацію; об'єктивність та реалістичність оцінювання ситуації; поліс кризи; упередження розв'язання проблем; формування сприятливих можливостей; часові обмеження; оптимальність; адекватність реагування на реальні загрози; повну реалізацію внутрішніх можливостей; ранню діагностику кризових явищ; терміновість реагування на кризові явища; динамічну стійкість та протидію кризі [3, с. 19].

Економічний механізм антикризового управління в умовах інформаційної війни складається з наступних основних елементів, що входять в систему кризовому менеджменту: діагностика і прогнозування фінансового стану; оцінка бізнесу підприємства і вектора його розвитку; оцінка зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища; розвиток організаційно-виробничого та стратегічного менеджменту; управління кадровим потенціалом; розвиток системи фінансового менеджменту; наявність антикризової інвестиційної політики; реалізація заходів в сфері антикризового бізнес-планування, організаційні заходи щодо ліквідації підприємства [4, с. 4].

Особливістю антикризової стратегії в умовах є її обмежений за терміном і змістом характер. Така розробляється на порівняно короткий період (від одного до трьох років) і має виражені адаптивні

характеристики. Вона включає безліч реорганізаційних заходів та організаційно-технологічних новацій. Однією з постійних функцій антикризової стратегії підприємства є оцінка і прогнозування можливості його входження в кризовий стан. Стратегії антикризового управління характеризуються значною різноманітністю. Найбільш важливими з них є наступні: попередження кризи, підготовки до її появи; вічікування зрілості кризи для успішного вирішення проблем її подолання; протидії кризовим явищам, уповільнення процесів; стабілізації ситуацій за допомогою використання резервів, додаткових ресурсів; розрахованого ризику; послідовного виведення з кризи; передбачення і створення умов усунення наслідків кризи. На вибір тієї чи іншої стратегії впливає характер і глибина кризи [5, с. 83].

Отже, інформаційна війна впливає на ефективність діяльності установи, зниження якої виражається певними індикаторами, що передують кризі: падіння попиту та зниження купівельної спроможності населення; стагнація їх науково-технічного та економічного потенціалу; зниження конкурентного статусу підприємства; несприятливі зміни діяльності державних і владних структур; нестабільність зовнішньої політики іноземних держав-партнерів по бізнесу; погіршення технічних ресурсів; ослаблення кадрового потенціалу. Такий тип управління можливо реалізувати лише наслідуючи наступні принципи: рання діагностика; терміновість реагування; адекватність реагування; повна реалізація внутрішніх можливостей.

Варто зазначити, що незалежно від типу та методів антикризового управління, його впровадження відбувається у рамках чотирьох блоків: 1) діагностика кризи; 2) методологія антикризового управління; 3) прогнозування кризи; 4) соціально-економічні аспекти.

Література:

1. Газарян С. В. Теоретичні основи антикризового управління в регіоні. Публічне управління: теорія та практика. 2013. Вип. 2. С. 56-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2013_2_11 (дата звернення: 13.09.2022)
2. Ковалевська А.В. Антикризове управління підприємством. Вісник Харківського нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2016. 140 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/78067019.pdf> (дата звернення: 13.09.2022).
3. Мельниченко О. А. Антикризова політика держави: сутність та пріоритетні напрями. Теорія та практика державного управління. 2015. Вип. 2. С. 17-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2015_2_5 (дата звернення: 13.09.2022).

4. Родин Д. Я., Глухих Л.В., Омельченко А. В. Проблемы современных методов антикризисного управления предприятий Краснодарского края в условиях глобальной экономики. Научный журнал КубГАУ, 2015. No111(07) URL: <http://ej.kubagro.ru/2015/07/pdf/32.pdf> (дата звернения: 13.09.2022).

5. Субачев А. А., Карасёв М. А. Антикризисное управление. Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2016. 130 с.

**Yuliia Perekhuda, Candidate of Geographical Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Global Economics
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
Kyiv, Ukraine**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1434-2509>

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-12>

THE IMPACT OF UNCERTAINTY ON THE FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF LIVESTOCK PRODUCTS

ВПЛИВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Галузь тваринництва у світі є дуже динамічною. У країнах, що розвиваються, він розвивається у відповідь на стрімке зростання попиту на продукцію тваринництва. У розвинених країнах попит на продукцію тваринництва залишається сталим, в той час як багато виробничих систем підвищують свою ефективність і екологічну стійкість. Історичні зміни попиту на продукцію тваринництва були значною мірою зумовлені зростанням чисельності населення, зростанням доходів та урбанізацією, а виробнича реакція в різних системах тваринництва була пов'язана з науково-технічним прогресом та збільшенням поголів'я тварин. У майбутньому на виробництво все більше впливатиме конкуренція за природні ресурси, особливо землю та воду, конкуренція між продуктами харчування та кормами, а також необхідність працювати в умовах економіки з обмеженими викидами вуглецю. Розвиток селекції, харчування та здоров'я тварин продовжуватиме сприяти збільшенню потенційного виробництва та подальшому підвищенню ефективності та генетичних досягнень. На тваринництво, ймовірно, все більше впливатимуть обмеження на викиди вуглецю, а також законодавство у сфері охорони навколишнього середовища та добробуту тварин. Попит на тваринницьку продукцію в майбутньому може значною мірою стримуватися соціально-економічними факторами, такими як занепокоєння щодо здоров'я людей та зміна соціокультурних

цінностей. Існує значна невизначеність щодо того, як ці фактори будуть діяти в різних регіонах світу в найближчі десятиліття.

Системи тваринництва мають як позитивний, так і негативний вплив на базу природних ресурсів, здоров'я населення, соціальну справедливість та економічне зростання. В даний час тваринництво є однією з найбільш швидкозростаючих підгалузей сільського господарства в країнах, що розвиваються [8].

Історично склалося так, що реакція виробництва характеризується як системними, так і регіональними відмінностями. Системи замкнутого тваринництва в промислово розвинених країнах є джерелом більшої частини світового виробництва м'яса птиці та свинини, і такі системи створюються в країнах, що розвиваються, для задоволення зростаючого попиту.

У той час як зростання виробництва рослинницької продукції відбуватиметься переважно за рахунок підвищення врожайності, а не розширення посівних площ, збільшення виробництва тваринницької продукції відбуватиметься більшою мірою в результаті збільшення поголів'я худоби в країнах, що розвиваються, особливо жуйних тварин. В інтенсивних змішаних системах продовольчі кормові культури є життєво важливими кормовими ресурсами для жуйних тварин. Ціни на продовольчі кормові культури, ймовірно, зростатимуть швидше, ніж ціни на тваринницьку продукцію. Зміни у виробництві поживних залишків будуть сильно відрізнятися в різних регіонах до 2030 року [5; 6]. Значне зростання може відбутися в Африці, головним чином, в результаті підвищення продуктивності кукурудзи, сорго та проса. Виробництво альтернативних кормів для жуйних тварин у більш інтенсивних змішаних системах, однак, може бути обмежене як доступністю землі, так і води, особливо в зрошуваних системах.

Історично склалося так, що одомашнення та використання традиційних методів розведення худоби значною мірою зумовили зростання врожайності тваринницької продукції, яке спостерігається протягом останніх десятиліть. Водночас відбулися значні зміни у структурі продукції тваринництва. Якщо минулі зміни в попиті на продукцію тваринництва задовольнялися комбінацією традиційних методів, таких як заміна порід, схрещування та внутрішньопородна селекція, то майбутні зміни, ймовірно, будуть все більше задовольнятися за рахунок нових методів [4].

Зі звичайних методів, селекція серед порід або кросів є одноразовим процесом, в якому може бути обрана найбільш

підходяща порода або крос породи, але подальше поліпшення може бути зроблено тільки шляхом селекції в популяції.

Темпи генетичних змін зросли за останні десятиліття у більшості видів тварин у розвинених країнах з кількох причин, включаючи більш ефективні статистичні методи оцінки генетичної цінності тварин, більш широке використання технологій, таких як штучне запліднення, і більш цілеспрямований відбір за об'єктивними ознаками, такими як надої молока. Найбільших успіхів було досягнуто у птахівництві та свинарстві, з меншими успіхами у молочному скотарстві, особливо в розвинених країнах і в більш індустріалізованих виробничих системах деяких країн, що розвиваються. Частково це було досягнуто завдяки широкому використанню заміни порід, що, як правило, призводить до переважання декількох вузькоспеціалізованих порід, в межах яких цілі генетичного відбору можуть бути вузько сфокусовані [1–3].

Хоча більшість досягнень відбулися в розвинених країнах, існують значні можливості для підвищення продуктивності в країнах, що розвиваються. Внутрішньопородна селекція не практикується настільки широко, частково через відсутність відповідної інфраструктури (наприклад, схем реєстрації продуктивності та генетичної оцінки). Заміна або схрещування порід може призвести до швидкого підвищення продуктивності, але нові породи та схрещування повинні відповідати навколишньому середовищу та вписуватися у виробничі системи, які можуть характеризуватися обмеженими ресурсами та іншими обмеженнями.

У майбутньому в багатьох розвинених країнах збережеться тенденція, за якої тваринництво, окрім виробництва та продуктивності, зосереджуватиметься на інших характеристиках, таких як якість продукції, підвищення добробуту тварин, стійкість до хвороб та зменшення впливу на навколишнє середовище. Інструменти молекулярної генетики, ймовірно, матимуть значний вплив у майбутньому. Наприклад, особливо корисними будуть тести на основі ДНК на гени або маркери, що впливають на ознаки, які наразі важко виміряти, такі як якість м'яса і стійкість до хвороб.

Іншим прикладом є трансгенна худоба для виробництва продуктів харчування; це технічно можливо, хоча технології, пов'язані з худобою, знаходяться на більш ранній стадії розвитку, ніж еквівалентні технології в рослинництві. У поєднанні з новими методами розповсюдження, такими як клонування, такі технології можуть кардинально змінити тваринництво. Повні геномні карти

птиці та великої рогатої худоби вже існують, і це відкриває шлях до можливих досягнень в еволюційній біології, розведенні тварин та створенні тваринних моделей людських хвороб. Геномна селекція повинна бути здатна принаймні подвоїти темпи генетичного приросту в молочній промисловості, оскільки вона дозволяє приймати селекційні рішення на основі геномних селекційних цінностей, які в кінцевому підсумку можуть бути розраховані лише на основі інформації про генетичні маркери, а не на основі родоvodu та фенотипічної інформації. Геномна селекція не позбавлена викликів, але вона, ймовірно, зробить революцію в селекції тварин [7].

Оскільки інструменти та методи селекції змінюються, змінюються і цілі багатьох селекційних програм. Хоча існує мало доказів прямих генетичних обмежень селекції на врожайність, якщо селекція занадто вузько спрямована, можуть виникнути небажані асоційовані реакції; наприклад, у молочній худобі, де поряд з генетичним поліпшенням деяких виробничих ознак, зараз є значні докази небажаних генетичних змін у фертильності, захворюваності та загальній чутливості до стресу, незважаючи на поліпшення харчування та загального менеджменту. Компроміси, ймовірно, стануть все більш важливими між селекцією для підвищення ефективності використання ресурсів, впливом на фертильність та інші ознаки та впливом на навколишнє середовище, наприклад, виробництвом метану. Аналіз всієї системи та життєвого циклу буде ставати все більш важливим для розв'язання цих складних питань.

Оскільки інструменти та методи селекції змінюються, змінюються і цілі багатьох селекційних програм. Хоча існує мало доказів прямих генетичних обмежень селекції на врожайність, якщо селекція занадто вузько спрямована, можуть виникнути небажані асоційовані реакції; наприклад, у молочній худобі, де поряд з генетичним поліпшенням деяких виробничих ознак, зараз є значні докази небажаних генетичних змін у фертильності, захворюваності та загальній чутливості до стресу, незважаючи на поліпшення харчування та загального менеджменту. Компроміси, ймовірно, стануть все більш важливими між селекцією для підвищення ефективності використання ресурсів, впливом на фертильність та інші ознаки та впливом на навколишнє середовище, наприклад, виробництвом метану. Аналіз всієї системи та життєвого циклу буде ставати все більш важливим для розв'язання цих складних питань [8].

За останніми оцінками очікується незначне збільшення площ пасовищ. Деяка інтенсифікація виробництва, ймовірно, відбудеться у

вологих зонах на найбільш придатних землях, де це можливо, завдяки використанню поліпшених пасовищ та ефективному управлінню. У більш посушливих і напівпосушливих районах тваринництво є ключовим механізмом управління ризиками, але зростання чисельності населення призводить до фрагментації пасовищ у багатьох місцях, що ускладнює доступ скотарів до кормових і водних ресурсів, до яких вони традиційно мали доступ. У майбутньому пасовищні системи будуть все більше забезпечувати екосистемні товари і послуги, які є предметом торгівлі, але як це може вплинути на майбутнє тваринництво в цих системах, поки що не зрозуміло. Змішані рослинницько-тваринницькі системи залишатимуться критично важливими для майбутньої продовольчої безпеки, оскільки дві третини світового населення проживає в цих системах. Деякі з найбільш перспективних змішаних систем в Африці та Азії вже стикаються з проблемою нестачі ресурсів, але існують різні способи вирішення цієї проблеми, включаючи підвищення ефективності та варіанти інтенсифікації. Зростаюча конкуренція за земельні ресурси в майбутньому буде також пов'язана з виробництвом біопалива, що зумовлено постійним занепокоєнням щодо зміни клімату, енергетичної безпеки та альтернативних джерел доходу для сільськогосподарських домогосподарств. Майбутні сценарії використання біоенергії широко варіюються, і існують значні прогалини у фактичних даних щодо ймовірних компромісів між продовольством, кормами та паливом у виробничих системах як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються, особливо у зв'язку з біоенергетичними технологіями другого покоління, що прямо впливає на формування конкурентоспроможності продукції тваринництва.

Література:

1. Akpan I.J., Udoh E.A., Adebisi B. Small business awareness and adoption of state-of-the-art technologies in emerging and developing markets, and lessons from the COVID-19 pandemic. *Small Bus Entrep.* 2020. P. 1–18.
2. Fath B., Fiedler A., Sinkovics N., Sinkovics R., Sullivan-Taylor B. International relationships and resilience of New Zealand SME exporters during COVID-19. *Crit Perspect Int Bus.* 2021.
3. Juergensen J., Guimón J., Narula R. European SMEs amidst the COVID-19 crisis: assessing impact and policy responses. *Ind Bus Econ.* 2020. 47. P. 499–510.
4. Liguori E.W., Pittz T.G. Strategies for small business: Surviving and thriving in the era of COVID-19. *Int Counc Small Bus.* 2020. № 1 P. 106–110.
5. Lu Y., Wu J., Peng J., Lu L. The perceived impact of the Covid-19 epidemic: evidence from a sample of 4807 SMEs in Sichuan Province, China. *Environ Hazards.* 2020. № 19. P. 323–340.

6. Papadopoulos T., Baltas K., Balta M. The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *Inf Manage.* 2020. № 55. P. 102–192.

7. Pedauga L., Sáez F., Delgado-Márquez B. Macroeconomic lockdown and SMEs: the impact of the COVID-19 pandemic in Spain. *Small Bus Econ.* 2021. P. 1–24.

8. Sharma G., Talan G., Jain M. Policy response to the economic challenge from COVID-19 in India: A qualitative enquiry. 2020. P. 20.

**Oleksandr Piriashvili, Candidate of Economic Sciences,
Senior Researcher of the Department
of Production Infrastructure Development
State University "Institute of Economics and Forecasting
of the National Academy of Sciences of Ukraine"
Kyiv, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-13>

**CHARACTERISTICS OF PRODUCTIVITY
IN RAILWAY TRANSPORT OF UKRAINE
IN THE PRE-WAR PERIOD¹**

**ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКТИВНОСТІ
НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ УКРАЇНИ
У ДОВОЄННИЙ ПЕРІОД²**

Залізнична транспортна інфраструктура як відомо виступає однією із основ розвитку національної економіки, особливо у періоди економічних реформ та повоєнного відновлення економіки України. Так, в 2006 році Кабінет Міністрів України затвердив «Концепцію Державної програми реформування залізничного транспорту», достатньо схожа із підходом, який було реалізовано в інших країнах Східного партнерства (ЄЕК ООН, 2017 рік). Проведення зазначеної реформи у відповідності із цією програмою передбачалось у три етапи, строки виконання переносилися в 2009 та 2011 роках, а також у 2019 році.

Так, стан продуктивності залізничного транспорту України до початку воєнних дій на її території за період з 2018–2020 рр. характеризується наступними статистичними даними по окремих кількісних показниках, а саме:

– середньодобова продуктивність *локомотива* (усього на регіональних філіях) становила у 2018 р. – 1227 тис. ткм брутто, у 2019 р. – 1161 тис. ткм брутто, у 2020 р. – 1238 тис. ткм брутто;

¹ The publication was prepared as part of the implementation research work on a departmental (applied) topic: "Convergence in the production infrastructure sectors of Ukraine with the EU" (State registration number 0121U112428)

² Публікацію підготовлено в рамках виконання НДР відомчої (прикладної) теми: «Конвергенція в секторах виробничої інфраструктури України з ЄС» (Державний реєстраційний № 0121U112428)

– середньодобова продуктивність *локомотива* (усього на регіональних філіях) у відсотках (до попереднього року) становила у 2018 р. – -13,0%, у 2019 р. – -5,4%, у 2020 р. – 6,6%;

– у тому числі *електровоза* становила у 2018 р. – 1345 тис. ткм брутто, у 2019 р. – 1285 тис. ткм брутто, у 2020 р. – 1352 тис. ткм брутто; або у відсотках (до попереднього року) становила у 2018 р. – -9,8%, у 2019 р. – -4,5%, у 2020 р. – 5,2%;

– у тому числі *тепловоза* становила у 2018 р. – 760 тис. ткм брутто, у 2019 р. – 720 тис. ткм брутто, у 2020 р. – 800 тис. ткм брутто; або у відсотках (до попереднього року) становила у 2018 р. – -23,8%, у 2019 р. – -5,3%, у 2020 р. – 11,1%;

– середньодобова продуктивність *вагона* (усього на регіональних філіях) становила у 2018 р. – 3497 ткм. нетто, у 2019 р. – 3775 ткм. нетто, у 2020 р. – 4555 ткм. нетто; або у відсотках (до попереднього року) становила у 2018 р. – -6,8%, у 2019 р. – 7,9%, у 2020 р. – 20,7%.

Слід підкреслити, що середньодобова продуктивність локомотива (тис. ткм брутто) на українській залізниці в цілому за 15 років зменшилась на -3,4%, у тому числі електровоза – на -1,0%, тепловоза – на -20,7%. Також зменшилась за 15 років середньодобова продуктивність вагона (ткм. нетто) в цілому на українській залізниці і становила -34,3%. Таким чином, за зазначений період спостерігається тенденція до зменшення продуктивності української залізниці по зазначених вище окремих кількісних показниках продуктивності залізничного транспорту [1, с. 20, 22].

До того ж, на нашу думку, слід також прокоментувати матеріали в контексті продуктивності залізничного транспорту до проекту розділу «Проекту Плану відновлення України» щодо розділу 3. Матеріалів робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури» до розділу І. Сфера залізничного транспорту [2, с. 11–29].

Відповідно до цього, згідно наданих матеріалів Робочої групи у 2021 р. в будівництво, модернізацію та реконструкцію з електрифікацією залізничної інфраструктури вкладено всього 4,6 млрд. грн. (153 млн. євро), відповідно, з них: 15,2% – кошти Державного бюджету України та 84,8% – власні кошти АТ «Укрзалізниця». Щодо напрямків використання інвестиційних коштів в рамках реалізованих (виконаних) інфраструктурних проектів на залізничному транспорті, то на будівництво використано 10,9%; на реконструкцію з електрифікацією – 4,3% і на модернізацію – 4,3% від загальної суми інвестицій на залізничному транспорті у 2021 році. Зазначена

структура інвестицій за напрямками використання на залізничному транспорті України потребує покращення в бік збільшення частки фінансування інвестицій спрямованих на модернізацію.

Також за наданими матеріалами Робочої групи на кінець 2021 року штат співробітників на АТ «Укрзалізниця» становив 231 тис. співробітників. Зазначимо, що за даними АТ «Укрзалізниця» середньооблікова кількість працівників основної діяльності має чітку тенденцію до зменшення з 249,1 тис. осіб – у 2016 р. до 174,2 тис. осіб – у 2020 р. (Довідково: 249,1 тис. осіб – у 2016 р., 219,1 тис. осіб – у 2017 р., 192,3 тис. осіб – у 2018 р., 184,2 тис. осіб – у 2019 р. та 174,2 тис. осіб – у 2020 р.) [1, с. 30].

Експлуатаційна довжина залізничних колій становила на кінець року у 2018 р. – 19,8 тис. км, у 2019 р. – 19,8 тис. км, у 2020 р. – 19,8 тис. км [3, с. 96, 98].

Так, з метою збільшення пропускної спроможності на залізничному транспорті України у зазначені періоди значної уваги потребує питання вибору ширини колії (1435 мм, 1520 мм). У зв'язку із цим в Україні планують розпочати поетапне будівництво європейської колії, щоб поєднати українську залізницю з європейською: почати планують із модернізації коротких відрізків залізничних колій на заході України. Перші дві потенційні ділянки, де збиралися побудувати євроколію, мали пролягати на ділянках Скнилів-Мостистка-держжордон (Львівська область) та Ковель-Ягодин-держжордон (Волинська область). Отже, за словами прем'єр-міністра України Дениса Шмигала, спочатку планують поєднати великі вузли та міста, після чого розширити мережу по всій країні.

Що стосується ситуативних масштабів втрат внаслідок військових дій на території України, то відсутність достовірних даних (статистичних даних, оперативних даних, аналітичних даних тощо) за цей період щодо ситуації із продуктивністю залізничного транспорту, робить достатньо проблематичним здійснення об'єктивної та точної оцінки цим втратам (втрати продуктивності залізниць країни). Таким чином, оцінювати втрати продуктивності залізничного транспорту повністю можливо робити лише після повного припинення бойових дій на всій території країни.

Література:

1. Довідник основних показників роботи регіональних філій АТ «Українська залізниця» (2005–2020 роки). Акціонерне товариство «Українська залізниця». Управління статистики. Київ, 2021. С. 20, 22. URL: <https://www.uz.gov.ua/about/>.

2. Проект Плану відновлення України. Розділ 3. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури», розділ І. Сфера залізничного транспорту. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. Липень 2022. С. 11–29. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/restoration-and-development-of-infrastructure.pdf>.

3. Транспорт України – 2020. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ, 2021. С. 96, 98. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

**Maryna Riabenska, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**

Valentyna Postova, Candidate of Economic Sciences
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-14>

IMPROVING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Напрямки підвищення рівня економічної ефективності діяльності підприємств готельного бізнесу варто реалізовувати в якості відповідного механізму впливу. При цьому важливо відзначити, що механізм забезпечення економічної ефективності на підприємстві може передбачати застосування заходів щодо її зміцнення, та орієнтується на проведення відповідних заходів, що представлені в таблиці 1.

Особливої уваги в табл. 1 заслуговує представлення заходів зміцнення економічної ефективності підприємства готельного бізнесу у розрізі саме функціональних складових, так як кожна з них потребує застосування різних заходів і мір відповідно до змісту та наявних проблем.

В процесі реалізації механізму підвищення економічної ефективності діяльності підприємства готельного бізнесу, доцільно дотримуватися певних принципів, а саме:

- забезпечувати органічний взаємозв'язок між критеріями та системою відповідних показників економічної ефективності діяльності;
- моніторити та відображати ефективність використання всіх видів ресурсів, які використовуються;
- вивчати новаторські можливості, застосовувати показники ефективності до управління різними ланками виробництва на підприємстві;
- забезпечувати виконання стимулюючої функції в процесі використання наявних резервів, зростання ефективності виробництва

на основі провідних показників економічної ефективності діяльності організації [2].

Таблиця 1

Забезпечення економічної ефективності діяльності підприємств готельного бізнесу у відповідності до його функціональних складових

Складові економічної ефективності	Заходи зміцнення економічної ефективності діяльності підприємства готельного бізнесу
Технологічна	<ul style="list-style-type: none"> – створення нових організаційно-виробничих структур; – використання лізингу; – активна участь у міжнародних виставках та семінарах; – впровадження передового світового досвіду;
Ресурсна	<ul style="list-style-type: none"> – вдосконалення систем розрахунків; – підвищення продуктивності праці; – збільшення капіталовкладень у ресурсозбереження; – стимулювання «ресурсного» напрямку науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; – застосування інноваційного підходу до використання наявних ресурсів.
Фінансова	<ul style="list-style-type: none"> – застосування принципу дотримання критичних строків кредитування; – створення інформаційного центру з дебіторської та кредиторської заборгованості; – створення в структурі інформаційного центру спеціальної групи працівників, яка б контролювала нарахування та сплату податків і зборів; – бути націленими на власні ресурси задля розвитку діяльності; – запровадити постійну систему амортизаційних відрахувань.
Соціальна	<ul style="list-style-type: none"> – наближення рівня оплати праці до рівня розвинутих країн; – залучення робітників до управлінських функцій; – підвищення кваліфікації працівників; – зацікавленість адміністрації підприємства в працевлаштуванні безробітних; – розвиток соціальної інфраструктури підприємства; – підвищення матеріальної відповідальності працівників за результати своєї праці.

Джерело: [1]

Окрім спеціального механізму покращення ефективності господарської діяльності підприємства, що базується на окремих його складових, варто звернути увагу на загальні заходи підвищення ефективності функціонування господарюючих суб'єктів, які можна звести до трьох напрямків (рис. 1).



Рис. 1. Напрями підвищення ефективності господарської діяльності підприємств готельного бізнесу

Джерело: [3]

Тобто, усі заходи по підвищенню ефективності роботи підприємства, що зображені на рисунку, є взаємозалежними. Однак, найбільш значимими виступають чинники, що характеризують третій напрямок розвитку. Оскільки управлінські рішення, що враховують зовнішні та внутрішні чинники впливу та адаптують підприємство з урахуванням цих вимог, є визначальними та їх реалізація передбачає

визначення місця підприємства в системі управління господарською діяльністю.

Основними шляхами підвищення економічної ефективності підприємств готельного бізнесу на нашу думку є:

- зниження трудомісткості і підвищення продуктивності праці;
- зниження матеріаломісткості продукції і раціональне використання природних ресурсів;
- активізація інвестиційної діяльності підприємств;
- зниження фондомісткості продукції [4].

Варто також звернути уваги на той факт, що науково-технічний прогрес є чинником, що сприяє розвитку методів зниження трудомісткості виробничих та інших процесів, а також підвищенню продуктивності праці. В умовах ринку, що розвивається необхідні якісні зміни у виробничих процесах, здійснення до принципово нових технологій, мобілізація і перебудування всіх галузей народного господарства на основі новітніх досягнень науки і техніки.

Таким чином, очевидно, що шляхи підвищення ефективності підприємства засновані на впровадженні нових технологій, які в свою чергу, можуть бути створені завдяки вкладенню інвестицій в наукову діяльність і в розвиток технологій.

У сучасних умовах ринкової економіки для того, щоб підприємство працювало ефективно, йому необхідно бути конкурентоспроможним відносно до інших підприємств, в тому числі закордонних. В даному випадку, важливим фактором економічної ефективності виступає якість продукції, що випускається. Саме для цього керівництву підприємств необхідно впроваджувати в діяльність своєї організації систему менеджменту якості.

Система управління якістю передбачає ряд дій, за допомогою яких організація визначає процеси і ресурси, необхідні для досягнення бажаних результатів, і встановлює свої цілі. Вона управляє взаємодіючими процесами і ресурсами, необхідними для забезпечення цінності та реалізації результатів для зацікавлених сторін.

Також дана система дозволяє керівному персоналу підприємства оптимізувати використання ресурсів, враховуючи довгострокові і короткострокові наслідки їх рішень.

Отож, підсумовуючи все вищесказане, варто відзначити, що економічна ефективність представляє собою одну з найважливіших економічних категорій, що характеризують позитивний результат господарської діяльності підприємства. Проте в мінливих умовах ринкової економіки змінюється і трактування визначення

«економічна ефективність» та набір характерних критеріїв, які її визначають.

Література:

1. Качала Т. М., Петровська І. О. Значення готельно-ресторанного бізнесу в господарській системі регіону. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2018. № 5. Том 29 (68). С. 54–58.

2. Ніколаснко В. П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 6. С. 180–191.

3. Рябенка М. О., Постова В. В. Формування комплексної стратегії маркетингу готельних послуг. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.

4. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. № 12. С. 174–177.

**Mykola Skopen, PhD in Economics Sciences,
Associate Professor**
Liudmyla Krasavtseva, PhD in Public Administration
**Oleksandr Budya, PhD in Technical Sciences,
Associate Professor**
*Kyiv Vocational College of Tourism and Hospitality
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-15>

INDEX ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF TOURIST ACTIVITIES IN UKRAINE

ІНДЕКСНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

В багатьох літературних джерелах із статистичних досліджень достатньо добре розглянуто теоретичні положення і практика проведення індексного методу аналізу, в тому числі і в готельному бізнесі [3; 4 та ін.], проведено аналіз туристичних підприємств та динаміки туристичних потоків [1 та ін.]. Однак, жодне видання не дає відповіді, яким чином можна провести індексний аналіз динаміки туристичної діяльності в Україні з визначенням впливу кількості обслугованих туристів та вартості наданих послуг на їх обсяги. Саме це і пропонується на розгляд на платформі застосування Excel.

Для проведення індексного аналізу обчислюються та використовуються наступні показники:

- q – кількість обслугованих туристів;
- pq – обсяг наданих послуг;
- p – середня вартість наданих послуг туристу (визначена як відношення pq/q);
- I_{pq} – загальний індекс обсягу наданих послуг, який є співвідношенням обсягу наданих послуг звітного періоду в поточних цінах ($\sum p_1q_1$) і обсягу наданих послуг базисного періоду в базисних цінах ($\sum p_0q_0$), що характеризує у скільки разів обсяг звітного періоду збільшився або зменшився порівняно з базисним;
- p_0q_1 – вираз для обчислення значень I_q та I_p , де 0 – минулий рік, 1 – звітний рік;
- D_{pq} – абсолютний приріст обсягу обчислюється з формулою
- $\sum p_1q_1 - \sum p_0q_0$;

– I_q – загальний індекс фізичного обсягу обчислюються за формулою $\frac{\sum p_0 q_1}{\sum p_0 q_0}$ і показує зміну обсягу у звітному періоді за

рахунок зміни кількості обслугованих туристів;

– D_q – абсолютний приріст обсягу за рахунок зміни кількості обслугованих туристів обчислюється за формулою $\sum p_0 q_1 - \sum p_0 q_0$;

– I_p – загальний індекс вартості наданих послуг обчислюється за формулою $\frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1}$ і показує зміну обсягу у звітному періоді за

рахунок за рахунок зміни цін на послуги;

– D_p – абсолютний приріст обсягу за рахунок зміни вартості наданих послуг обчислюється за формулою $\sum p_1 q_1 - \sum p_0 q_1$;

– $=I_q * I_p$ – контроль загального індексу обсягу наданих послуг;

– $=D_q + D_p$ – контроль абсолютного приросту обсягу наданих послуг.

Враховуючи офіційні статистичні дані згідно [2; 5] (табл. 1) можна представити загальну динаміку основних показників туристичної діяльності в Україні (рис. 1). Тут, як видно, у період військової загрози з боку Росії та її нападу (2012–2014 роки) почався різкий спад туристичної діяльності. Після деякої стабілізації дій та спокою на фронті, активізувалась діяльність туроператорів та турагенств, що забезпечило зростання обсягів наданих послуг (рис. 1). Однак, починаючи з 2020 року туристична діяльність погіршилась, оскільки знову з'явилась військова загроза з боку Росії, що і підтвердилось 24 лютого 2022 року.

Цікаво те, що такий загальний аналіз динаміки практично не дає можливості визначення одночасного впливу показників q та p на результати туристичної діяльності pq , тобто не дає відповіді за рахунок чого збільшився або зменшився обсяг наданих послуг. Безумовно, така ситуація обумовлює проведення індексного аналізу.

Індексний аналіз здійснюється в наступному порядку (табл. 2).

– обчислюються загальні (агрегатні) індекси: I_{pq} , I_q , I_p . Для розрахунку останніх двох індексів додатково обчислюється вираз $p_0 q_1$;

– обчислюються абсолютні прирости: D_{pq} , D_q , D_p ;

– здійснюється контроль правильності виконаних обчислень, відповідно, загального індексу обсягу наданих послуг ($=I_q * I_p$) та абсолютного приросту обсягу наданих послуг ($=D_q + D_p$);

– аналіз отриманих результатів для прийняття подальших управлінських рішень.

Таблиця 1

**Статистичні дані туристичної діяльності в Україні
за період 2010–2020 роки згідно**

Рік	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	Кількість обслужованих туристів (q)	Обсяг наданих послуг, тис. грн (pq)	Середня вартість наданих послуг туристу, грн (p)
2010 (база)	5010	2280757	4112445,9	1803,1
2011	4389	2199977	4562989,9	2074,1
2012	4894	3000696	5820823,9	1939,8
2013	5234	3454316	5910405,2	1711,0
2014	3736	2425089	4163438,1	1716,8
2015	3047	2019576	5010518,3	2481,0
2016	3355	2549606	6321639,7	2479,5
2017	3300	2766821	7680605,9	2776,0
2018	4094	4481502	10778299,2	2405,1
2019	4441	6045257	14302084,0	2365,8
2020	3867	2360278	7232561,7	3064,3

Джерело: [2; 5]

Таблиця 2

Індексний аналіз динаміки туристичної діяльності України

Рік	I_{pq}	pq_{01}	D_{pq}	I_q	D_q	I_p	D_p	$I_q \cdot I_p$	$D_q + D_p$
2011	1,11	3966791	450544	0,96	-145654,9	1,15	596198,9	1,11	450544
2012	1,28	6223768	1257834	1,36	1660777,7	0,94	-402943,7	1,28	1257834
2013	1,02	6700767	89581	1,15	879943,2	0,88	-790361,9	1,02	89581
2014	0,70	4149377	-1746967	0,70	-1761028,4	1,003	14061,3	0,70	-1746967
2015	1,20	3467246	847080	0,83	-696192,3	1,45	1543272,5	1,20	847080
2016	1,26	6325510	1311121	1,26	1314991,4	0,99	-3870,0	1,26	1311121
2017	1,21	6860215	1358966	1,09	538575,4	1,12	820390,8	1,21	1358966
2018	1,40	12440505	3097693	1,62	4759899,2	0,87	-1662205,9	1,40	3097693
2019	1,33	14539230	3523785	1,35	3760930,9	0,98	-237146,1	1,33	3523785
2020	0,51	5584030	-7069522	0,39	-8718054,4	1,30	1648532,1	0,51	-7069522

Графічно проведений індексний аналіз туристичної діяльності в Україні наглядно показує вплив зміни кількості туристів та вартості наданих послуг на їх загальний обсяг (рис. 2). Наприклад, у 2014 році різке зменшення обсягу наданих послуг (на -1746967 тис. грн) у порівнянні з минулим роком було обумовлено загальним зниженням кількості туристів на 30%, що негативно позначилося на обороті

надання послуг і зменшило обсяг на -1761028,4 тис. грн. При цьому було незначне зростання обсягів (на 0,3% або 14061,3 тис. грн) за рахунок підняття суб'єктами туристичної діяльності вартості наданих послуг.



Рис. 1. Динаміка основних показників туристичної діяльності в Україні

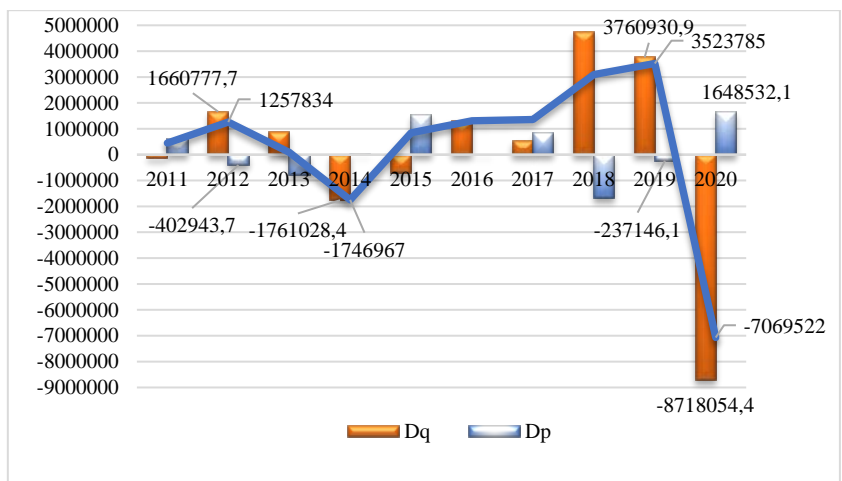


Рис. 2. Динаміка приросту обсягу за рахунок зміни кількості туристів та вартості наданих послуг

Безумовно, наведений вище підхід до проведення індексного аналізу динаміки туристичної діяльності в Україні дозволяє підвищити якість вивчення економіки туризму. Його можна рекомендувати для використання в практичній діяльності органів державної статистики, а також в навчальному процесі.

Література:

1. Джинджоян В. В. Аналіз туристичних підприємств України в контексті реалізації соціальних функцій. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7897> (дата звернення: 11.09.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.5.75.
2. Державна служба статистики України. Київ: 2020. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (дата звернення: 11.09.2022).
3. Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму: Навчальний посібник. Одеса : ОНЕУ, ротапринт, 2014. 204 с.
4. Скопень М. М., Красавцева Л. Ю. Один із підходів до проведення індексного аналізу в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку"*: Збірник наукових праць. Випуск 57. Переяслав-Хмельницький : 2020. С. 30–34.
5. Туристичний барометр України 2020. Київ : ГС "НТОУ": 2021. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (дата звернення: 11.09.2022).

**Olena Khytra, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Senior Lecturer
at the Department of Public Administration and Management
The Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University
of Management and Law
Khmelnyskyi, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-16>

**MULTI-LEVEL AND COMPLEXITY
OF TOURIST BRANDING
AS A PREREQUISITE FOR ITS EFFICIENCY**

**БАГАТОРІВНЕВІСТЬ І КОМПЛЕКСНІСТЬ
ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ
ЯК ПЕРЕДУМОВА ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ**

Сучасний туризм – це продукт економічної глобалізації, що потребує концептуальних підходів до просування територій на міжнародному ринку [1, с. 67]. Втім, для того щоб туристичний брендинг був ефективним, він має провадитись на системній основі, з урахуванням принципів багаторівневості, ієрархічності й комплексності, що, у свою чергу, дозволяє досягти синергізму зусиль усіх суб'єктів цього процесу (рис. 1).

З маркетингової позиції туристична дестинація – це туристичний продукт певної місцевості, запропонований для продажу у формі комплексу матеріальних і нематеріальних атракцій. В умовах економіки вражень найбільш бажаний вид взаємин туристичної дестинації та цільової аудиторії – той, коли споживачі переходять у розряд активно взаємодіючих партнерів, а територія перетворюється на цілісний образ, що має розвинену інфраструктуру й послуги. У зв'язку з цим ядром стратегічного управління територією можна вважати управління брендом як новим нематеріальним активом [1, с. 68].

Бренд туристичної території – це сформована у свідомості споживача сукупність уявлень, асоціацій, думок щодо пропозиції видів послуг, їх якості, місця розташування об'єктів інфраструктури, наявності природно-рекреаційних і культурно-пізнавальних ресурсів, рівня розвитку мережевих структур, які впливають на мотивацію відвідати цю територію [2, с. 105].



Рис. 1. Базові принципи туристичного брендингу

Поінформованість про туристичну дестинацію забезпечується завдяки брендингу (по суті, управління брендом). Туристичний брендинг передбачає формування переваг місць туристичного призначення у процесі управління іміджем та промоцією туристичної атрактивності міста чи країни [3, с. 398]. Цей процес зорієнтований на розробку, позиціонування і репозиціонування, відновлення, розширення та закріплення за допомогою стратегій маркетингу й менеджменту основних елементів бренду – логотипу, девізу, спеціальної

символіки. Іншими словами, брендинг – це систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій та комунікацій території для реалізації стратегії конкурентної ідентичності [1, с. 68].

Комплексний територіальний брендинг передбачає формування цілісного уявлення про територію з її політичними, соціально-економічними, екологічними, культурологічними, ментальними особливостями. Тому, на відміну від бренду товару чи послуги, який може бути відносно легко змінений, бренд туристичної дестинації є досить стабільним у часі [4, с. 35].

Туристичний брендинг здійснюється на різних рівнях. На макрорівні йдеться про національний туристичний бренд як послідовний набір функціональних, емоційних обіцянок цільовому споживачу, які є унікальними, значимими й такими, що важко імітуються, мають стійку і сильну позитивну комунікацію з потенційними або реальними туристами [5, с. 131].

Поряд з цим, вживається поняття “туристична привабливість”, що означає сукупну оцінку ресурсів і можливостей країни як місця для відпочинку й подорожей і визначається наявністю визначних пам’яток, розвиненої туристичної інфраструктури, рівнем безпеки й правопорядку, тенденціями у суспільстві тощо [5, с. 132]. На туристичній привабливості базується створення туристичного іміджу як сукупності символічно виражених емоційних і раціональних уявлень про своєрідність території, сформованих у результаті власного досвіду або раніше почутої інформації у свідомості реальних і потенційних туристів [6, с. 108].

Закріплення позитивного іміджу туристичного бренду країни впливає на економічний розвиток, збільшує валютні надходження та інвестиції, полегшує просування товарів на міжнародні ринки [7, с. 65]. Формування іміджу передбачає як забезпечення інформаційного поля, так і створення інфраструктури, введення нових стандартів якості обслуговування, підвищення кваліфікації персоналу [2, с. 110]. Водночас, експорт туристичного бренду на міжнародний ринок послуг є інструментом прискореного розвитку сфери туризму і курортів, інтеграції цієї галузі до світової економіки.

Таким чином, туристичний брендинг країни – це процес, в якому відбувається створення унікального конкурентоздатного образу країни для внутрішнього та міжнародного позиціонування як гарного місця для туризму. Успішність цього процесу залежить від узгодженості візуального, поведінкового і словесного відображення унікальності країни для потенційних туристів [6, с. 166].

Національний бренд складається з регіональних (локальних) брендів [5, с. 131], що можна вважати мезорівнем у системі туристичного брендингу. Відповідно, “брендинг регіонального турпродукту” є цільовою діяльністю, спрямованою на формування і підтримку привабливого для туристів образу регіонального середовища та виступає “інструментом конвертації його туристичного потенціалу в конкурентоспроможні турпродукти” [8, с. 127].

У туристичній сфері також вживається поняття “бренд міста”, яким позначається “міська ідентичність, системно виражена в яскравих і привабливих ідеях, символах, цінностях, образах, яка знайшла максимально повне й адекватне відображення в іміджі міста” [9, с. 188].

На мікрорівні відбувається формування бренду туристичного підприємства. До поняття туристичного бренду входять: туристичний продукт; набір очікувань, уявлень, асоціацій і сподівань клієнта; обіцянки переваг, що надаються розробниками споживачам, тобто той зміст, який втілюють у нього власники, менеджери, маркетологи та інші фахівці [10, с. 53]. Створення ефективного бренду передбачає, що туристична компанія повинна постійно працювати над зміцненням іміджу торгової марки і пов’язаних з ним асоціацій.

Таким чином, для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичної галузі процес брендингу пропонується розпочати з макрорівня, на якому заходи з туристичного брендингу втілюються шляхом розробки і планомірного провадження державної політики, зорієнтованої на підтримку експорту туристичного бренду України на світовий ринок. Мезорівень туристичного брендингу ототожнюється з диференціацією стратегій туристичного брендингу різних міст і регіонів. Мікрорівень – це середовище конкурентної боротьби туристичних підприємств, які прагнуть зміцнити власні конкурентні переваги за рахунок підвищення престижності та отримання переваг від лояльності споживачів.

Критерієм ефективності туристичного брендингу пропонуємо вважати синергію туристичного попиту й туристичної пропозиції, що визначається як когерентна погодженість, з одного боку, атрактивності туристичного продукту, що пропонується потенційним споживачам під певною торговою маркою, а з іншого боку – мотивів, інтересів, потреб та конкретних запитів рекреантів, що дозволяє їм сприйняти надану пропозицію як імпульс до подорожі у певну місцевість, що означатиме автоматичну відмову від альтернативних пропозицій у даний момент часу. Так, на мікрорівні досягнення

ефекту синергізму можливе саме завдяки притягальній силі бренду, який гарантує обоюсторонню вигоду учасникам угоди: туристична організація отримує прибуток від діяльності та можливості для розширення бізнесу, а її клієнт – якісне задоволення актуальних рекреаційних потреб та економію часу на пошук гідної туристичної агенції для майбутніх подорожей.

Література:

1. Леоненко Н. А. Стратегічні засади формування державного туристичного брендингу в Україні. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 4 (23). С. 66–73.
2. Журило В. В., Пригара О. Ю. Формування міжнародного туристичного бренду України на європейському ринку. *Науковий вісник УжНУ*. 2017. Вип. 14 (1). С. 104–111.
3. Музиченко-Козловська О. В. Туристичний брендинг: сутність, складові та переваги. *Вісник НУ “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2014. № 797. С. 396–402.
4. Кучерява Г. Туристичний брендинг як інструмент управління туристичними DESTINATION. *Часопис соціально-економічної географії*. 2021. Вип. 30. С. 32–40.
5. Кучеренко К. В. Міжнародний туристичний бренд країни: понятійно-категорійна сутність. *Наука й економіка*. 2013. Вип. 4 (2). С. 126–133.
6. Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Ed. by Nigel Morgan, Annette Pritchard, and Roger Pride. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002. 204 p.
7. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн Центрально-Східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2 (63). С. 64–77.
8. Гайворонська І. В. Брендинг дестинації у процесі відтворення регіонального турпродукту. *Бізнес Інформ*. 2019. № 2. С. 121–132.
9. Льбіна О. В., Бояр Л. П., Ткачук Т. В. Туристичний бренд як інструмент підвищення іміджу і туристичних можливостей України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія “Географічні науки”*. 2017. Вип. 7. С. 185–191.
10. Ігнатенко М. М., Адамчик О. О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського зеленого туризму на засадах брендингу та маркетингових стратегій. *Агровіт*. 2020. № 11. С. 50–57.

DIGITAL BUSINESS TECHNOLOGIES: E-COMMERCE AND VIRTUAL TRADE

**Mariia Bahorka, Doctor of Economics,
Professor of Marketing Department
Nataliy Yurchenko, Candidate of Economic Sciences
Associate Professor of Marketing Department
Dnipro State Agrarian and Economic University
Dnipro, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-17>

MODERN INTERNET MARKETING TOOLS

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

За сучасних умов розвитку світової економіки та економіки України, зокрема, відбуваються суттєві зміни в діяльності підприємств та підходах ведення бізнесу [1, с. 100]. Вплив Інтернет-технологій на суспільне життя став передумовою створення нового виду маркетингу – Інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетинг містить усі складові маркетингової діяльності (дослідження ринку, покупців, зовнішнього середовища; просування продукції, брендинг, робота з посередниками, організація торгово-збутової діяльності) та комплекс дочірніх галузей (банерна реклама і public relations (PR), методики проведення маркетингових досліджень в інтернеті, формування способів правильного позиціонування торгової марки на ринку, вивчення попиту та споживчої аудиторії, освоєння алгоритмів формування і забезпечення високої ефективності рекламних кампаній тощо).

Враховуючи специфіку електронного маркетингу, традиційні методи маркетингу і новітні інформаційні технології об'єднуються на постійній основі, тому виникнення нових інструментів маркетингової кампанії можна вважати його особливістю [2, с. 78].

В результаті з'явилися додаткові можливості розширення аудиторії маркетингового впливу з одночасним забезпеченням адресності та персоналізації, що підвищує ефективність маркетингової діяльності в умовах інформатизації суспільства.

Експерти зазначають, що у 2021 році ринок інтернет-реклами в Україні виросте щонайменше на 25–30% [3, с. 205].

Таким чином, враховуючи сучасні тенденції розвитку он-лайн комунікацій, узагальнено актуальні інструменти інтернет-маркетингу (рис. 1).

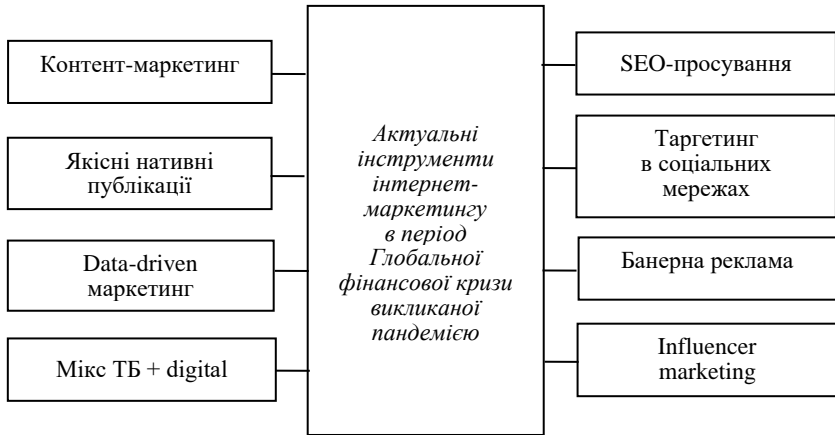


Рис. 1. Актуальні інструменти інтернет-маркетингу

Джерело: розроблено авторами на основі [3; 4]

Сьогодні найпоширенішими комунікаційними каналами контент-маркетингу є веб-сайти та соціальні мережі. Контент-маркетинг широко використовується підприємствами малого та середнього бізнесу та націлений показати користь продукту чи послуги, а також дати професійні відповіді на питання клієнтів, побудувати довірливі стосунки з клієнтами. Особливо це важливо для них під час кризи.

SEO-просування – оптимізація під пошукові системи. Принцип роботи SEO-оптимізації заснований на тому, що пошукові системи моментально шукають найкращу відповідь на запит користувача і видають його на сторінці пошукової видачі.

Таргетинг в соціальних мережах – спеціальний рекламний механізм, який дозволяє виділити з усієї аудиторії лише цільову (ЦА) й показати рекламу саме їй. В кризових умовах повинен бути спрямований на роботу зі специфічними аудиторіями та на підвищення соціальної відповідальності бренду. Ті компанії, які будуть приносити реальну користь, виграють у перспективі як у питанні лояльності аудиторії, так і в плані продажу цієї самої користі.

Data-driven маркетинг – найбільш ефективне рекламне звернення – персоналізоване, адже більша ймовірність того, що результат показу реклами буде позитивним, якщо реклама показана в пошукових системах зацікавленому користувачу. Сучасний маркетинг, на основі управління даними, розпочався із винаходу програмного забезпечення для управління взаємовідносинами із клієнтами (CRM). CRM дозволяють маркетологам відстежувати, хто окремі клієнти, включаючи ім'я та контактну інформацію.

В якості основних інструментів використовується Медійна мережа Google. Наразі ефективне позиціонування в мережі – чи не єдиний сценарій виживання для більшості підприємств, тож клієнто-орієнтовані компанії масово посилюють надання своїх послуг/продуктів он-лайн.

Мікс ТБ + digital – використовується, якщо йдеться про великі національні бренди, та бажання найдешевше контактувати з максимальною аудиторією.

Influencer marketing (маркетинг впливу) – спосіб просування товарів або послуг через інфлюенсерів. Головний принцип даного виду маркетингу – нативна і ненав'язлива комунікація через рекомендації. За останній рік світовий ринок інфлюенсер-маркетингу виріс практично вдвічі. 63% світових брендів планують у найближчі 12 місяців збільшити свої маркетингові бюджети, заклавши у них витрати на інфлюенсер-маркетинг [5, с. 119].

У таблиці 1 систематизовані сучасні тренди у сфері інтернет-маркетингу.

Таблиця 1

Сучасні тренди у сфері інтернет-маркетингу

Тренди	Коротка характеристика
1	2
Поява фейкових форматів	Створені в інтересах визначених осіб новини, найчастіше панічного характеру, набувають популярності в медіа, розсилаються до груп та каналів в Telegram, Viber, поширюються через Facebook, Instagram та YouTube. «Фейкові ланцюжки впливу» через фото, тексти, графіку за моделлю «актуалізація проблеми + популяризація проблеми» – це вже не просто тренд, а надумана реальність, з якою навіть не намагаються розібратися люди з низьким рівнем критичного мислення.

1	2
Підвищення актуальності он-лайн інструментів	Он-лайн інструменти стали актуальними для більшості й ті, хто раніше можливо не звертав на них уваги, нарешті замислилися щодо їх важливості: використання CRM, он-лайн платформ, створення нових он-лайн продуктів, віддалене керування командами
Вужча спеціалізація у сфері таргетингу	Робота зі специфічними аудиторіями та робота щодо підвищення соціальної відповідальності бренду
Визначеність єдиних меседжів і візуальної комунікації бренду на всіх платформах	Хороший меседж відрізняється конкретністю, зрозумілістю та здатністю викликати інтерес до бренду. Наприклад, на Auto.Ria продається до 1400 машин на день. Це й стало змістом ключового повідомлення.
Діджиталізація освіти	Використання освітніх он-лайн платформ, зокрема Всеукраїнська школа он-лайн, е-журналів та е-щоденників, Microsoft Teams for Education та інші
Мікро тренди в галузі відео-маркетингу	Зросла частка сторіз й відео
Акцент на реально відчутних соціально орієнтованих кейсах	різного роду меценатство, спонсорство. Результати опитування споживачів показали, що 82% опитаних респондентів будуть платити більше за товари/ послуги соціально відповідальних підприємств
Он-лайн репутація	усе більше користувачів приймають рішення про покупку на основі інформації, отриманої в мережі. Споживачі частіше звертають на опубліковані в Інтернеті огляди й коментарі. Саме тому підприємства повинні більше уваги приділяти моніторингу своєї репутації он-лайн та постійно аналізувати фактори впливу на неї.

Джерело: систематизовано авторами

Виходячи з вищезазначеного, Інтернет-маркетинг – один з найефективніших інструментів сучасності для просування товарів і послуг компаній за різними напрямками. Результат віддачі від цього каналу безпосередньо залежить від правильного використання інструментів і підготовки майданчика для залучення трафіку і заявок - сайту компанії. Зі збільшенням проникнення інтернету і зростанням досвідченості користувача, все більше напрямів бізнесу звертаються до сайту, як до однієї з ключових точок комунікації зі споживачем, а значить і до інтернет-реклами. Незважаючи на деякі відмінності, такі як гнучкість, вимірність, динамічність, і на сайті, як точці контакту зі споживачем, і в інтернет-рекламі продовжують діяти базові принципи

маркетингу. З розвитком ринку інтернет-торгівлі і посиленням конкуренції на перше місце виходить питання ефективності.

Література:

1. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Інструменти інтернет-маркетингу в період глобальної фінансової кризи: актуальність та ефективність. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2021. Вип. 49. С. 97–106.

2. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. № 24. С. 75–85.

3. Крайнюченко О. Ф., Полтавцев В. О. Використання оптимальної системи інтернет-маркетингу в діяльності підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 6. С. 203–207.

4. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу. *Бізнесінформ*. 2015. № 12. С. 333–339.

5. Занора В. О. Інтернет та цифровий маркетинг: теоретичні основи. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 36. С. 117–120.

**Dmytrii Mykov, Chief Specialist of the Department
for Social Protection of Persons with Disabilities,
ATO Participants, War and Labor Veterans**
*Department of Labor and Social Protection of the Population
Korosten City Council
Koresten, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-18>

INTERNET MARKETING AS A COMPONENT OF ELECTRONIC COMMERCE

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Виклики сьогодення диктують нам певні особливості побудови бізнес-процесів. Якщо розглядати електронну комерцію в цілому, слід аналізувати всі її складові, а саме: мобільна комерція, електронний переказ коштів, управління ланцюгами поставок, інтернет-маркетинг, обробка онлайн-транзакцій, електронний обмін даними (EDI), системи управління запасами та автоматизовані системи збору даних.

Пропоную розглянути, зокрема, інтернет-маркетинг як складову електронної комерції. Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Його також називають online-маркетингом. Він може включати такі частини, як інтернет-інтеграція, інформаційний менеджмент, PR, служба роботи з покупцями та продажу. Електронна комерція та інтернет-маркетинг стали популярними з розширенням доступу до інтернету і являють собою невід'ємну частину будь-якої нормальної маркетингової кампанії. Сегмент інтернет-маркетингу і реклами зростає як у споживчому секторі, про що свідчить поява з кожним днем все нових інтернет-магазинів, так і на ринку B2B.

Інтернет-маркетинг – (internet marketing) – застосування всіх аспектів маркетингу в глобальній мережі інтернет, який зачіпає основні елементи: продукт, ціна, місце продажу, просування.

Головною метою ефективного інтернет-маркетингу є досягнення максимального ефекту від цільової аудиторії вебсайту компанії.

Інтернет маркетинг (online-маркетинг) основна складова електронної комерції, великою її перевагою є інтерактивність,

точність таргетингу, можливість детального аналізу, що дозволяє максимально досягти зростання конверсії сайту і ROI.

Розглянемо найбільш важливі переваги інтернет-маркетингу:

– **Глобальне охоплення.** Згідно з даними Statista, 4,3 мільярда людей використовують інтернет, що становить 56% усього населення Землі. Інтернет-маркетинг дозволяє знаходити цільову аудиторію через різні канали в різних країнах і регулювати охоплення реклами відповідно до поставлених завдань. Наприклад, ви можете таргетувати оголошення в Google або Facebook за місцем знаходження користувачів, вибираючи країну, місто і навіть район.

– **Точність.** Крім таргетингу за місцем знаходження, ви можете таргетувати кампанії на підставі гендерної приналежності, віку, звичок і поведінки користувачів. Потужні технології інтернет-маркетингу допомагають рекламувати продукти саме цільовій аудиторії в правильному місці і в той час, коли вони з найбільшою ймовірністю можуть їх придбати.

– **Рентабельність.** Інтернет-маркетинг значно дешевше, ніж традиційний маркетинг, оскільки не вимагає використання фізичних ресурсів. Висока точність робить його економічно вигідним завдяки тому, що ви платите за залучення зацікавлених людей. У випадку з традиційною рекламою можна тільки гадати, якій кількості людей вона здасться релевантною. А припущення і здогадки забирають багато часу і фінансів.

– **Позитивний досвід користувачів.** Інтернет-маркетинг допомагає забезпечити аудиторії персоналізований досвід покупок. Наприклад, ви можете відправляти листи на підставі даних, якими користувачі діляться з вами. Реклама Facebook, в свою чергу, спирається на вподобання користувачів, тобто групи і сторінки, що їм сподобалися.

– **Автоматизація.** Такі процеси, як лідогенерація і утримання клієнтів можна налаштувати один раз і далі вони будуть працювати самостійно. Наприклад, автоматизовані ланцюжки листів – відмінний спосіб полегшити навантаження відділу маркетингу і команди технічної підтримки. Автоматизація дозволяє вчасно відправляти клієнтам необхідну інформацію, яка допомагає їм пройти шлях покупця.

Значною мірою ситуація з COVID-19 вплинула на значний перехід бізнесу саме в напрямок електронної комерції. Разом з тим, у зв'язку з введенням воєнного стану внаслідок військової агресії Російської Федерації проти України ситуація з електронною комерцією потребує

ще більшого розвитку. Оскільки значна кількість підприємств та організації вимушено мають переходити в площину мережі інтернет.

Враховуючи викладене вище, ми бачимо, що значною мірою інтернет-маркетинг розвивається, більш того, з кожним новим викликом сучасності електронна комерція допомагає бізнесам триматись на плаву. Тож для ефективної побудови підприємницької діяльності слід використовувати всі можливі шляхи, і одним з таких дієвих інструментів є інтернет-маркетинг.

Література:

1. Афанасьєва О. П. Інтернет-маркетинг :Опорний конспект лекцій. Харків, Харківський державний університет харчування і торгівлі, 2019. 42 с. URL: http://elibrary.hduht.edu.ua/bitstream/123456.789/1876/1/161_Інтернетмаркетинг%20опорний%20конспект%20лекцій.pdf.

2 Інтернет-маркетинг: кейси, тренди, інструменти спецкурс для КНУКІМ. 2019. URL: <https://marketing.link/uk/internet-marketing-kejsi-trendi-instrumenti-iii>.

3. Перезозова І. В. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. / І. В. Перезозова, Н. Б. Юрченко. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 256 с.

ENTERPRISE ECONOMICS AND CORPORATE GOVERNANCE: MODERNIZATION OF BUSINESS PROCESSES

**Iryna Mazurkevych, PhD in Economics,
Associate Professor
Iryna Vivsiuk, Assistant
Vinnytsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnytsia, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-19>

PERSPECTIVES OF FORMING LOYALTY OF COFFEE HOUSES CONSUMERS IN MODERN CONDITIONS

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ КАВ'ЯРЕНЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах господарювання питання формування лояльності споживачів кав'ярень на ринку ресторанних послуг є вагомим складовою успіху та стратегії їх розвитку. Слід зазначити, що для більшості міст України характерним є висока концентрація кав'ярень, піцерій, ресторанів сімейного типу та закладів швидкого обслуговування із помірними цінами та якісним сервісом. Саме тому для підтримки конкурентних позицій на ринку ресторанного бізнесу слід враховувати смаки та вподобання кожного споживача, а також приділяти увагу концептуальним особливостям закладу ресторанного господарства. Проблемам формування лояльності споживачів присвячено чимало наукових досліджень, проте стрімкий розвиток сфери ресторанного бізнесу вимагає пошуку нових методів та способів вдосконалення стратегії формування лояльності споживачів.

Більшість кав'ярень на ринку ресторанного бізнесу не лише спеціалізуються на приготуванні та продажі кави, а й створюють власні виробництва: кондитерські цехи, пекарні, або просто співпрацюють з кондитерськими містами. Це все розширює асортимент

кав'ярень та сприяє підвищенню їх прибутковості. Наприклад, у місті Вінниця за таким принципом працюють кав'ярні «Чорна кішка – білий кіт» (співпрацюють з крафтовою кондитерською «Мус-мус»), Black in cap (співпрацюють з кондитерською Lamousse pastry), Turman (співпрацюють з крафтовою кондитерською «Мус-мус») та інші. Співпраця із кондитерськими-постачальниками готових виробів для кав'ярень має ряд безумовних переваг:

- не вимагає збільшення чи розширення площі приміщення;
 - не вимагає додаткового найму працівників для кондитерського цеху;
 - бариста паралельно може здійснювати продаж готової випічки та десертів;
 - не потребує значних затрат (потрібно лише встановити кондитерську холодильну вітрину);
 - можна здійснювати замовлення на поставку різних десертів, тобто постійно змінювати та розширювати асортимент;
 - можна співпрацювати одночасно з декількома постачальниками;
 - можливість відмовитися від поставок, змінити постачальника у разі виникнення проблем;
 - завжди можна перейти на власне виробництво;
 - постачальники проводять власну рекламну політику, що створює великий попит на їх продукцію;
 - безкоштовна доставка при певній сумі замовлення.
- До негативних моментів такої співпраці слід віднести:
- неможливість повного контролю доставки кондитерських виробів;
 - висока собівартість готових виробів, що не дозволяє зробити велику націнку.

Таким чином, даний метод має більше переваг, а також існує можливість мінімізувати недоліки за рахунок співпраці з надійними постачальниками.

Щодо створення власного цеху з виробництва кондитерських виробів та десертів, то у місті Вінниця це є характерним для таких кав'ярень як: «Pan Cake», «Aroma Kava», «Bigman Coffee», «Штрудель to go», «Anny Bakery» та інших. Даний підхід розширення асортименту реалізованої ресторанної продукції у кав'ярні є більш затратним та трудомістким, особливо з урахуванням використання у господарській діяльності орендованого приміщення.

З метою визначення основних напрямків формування лояльності споживачів кав'ярень слід дослідити найбільш вживані програми лояльності на прикладі кав'ярень відомих брендів міста Вінниця (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз програм лояльності кав'ярень міста Вінниця

Назва кав'ярні-конкурента	Назва програми лояльності	Опис програми лояльності закладу
«Coffee to go»	Бонусна карта «Coffee to go»	<ul style="list-style-type: none"> - нараховується 7% від будь-якої покупки; - бонусами можна розраховуватися за будь-який напій; - не діє на бонусні позиції; - карта видається після заповнення анкети
«Штрудель to go»	Скарбничка «Штрудель to go»	Умови ідентичні до бонусної карти «Coffee to go». Проте бонуси нараховуються в кав'ярнях «Штрудель to go» та «Coffee to go» окремо
«Black in cap»	«Карта для постійних гостей»	<ul style="list-style-type: none"> - 10% кешбеку від покупки будь-якого напою (накопичувальна система); - можливість розрахунку за будь-який напій; - для отримання необхідно заповнити анкету
«Aroma Kava»	Мобільний додаток «Aroma Kava»	<ul style="list-style-type: none"> - за кожен напій накопичуються зірки у розмірі 1 гривня = 1 зірка; - безкоштовний напій чи страву можна отримати за 340 зірок (рівень Blue), або за 290 зірок при рівні Orange (якщо накопичуєш 500 зірок/місяць); - можливість слідкувати за новинками та акціями через додаток; - дні подвійних зірок та додаткові зірки за певні позиції напоїв; - необхідно завантажити додаток та зареєструватися
«Sharikava»	Мобільний додаток «Заначка»	<ul style="list-style-type: none"> - кешбек 5–10% залежно від напою; - бали накопичуються тільки за напої; - необхідно завантажити додаток та зареєструватися

Отже, для даного сегменту ринку ресторанних послуг найбільш вживаними є два види програм лояльності: мобільний додаток та пластикові карти. Мобільний додаток є зручнішим, оскільки: не потрібно постійно носити з собою карту; не потрібно заповнювати паперові анкети; не потребує виготовлення пластикових карт, які можуть закінчитися; це дає можливість розміщення рекламних матеріалів та іншої важливої інформації за допомогою додатку.

Цікавою ідеєю для кав'ярень є також встановлення у додатку функції попереднього замовлення кави. На додаток буде приходити повідомлення про орієнтовний час приготування кави. Також відвідувачі зможуть відслідковувати готовність напою. Ще однією перевагою додатку може бути те, що за попереднє замовлення можна буде розрахуватися онлайн або за допомогою бонусів, що дозволить заощадити час на розрахунок. У додатку також можна буде вказати дату народження, адже у кав'ярні діє постійна знижка 20% для іменинників. Знижка буде нараховуватися автоматично при скануванні додатку. Крім того, перевагою додатку у порівнянні з паперовою накопичувальною картою буде й те, що є можливість переходу з простої системи нарахування бонусів до ієрархічної. Тобто при накопичуванні певної кількості бонусів статус відвідувача може підвищуватися від «новачка» до «постійного гостя», що дозволить накопичувати більшу кількість балів за кожне замовлення.

Окрім удосконалення програми лояльності важливо постійно підтримувати високий рівень задоволеності гостей. Необхідно слідкувати за новинками та надавати відвідувачам максимум цікавого контенту паралельно із приготуванням смачної кави.

Отже, вищевказані пропозиції щодо покращення стратегії формування лояльності споживачів сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності досліджуваного підприємства, а також модернізації існуючих програм лояльності кав'ярень. Враховуючи те, що власники уважно відносяться до побажань своїх відвідувачів, для підвищення рівня лояльності споживачів послуг закладу необхідно й надалі підтримувати високий рівень сервісу, уважно ставитися до усіх побажань та скарг, розширювати асортимент, що дозволить постійно підтримувати інтерес відвідувачів до закладу.

Література:

1. Мазуркевич І. О. Тенденції розвитку кавового бізнесу в Україні. The 5th International scientific and practical conference - Modern research in world science (August 7–9, 2022) SPC – Sci-conf.com.ual, Lviv, Ukraine. 2022. С. 824–828.
2. Онишук В. Значення лояльності споживачів ресторанних послуг в умовах карантинних обмежень 2020–2021 років. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА»* Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Вип. 132. С. 18–28.
3. Чорна М. В. Методи формування лояльності споживачів як складової бренд-менеджменту мереж підприємств ресторанного господарства. *Ефективна економіка*. 2017. № 4. С. 5–14.

**Volodymyr Merezhko, Candidate of Economic Sciences,
Deputy Director of the Department of International Activities
and Strategic Development**

*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-20>

**FACTORS' ANALYSIS INFLUENCED
ON THE LEVEL OF FINANCIAL
AND ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISES**

**АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ
НА РІВЕНЬ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**

Потенціал підприємства є комплексною категорією, яка відображає різні аспекти його господарської діяльності. Це обумовлює множинність впливу на нього різноманітних факторів, як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Усвідомлення їх дії на окремі компоненти потенціалу важливе для формування ефективної моделі управління потенціалом підприємства, регіону, країни [3].

Проте, коли реалізація потенціалу підприємства не обмежується виключно внутрішнім ринком, і передбачає різні форми зовнішньоекономічних операцій, кількість факторів впливу істотно збільшується та відбувається перерозподіл їх вагомості.

Для охоплення усіх факторів, що впливають на діяльність підприємств на зовнішніх ринках, та на реалізацію їх фінансово-економічного потенціалу, доцільно використати поділ за рівнем їх виникнення на фактори:

- макrorівня;
- мезорівня;
- мікрорівня.

До факторів макrorівня пропонуємо відносити ті явища, процеси, тенденції, які істотно впливають на можливості реалізації потенціалу певної держави і в однаковій мірі стосуються підприємств із різних галузей [2].

У свою чергу до факторів мезорівня пропонуємо відносити явища, процеси, тенденції, які впливають на можливості реалізації

потенціалу певного регіону або галузі та впливають на діяльність суб'єктів господарювання, що до них належать.

Фактори мікрорівня об'єднують ті явища, процеси, тенденції, які істотно впливають на реалізацію фінансово-економічного потенціалу певного підприємства, у тому числі в результаті здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Окрім наведених факторів, що можна виділити на основі існуючих досліджень особливої важливості набувають екологічні чинники. Після прийняття Європейського зеленого курсу [1] до якого долучилась і Україна, наголос світового співтовариства змістився на мінімізацію викидів вуглекислого газу, декарбонізацію світової економіки та локальних економік. Під посиленою увагою опинились джерела енергії, які використовуються при виробництві будь-якої продукції.

Зрозуміло, що європейський ринок не є єдиним однак, на нього орієнтуються у своєму законодавстві ряд інших країн та регіонів. Обмеження екологічного характеру можуть істотно знизити дохідність виробництва, та відобразитись та фінансово-економічних результатах підприємств, що обумовлює необхідність виокремлення цього фактору на макро та мезорівні.

З врахуванням усіх напрацювань та тенденцій розвитку світової економіки пропонуємо перелік факторів впливу на фінансово-економічний потенціал підприємств, наведений на рисунку 1.

Запропонований перелік не є вичерпним, але, на нашу думку, на ньому відображено найбільш відчутні фактори впливу для кожного із рівнів.

Фінансові фактори на макрорівні характеризують можливості фінансової системи усієї держави, у той час як фінансові ресурси на мікрорівні відображають можливості залучення фінансових ресурсів на підприємстві.

Виробничі фактори на кожному із рівнів матимуть своє змістовне навантаження.

На макрорівні під виробничими факторами пропонуємо розуміти стан розвитку науки та техніки в цілому у державі, рівень її участі у світових ланцюгах створення цінності. У той же час на рівні галузі та на рівні підприємств це буде безпосередня характеристика використовуваних технологій.

Про важливість екологічних факторів було зазначено окремо. Рівень впливу підприємства на кожен із факторів знижується від макро до мікрорівня.

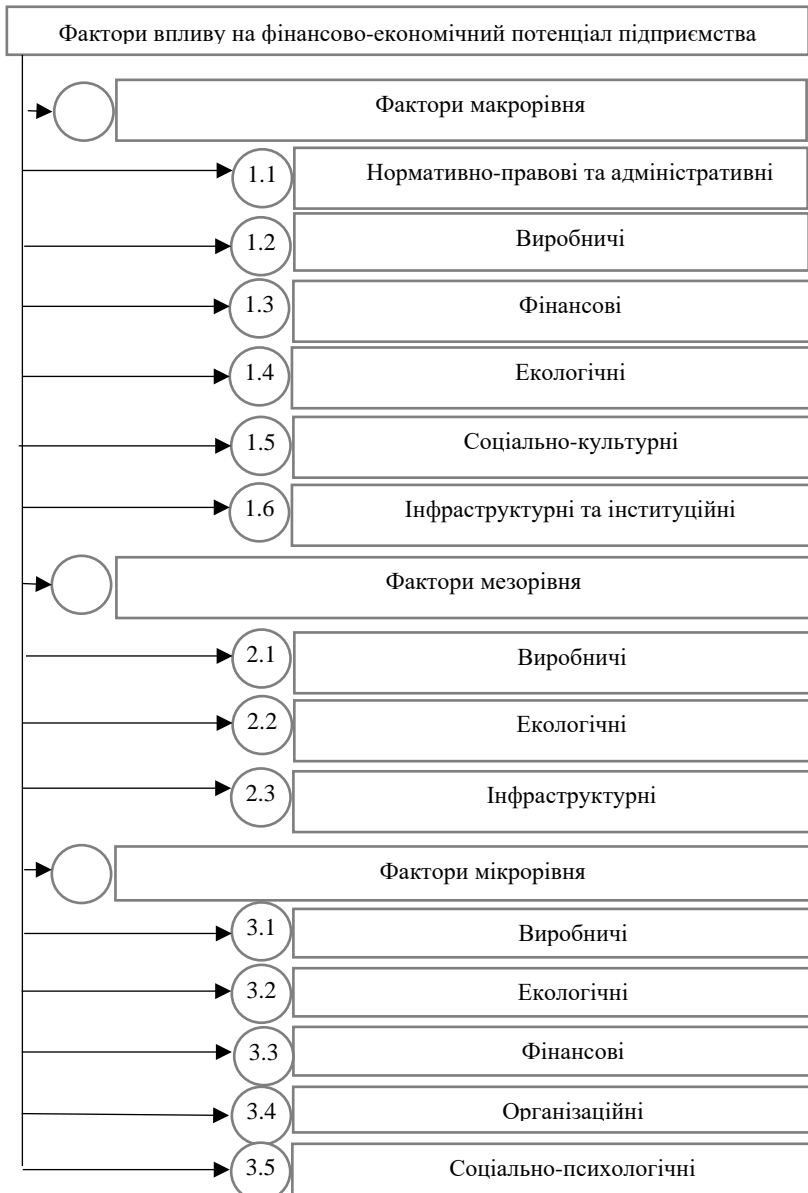


Рис. 1. Фактори впливу на фінансово-економічний потенціал підприємства

Джерело: розроблено автором

Таким чином, середовище здійснення діяльності підприємства залежать від різного ряду релевантних та нерелевантних факторів. Однак, їх сумарний вплив визначає ефективність та результативність здійснення діяльності окремим суб'єктом господарювання.

Література:

1. Європейський зелений курс: можливості та загрози для України : аналітичний документ. Квітень. Ресурсно-аналітичний центр «Суспільство і довкілля». 2020. URL: <https://www.rac.org.ua/uploads/content/571/files/european-green-dealuafinal.pdf>.
2. Ємельянов О. Ю. Особливості формування та оцінювання потенціалу підвищення фінансової стійкості підприємств. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 4 (21). С. 195–201.
3. Зибарева О. В., Шилепницький П. І., Повержук У.-Ю. М. Комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2018. Вип. I (69). С. 100–106.

MODERN APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE POTENTIAL

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У загальному значенні під потенціалом розуміють можливості, ступінь потужності, сукупність засобів певного об'єкта чи суб'єкта, необхідних для виконання визначених завдань. Як економічна категорія потенціал відображає наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення цілей організації. Слід зазначити, що єдиного підходу до тлумачення категорії «економічний потенціал» серед його дослідників не існує [1, с. 39; 2, с. 259; 3, с. 7; 4, с. 8–9]. Проведений аналіз наукової літератури з даної проблематики дає підстави визначити економічний потенціал як можливість підприємства виробляти певну кількість товарів чи послуг за умови отримання відповідного доходу. Його величина залежить від якості використання ресурсів, якими володіє підприємство, здатності підприємства адаптуватися до змін потреб ринку, змінювати номенклатуру і асортимент продукції, що випускається, чи параметри послуг, що надаються.

В умовах сучасної економіки, що характеризується високо-технологічністю переважної більшості господарюючих суб'єктів потенціал підприємства потребує сукупності певних властивостей. Основними серед них є: інноваційність, синергетичність, здатність до розвитку, адаптивність, часова обмеженість, наявність динамічних здатностей, які сьогодні набувають ключового значення.

У класичному розумінні динамічні здатності являють собою здатність організації цілеспрямовано створювати, розширювати і покращувати свою ресурсну базу, а також внутрішні і зовнішні компетенції для задоволення потреб споживачів у швидко змінному середовищі.

Отже, потенціал підприємства в умовах сучасної економіки також можна визначити як спроможності системи динамічних здатностей формувати на базі наявних ресурсів ключові компетенції

підприємства, що забезпечують створення необхідного результату. Формування і розвиток динамічних здатностей є одним із ключових чинників розвитку потенціалу підприємства.

Розвиток потенціалу підприємства узагальнено можна визначити як безперервний цілеспрямований процес його трансформації з метою підтримання таких його кількісних показників і якісного стану, що забезпечують досягнення цілей підприємства.

У розгорнутому вигляді розвиток потенціалу підприємства являє собою постійне удосконалення його ресурсів і сукупності компетенцій, удосконалення взаємодії компетенцій і ресурсів, а також удосконалення взаємодії різних компетенцій між собою для забезпечення виконання поточних завдань і досягнення стратегічних цілей підприємства в умовах ймовірних змін навколишнього середовища.

Для розвитку потенціалу підприємства застосовується цілий ряд наукових підходів, зокрема: системний підхід, маркетинговий підхід, функціональний підхід, відтворювальний підхід, інноваційний підхід, комплексний підхід, інтеграційний підхід, оптимізаційний підхід, динамічний підхід, адміністративний підхід, ситуаційний підхід, структурний підхід. Усі ці підходи розглядають розвиток потенціалу з різних сторін, залежно від цілей його формування.

Так, застосування функціонального підходу дозволяє розвивати потенціал підприємства на основі оригінальних технічних рішень з метою найбільш повного задоволення потреб споживачів, що розглядаються як сукупність функцій, забезпечуючи при цьому стійкі конкурентні переваги підприємства і відносне зниження використання ресурсів.

Структурний підхід ґрунтується на структуризації потенціалу підприємства і визначенні пріоритетності його елементів з метою встановлення раціональності співвідношення й підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними.

Комплексний підхід до розвитку потенціалу підприємства, поряд з технологічними, організаційними, економічними, соціальними та психологічними аспектами, в повній мірі враховує екологічні аспекти його діяльності.

При відтворювальному підході розвиток потенціалу підприємства розглядається як постійне поновлення виробництва певної продукції з меншою ресурсоемністю та вищою якістю порівняно з аналогічною продукцією інших виробників з метою задоволення потреб споживачів.

Інтеграційний підхід до розвитку потенціалу підприємства може бути націлений на об'єднання та посилення взаємодії між окремими його елементами з метою отримання максимального синергетичного ефекту на основі мінімізації споживання ресурсів та шкідливого впливу на природу.

Використання інноваційного підходу орієнтоване на розвиток потенціалу шляхом активізації інноваційної діяльності в усіх сферах функціонування підприємств, що відкриває широкі можливості для їх переходу на функціонування за принципами економіки замкнутого циклу.

Поведінковий підхід до розвитку потенціалу полягає у дослідженні додаткових можливостей підвищення ефективності сукупного потенціалу підприємства за рахунок підвищення ефективності формування і використання його персоналу.

Слід зазначити, що на розвиток потенціалу підприємства впливають як внутрішні так і зовнішні (економічні, політичні, соціально-культурні, правові, безпекові, екологічні) чинники. При цьому зовнішні чинники в сукупності створюють сприятливі чи несприятливі зовнішні умови для розвитку потенціалу суб'єктів господарювання. Сприятливі зовнішні умови можна охарактеризувати такими категоріями як «сприятливий інвестиційний клімат», «сприятливе бізнес-середовище». Як правило, несприятливі умови породжуються сукупністю тісно пов'язаних між собою певних негативних чинників, основними серед яких є: корупція, монополізм, надмірне регулювання діяльності суб'єктів господарювання, відсутність в достатній мірі правосудного судочинства.

До внутрішніх чинників розвитку потенціалу підприємства, насамперед, відносяться:

- місія підприємства, яка окреслює потенційні можливості розвитку його потенціалу;
- основні цілі і стратегія підприємства, для реалізації якої й формується потенціал;
- технологія виробництва продукції (надання послуг, виконання робіт), яка визначає рівень продуктивності підприємства;
- якість персоналу підприємства, його професійний досвід і навички;
- рівень мотивації персоналу;
- система управління, що забезпечує прийняття і реалізацію управлінських рішень, спрямованих на формування, нарощування, раціональне використання та оптимізацію ресурсів і компетенцій

підприємства з метою забезпечення його конкурентоспроможності і досягнення поставлених цілей.

Джерелами розвитку потенціалу підприємства можуть бути:

- інвестиції в основний капітал;
- застосування нових (інноваційних) технологій в усіх сферах функціонування підприємства;
- посилення ролі управлінського фактору, зокрема мотиваційного управління, оптимізація (удосконалення) структури управління;
- інвестиції в розвиток персоналу підприємства;
- розвиток організаційної культури підприємства;
- стимулювання та розвиток креативності персоналу;
- зростання інноваційної активності усіх категорій працівників;
- формування творчої атмосфери на підприємстві, яка: істотно підвищує продуктивність праці та якість організаційних рішень; допомагає впроваджувати вигідні, перспективні нововведення; підвищує професійні навички персоналу [5].

Отже, розвиток потенціалу підприємства, являючи собою постійне вдосконалення його ресурсів і сукупності компетенцій з метою забезпечення конкурентоспроможності та досягнення цілей підприємства, потребує сприятливих зовнішніх і внутрішніх умов (чинників) та застосування відповідних наукових підходів в залежності від цілей його формування.

Література:

1. Дашко І. М. Місце і роль ресурсного потенціалу підприємства у забезпеченні конкурентоспроможності. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 6. Том 1. С. 38–41.
2. Мартиненко В. П., Легеза Н. В. Оцінювання рівня використання виробничого потенціалу підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2017. Випуск 20. С. 257–265.
3. Герасимчук З. В., Ковальська Л. Л. Виробничий потенціал регіону: методика оцінки та механізми його нарощування. Луцьк: ЛДТУ, 2003. 242 с.
4. Лапін Є. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Харків : Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”. 2006. 39 с.
5. Прокопенко Г. И. 100 идей для развития творческого потенциала сотрудников. URL: <http://www.hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=138>.

**Nataliia Sarai, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
*Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute
Khmelnytskyi, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-22>

**CATEGORY MANAGEMENT
AS A FACTOR OF THE MICROENVIRONMENT
IN THE MANAGEMENT OF THE ASSORTMENT
OF GOODS IN TRADE**

**КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ЯК ЧИННИК МІКРОСЕРЕДОВИЩА
В УПРАВЛІННІ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРІВ У ТОРГІВЛІ**

Торгівля завжди була основною ланкою, що пов'язує процес виробництва та споживання. Ключовим фактором у визначенні стратегії і тактики торговельного підприємства на ринку є процес оптимізації асортиментної політики фірми. Адже саме завдяки своєчасному оновленню асортиментних позицій уможливується підвищення ефективності функціонування торговельного підприємства та залежить його комерційний успіх. З огляду на це визріла об'єктивна необхідність пошуку дієвих інструментів та методів управління асортиментом товарів у торгівлі, котрі сприяли б підвищенню конкурентоспроможності торговельних підприємств. Важливе значення для досягнення цієї мети має застосування концепції категорійного менеджменту.

Питання управління асортиментом товарів у сфері торгівлі висвітлювали у своїх працях вітчизняні та зарубіжні вчені: М. Дмитриченко, Н. Куликова, Р. Окрепкий, Л. Попова, О. Прядко, А. Румянцев, Р. Русин, О. Хоменко, А. В. Хоптюк, О. В. Шумкова, Т. Б. Шири. Проблемаам категорійного менеджменту як чинника мікросередовища в управлінні асортиментом товарів у торгівлі присвячені праці таких науковців як Ю. Білявської, Н. Микитенко, А. Могилової, В. Хурдея.

Однак аналітичне опрацювання опублікованих за даною проблематикою наукових робіт дозволило зробити висновок про те, що питання оптимізації торгового асортименту шляхом упровадження концепції категорійного менеджменту трактується

неоднозначно, недостатньо розроблені як у науковому, так і в організаційно-практичному аспектах та потребують подальшого дослідження.

В умовах сьогодення ринок функціонує в умовах перенасичення товарними пропозиціями. З огляду на це, з одного боку, у покупців виникають труднощі з вибором, а з іншого – постачальники та ритейлери мають певні проблеми з управлінням асортиментом через його великі обсяги. У зв'язку з цим вкрай актуальною є проблема оптимального формування асортименту, що потребує застосування певного набору інструментів та правильного підходу. Одним із доволі вдалих в даному контексті підходів є категорійний менеджмент – концепція управління торговим простором, згідно з якою асортимент ділиться на групи подібних за своїми якостями товарів.

Ми погоджуємося з твердженням науковця В. Д. Хурдея, що категорійний менеджмент – не данина моді, а об'єктивна необхідність ефективного розвитку підприємств роздрібної торгівлі. За сучасних умов робота категорійного менеджера перетворюється на щоденну наполегливу боротьбу за споживача, важливою зброєю в якій є раціональний споживчо-орієнтований процес формування товарних категорій [5, с. 269].

Категорійний менеджмент – це процес та управління категоріями товарів як стратегічними бізнес-одинацями, котрий має певні відмінності від звичного огляду пропозицій роздрібною ритейлера. З огляду на це вважаємо цілком слушною думку науковиці Ю. В. Білявської, що інструментарій категорійного менеджменту забезпечує найкращі результати комерційної діяльності, оскільки він базується на споживчій цінності товару. При його застосуванні засадничою є спільнодія роздрібною продавця та його постачальників [1, с. 83].

Заслуговує на увагу дослідження, проведене вченими А. Ю. Могиловою та М. О. Шибунюм. На думку авторів, ефективне керування наявними ресурсами дає змогу підвищити привабливість торгового підприємства. Головними перевагами впровадження категорійного менеджменту в управлінні торгового підприємства є, по-перше, розробка конкретних заходів з управління асортиментом в контексті формування стратегії роздрібною торгівлі. По-друге, удосконалюється організаційна структура компанії та покращується взаємодія між структурними підрозділами. По-третє, чітко

регламентуються бізнес-процеси щодо управління асортиментом, внаслідок чого працівники компанії позбуваються залежності від сторонніх організацій-носіїв бізнес-процесів. З огляду на це вдається уникнути значних розбіжностей між постачальником і торговцем, оскільки постачальник – це партнер, який зацікавлений в ефективному управлінні товарною категорією [2].

Варто зауважити, що діяльність з управління товарними категоріями – це відкритий, об'єднаний бізнес-процес, що дозволяє торговим партнерам працювати спільно над визначенням бізнес-планів категорії. Його можна представити у вигляді певного порядку (алгоритму) дій в часі і просторі. Модель організації бізнес-процесу управління товарними категоріями, що стала вже класичною, була розроблена незалежною американською консалтинговою компанією The Partnering Group (рис. 1).

Додамо, що категорійний менеджмент – це стратегічне співробітництво ритейлера і постачальника, при якому сторони управляють категорією як стратегічною одиницею, і досягають зростання категорії (збільшення продажів і прибутку) шляхом набору дій, орієнтованих на покупця. Суть цього підходу полягає у тому, що категорії виділяються так, як їх виділяє покупець, а не так, як це робить постачальник. З огляду на вищезазначене, ми погоджуємося з думкою науковиці Н. В. Микитенко, що роль фокуса або орієнтира в системі категорійного менеджменту відведена споживачеві. Маючи визначені запити і вподобання, зумовлені конкретною усвідомленою незадоволеною потребою, він посідає ключове місце в сучасній системі управління асортиментом та диктує загальні правила гри, засновані на логіці вибору товарів, що має бути покладена в основу виокремлення товарних категорій [3, с. 76].

Підсумовуючи, зауважимо, що в сучасному ринковому середовищі категорійний менеджмент стає основою управління підприємством торгівлі та скеровується, з одного боку, на максимальне задоволення потреб покупців, а з іншого – на підвищення ефективності співпраці між постачальником та мережами роздрібною торгівлі.

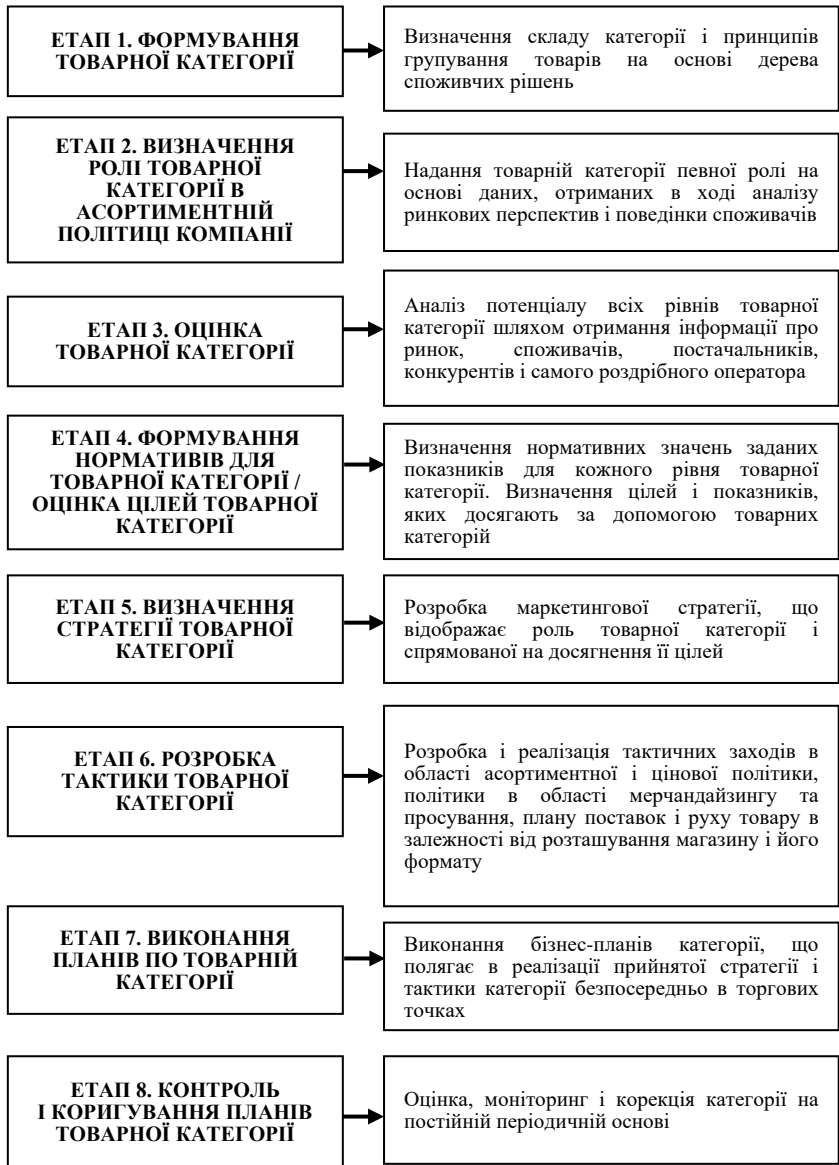


Рис. 1. Алгоритм бізнес-процесу управління товарними категоріями

Джерело: складено автором на основі [4]

Література:

1. Білявська Ю. В. Особливості та тенденції категорійного менеджменту підприємств торгівлі. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Випуск № 4(60). С. 81–87.
2. Могилова А. Ю., Шибун М. О. Управління асортиментом торгового підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2020/5.pdf (дата звернення: 20.09.2022).
3. Микитенко Н. В. Категорійний менеджмент в системі 3D: теоретичні та практичні аспекти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2020. № 16 (44). С. 74–80.
4. Миргородская О. Н. Категорійний менеджмент как современная маркетинговая технология управления товарным ассортиментом. *Концепт*. 2014. № 17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriynyy-menedzhment-kak-sovremennaya-marketingovaya-tehnologiya-upravleniya-tovarnym-assortimentom> (дата звернення: 21.09.2022).
5. Хурдей В. Д. Удосконалення бізнес-процесу категорійного менеджменту підприємств торгівлі. *Економіка і організація управління*. 2021. № 4 (44). С. 268–276.

**Olga Sopotsko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
*National Transport University
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-23>

**PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS
OF PERISHABLE FOOD SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
IN THE CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION**

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ
ШВИДКОПСУВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ
В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Активне поширення глобалізаційних процесів, розвиток бізнес-середовища в Україні та світі, тісно пов'язані з появою і використанням нових форм та інструментів управління процесами соціально-економічного розвитку суб'єктів підприємництва.

Особливо актуальними є питання пошуку нових методів, формування нових підходів та моделей розвитку підприємств та управління ланцюгами постачань швидкопсувних продуктів харчування (далі – ШПХ) в умовах цифровізації економіки та суспільства.

Це, в свою чергу, дозволить підвищити прибутковість підприємств, як виробників ШПХ, так і підприємств автомобільного транспорту, що надають послуги по перевезенню такої продукції.

Проблеми та перспективи розвитку управління ланцюгами постачань ШПХ в умовах цифровізації економіки є актуальним питанням сучасної науки та відповідають сьогоденним потребам підприємництва.

Однієї із основних проблем є відсутність єдиної концепції розвитку управління ланцюгами постачань ШПХ в умовах цифровізації економіки. Створення такої загальної концепції дало б можливість підвищити ефективність підприємництва в цій сфері. Адже, наявними є велика кількість втрат ШПХ в ланцюгах постачань, які потім перетворюються у відходи, що, в свою чергу негативно відображаються на екологічній ситуації в країні та світі [1].

Створення концепції управління ланцюгами постачань ШПХ в умовах цифровізації дасть можливість більш чітко координувати дії учасників такого ланцюга. Наприклад, для підприємств автомобільного транспорту така концепція забезпечить можливість сталого розвитку, буде сприяти збільшенню обсягів перевезень, зростанню прибутковості, підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку тощо.

Якщо розглядаємо цифрову економіку, то слід зазначити, що вчений Томас Мезенбург [2] виділяє три основні компоненти цифрової економіки:

- підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.);
- електронний бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);
- електронна комерція (дистрибуція товарів через інтернет).

Всі ці компоненти є важливими і при управлінні ланцюгами постачань ШПХ.

Сьогодні, ланцюга постачань ШПХ в умовах цифровізації економіки слід розглядати як комплекс цифрових або віртуальних підприємств, яких об'єднують види діяльності, що базуються на цифрових технологіях, а також інфраструктурі, що забезпечує функціонування цифрових технологій.

Підприємства такого ланцюга повинні мати обладнання, системи зв'язку, програмні продукти широкого спектра від призначеного для користувача програмного забезпечення до ERP і CRM систем, Використання інструментів Big-data для обробки масиву даних по попиту, обсягам поставок ШПХ.

Для ефективного управління ланцюгами постачань ШПХ важливим є також збір інформації про історію здійснення покупок споживачем.

Із розповсюдженням технологічних можливостей використання мобільних пристроїв, планшетів, створення сайтів як компаніями-виробниками продукції, так і безпосередньо торгівцями продукції виникає й таке поняття як «омніканальності».

За омніканальності передбачається інтеграція всіх фізичних каналів (офлайн каналів) та цифрових каналів (онлайн каналів) для забезпечення використання уніфікованого досвіду роботи із клієнтами [3].

Отже, якщо розглядати використання омніканалу, то такий підхід є актуальним практично для всіх підприємств, що взаємодіють із

споживачами в декількох напрямках – це може бути як і продаж товарів через інтернет, так і безпосередньо споживачу.

Отже, за омніканальності, виникає можливість підвищити ефективність просування продукції по каналам розподілу, тим самим виникає можливість зменшення витрат в ланцюзі постачань ШПХ та більш ефективно та багатогранно взаємодіяти із споживачем в умовах цифровізації економіки.

Отже, ефективний розвиток управління ланцюгами постачань ШПХ в умовах цифровізації економіки є актуальним для підприємництва, так як надає конкурентні переваги.

Література:

1. Сопочко О. Ю. Методичні підходи до управління постачаннями швидкопсувних продуктів харчування в умовах реалізації концепції управління ланцюгами постачань. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2017. № 6/2017. С. 141–145.

2. Mesenbourg Thomas L., Atrostic B.K. Measuring the U.S. Digital Economy: Theory and Practice. U.S. Bureau of the Census. URL: <https://2001.isiproceedings.org/pdf/1074.PDF> [in English].

3. A briefing on Managing Omnichannel retail (2013, March 5). Smartinsights. URL: <https://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/multichannel-strategies/a-briefing-on-managing-omnichannel-retail/> [in English].

**INSTRUMENTS OF DIVERSIFICATION OF ENTERPRISES
IN THE FIELD OF TRADE AS A MEANS
OF SAFEGUARDING IN MODERN CONDITIONS**

**ІНСТРУМЕНТИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ
У СФЕРІ ТОРГІВЛІ, ЯК ЗАСІБ УБЕЗПЕЧЕННЯ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Економіка України продовжує зазнавати негативного впливу факторів зовнішнього середовища, які вимагають нестандартних рішень: спочатку виклики, спричинені пандемією COVID-19, а зараз – виклики, спричинені військовою агресією на Україні. Варто відзначити, що період заціпеніння вітчизняного бізнесу завершився, і, адаптувавшись до нових умов роботи під час війни та впровадивши необхідні зміни, підприємства та організації поступово визначаються з перспективами та подальшими діями. Якщо на початку війни, згідно з дослідженням *grc.ua*, лише 40,2% компаній зберегли комерційну діяльність, та ще 8,8% працювали частково, то через два місяці кількість підприємств та організацій, які працюють в умовах війни, збільшилася. Більш ніж половина (54,2%) опитаних зазначили, що їх компанія працює. Ще 16% повідомили, що бізнес працює, але лише в безпечних регіонах [1].

Ритейл, як жодна інша галузь, відчула на собі потужний удар війни: зупинка бізнесу, падіння попиту, знищення складів, нездатність вести діяльність у зоні бойових дій, релокація персоналу, знищення логістичних ланцюгів, зрив виконання зобов'язань, неможливість виконання контрактів, накопичення дебіторської заборгованості окремими мережами [2]. Переважна більшість суб'єктів господарювання в сучасних умовах усвідомлює, що їм не вистачить власних коштів для повноцінного відновлення своєї діяльності і що вони потребують додаткових інвестицій.

Тенденції бізнесового середовища визначають нагальну потребу пошуку нестандартних економічних рішень, новітніх векторів відновлення та заміни традиційних бізнес-процесів на інноваційні.

Одним з таких нестандартних рішень є використання диверсифікаційних інструментів, як методів політики стратегічного менеджменту бізнес-процесів, які вимагають сумлінного та деталізованого процесу прогнозування і планування. Це стає особливо важливим під час формування макету проекту диверсифікаційного процесу та реалізації його в життя. Такі проекти можуть стосуватися горизонтальної інтеграції, коли торговельне підприємство орієнтується на основний вид діяльності – торговельний, однак розширює спектр продуктів, які надаються існуючим споживачам; вертикальної інтеграції, коли суб'єкт сфери торгівлі інвестує власний капітал чи спрямовує управлінські можливості, потенціал у сектори формування сировини, виробництва і переробки продукції, логістики, передпродажної підготовки, доведення товарів (послуг) до кінцевого споживача, а також конгломератної інтеграції, коли підприємство орієнтується на розвиток принципово відмінних від торгівлі видів економічної діяльності та, відповідно, на нових покупців і споживачів продукції (товарів, послуг).

Вищевказані види диверсифікації можуть бути застосовані для всіх суб'єктів господарювання, незалежно від виду підприємства, формату торгівлі, етапу життєвого циклу розвитку та іншого, проте вони мають визначальні специфічні характеристики залежно від мети, цілей, стратегічних пріоритетів.

Оптимізація часових та ресурсних витрат в процесі диверсифікації; мінімізація існуючих і попередження фінансових ризиків та загроз, які прогнозуються в процесі запуску нових бізнесів; забезпечення прийнятної окупності витрат та інвестицій на розширення системи управління бізнесом, створення нових центрів витрат і відповідальності та інші чинники визначають актуальність завдання обрання найбільш раціональної структури векторів і проектів диверсифікації підприємств торгівлі.

Під диверсифікацією для підприємств в сфері торгівлі варто розуміти стратегічний вибір подальшого поступу бізнес-структури, інвестування її капіталу, відтак, якщо рішення будуть не вірними, то це не забезпечить подальшої капіталізації в кращому випадку; в іншому – гарантоване збитками, фінансово-економічною дестабілізацією, виснаженням материнської компанії та більш успішних бізнес-проектів, капітал з яких буде відволікатися на покриття збитків низькоефективних бізнесів.

Проте варто відзначити, що процеси, які використовують суб'єкти господарювання під час переходу від фінансових та непрямих інвестицій до реального прямого інвестування в диверсифікаційні процеси в сфері торгівлі мають ставати все більш стандартизованими. Під стандартизацією управління процесами диверсифікації у сфері торгівлі розуміється формування нормативно-методичного забезпечення ухвалення та алгоритмів реалізації рішень відносно обрання напрямів подальшого розвитку, видів економічної діяльності, стратегічних бізнес-одиниць, ринкових сегментів, а також вибудовування та функціонування системи управління корпоративними інтегрованими бізнес-структурами.

Стандартизація повинна стосуватися чіткого розділення процесів стратегічного та тактичного управління, коли перше окреслює та визначає інструменти й засоби досягнення довгострокових цілей і забезпечення ключових параметрів функціонування бізнесу через 5–10 років, а друге стосується керування процесами функціонування і розвитку одного з проєктів диверсифікації компанії.

До популярних інструментів диверсифікації діяльності, якими нині користуються торговельні підприємства належить франчайзинг. Популярними стали практики, коли під торговою маркою відомого ритейлера розвиваються (на засадах франчайзингу) мережі об'єктів швидкого харчування, сервісного обслуговування, тощо. Крім того, інструмент франчайзингу може бути використаний як перехідний етап до подальшої системної експансії основного – торговельного – бізнесу на ринки інших регіонів країни. В сучасних умовах такий інструмент є актуальним для тих, хто був змушений зробити релокейт бізнесу в інші міста або закордон, але має необхідність стандартизувати бізнес процеси [3].

Злиття капіталу та/чи поглинання бізнесу є формою, яка чи не в найбільшій мірі відповідає духу і характеру диверсифікації бізнесу. Такі практики характерні й для вітчизняної торгівлі, зокрема у 2020 р. Emerging Europe Growth Fund, що належить до Horizon Capital, придбав значну міноритарну частку у MAKEUP Group, яка є швидкозростаючим провідним гравцем онлайн-торгівлі у сегменті косметичних товарів.

Ще однією формою диверсифікації бізнесу для торговельних підприємств є створення стратегічних партнерств за прикладом кластерного типу, а саме – створюється ядро кластера, а інші його учасники здійснюють спільну діяльність на договірних засадах. На нашу думку, стратегічне партнерство є особливо актуальним

інструментом диверсифікації в сучасних умовах саме для торговельних підприємств малого і середнього розміру, включно з такими, що мають розвинену торговельну мережу, для яких потенційно вигідно розвивати бізнес-відносини з більш потужними підприємствами для досягнення спільних цілей.

Активізація диверсифікаційних процесів у сфері торгівлі може відбуватися також і шляхом передачі іншому суб'єкту ресурсів, знань, технологій, інтелектуальної власності. При цьому такі процеси можуть поширюватися як в аверсному, так і в реверсному напрямках. Фактично, це може відбуватися через внесок відповідних активів до статутного капіталу іншого суб'єкта господарювання або спільне використання ресурсів (стратегічне партнерство), але, ми вважаємо, що саме в торгівлі такий інструмент диверсифікації має право на своє самостійне існування.

Підсумовуючи вищевикладене, варто відзначити, що інструменти диверсифікації для підприємств в сфері торгівлі є багатофункціональними та всебічно орієнтованими, тож дане питання є надзвичайно актуальним і потребує глибинних досліджень. Диверсифікація в сучасних умовах, виступає, як засіб забезпечення, оскільки при раціональному плануванні та застосуванні її інструментів виступає «подушкою безпеки» для сучасних бізнес-структур, особливо в сфері торгівлі.

Література:

1. Майбутнє українських компаній після війни URL: <https://allretail.ua/analytics/77209-maybutnye-ukrajinskih-kompaniy-pislya-viyni> (дата звернення: 15.09.2022).
2. Сінічкіна Л., Миколюк М. Війна та ритейл, або як не допустити війни в ритейлі? URL: <https://allretail.ua/analytics/77260-viyna-ta-riteyl-abo-yak-nedopustiti-viyni-v-riteyli> (дата звернення: 20.09.2022).
3. Франчайзинг під час війни URL: <https://franchising.ua/stattya/2717/franchayzing-chas-viyni/> (дата звернення: 21.09.2022).

**Svitlana Frunza, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
*Robert Elvorti Economics and Technology Institute
Kropivnytskyi, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-25>

PROFESSIONAL COMPETENCE DEVELOPMENT STRATEGY MODEL AT INDUSTRIAL ENTERPRISES

МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Враховуючи потреби роботодавців за сучасних умов зростають вимоги і до трудового потенціалу (професійної компетентності), що визначає професіоналізм, застосування необхідних знань, адекватні дії у відповідних ситуаціях. Визначаючи інтенсивність впровадження цифрових технологій в діяльності промисловості є потреба в креативних і винахідливих працівниках.

Такі компетенції, як: знання, мотивація, навички, здібності, поведінка в певних ситуаціях регламентує смарт-виробництво. Особливої уваги потребують навички аналітичних здібностей людини для роботи з інформацією, виявлення проблем, комунікативні, креативні та адаптивні. Всі ці навички характеризуються як людський капітал, де ключовим елементом є професійні компетенції персоналу підприємства.

Виділяють такі основні ознаки ключових компетенцій [1]:

- синтез знань, навичок і технологій, носіями яких є підрозділи та окремі працівники в організаціях;
- унікальність, що може бути використана в межах організації та притаманна певним бізнес-процесам;
- синергетичний ефект для посилення компетенцій.

Визначаючи особливості специфіки діяльності промислового підприємства, важливо враховувати специфічні принципи для внутрішнього навчання що забезпечить професійні компетентності, а саме:

1. Формування системи професійних базових компетенцій: знання, уміння, навички що спрямовані на вирішення конкретних завдань на підприємстві.

2. Розвиток технічного мислення, навички раціоналізаторської діяльності, самоосвіти.

3. Виховання корпоративної культури, соціальної активності та творчості.

4. Уміння використовувати знання в професійній діяльності враховуючи певні ситуації які відбуваються на підприємстві

5. Уміти забезпечувати раціональне та економічне використання виробничих ресурсів та забезпечення безперебійної (налагодженої) роботи.

6. Розвиток етичної компетентності.

Враховуючи використання в промисловості інновацій та цифровізацію суспільства можливо сформувані компетенції в напрямку загальноосвітніх інформаційних технологій, а саме: технологічного диференційного навчання; ігрові та діалогові технології, що націлені на формування нового світогляду.

Є певні умови що впливають на розвиток професійної компетентності персоналу промислових підприємств, а саме:

– морально-психологічні (соціально-психологічний клімат; згуртованість колективу, спільність ідей та завдань);

– фінансово-технологічні (фінансування на професійне навчання, підвищення кваліфікації, забезпечення необхідними технічними та інформаційними ресурсами);

– організаційно-управлінські (організаційні та управлінські здібності керівника);

– навчально-методичні (досвід роботи, забезпеченість навчально-методичними матеріалами, проведення тренінгів та конференцій).

Модель стратегії для розвитку професійних компетенцій, що враховує особливості діяльності промислових підприємств для внутрішньо-фірмового навчання зображено в таблиці 1.

Дана модель професійних компетенцій персоналу має переваги для промисловості, а саме:

1. Розробка та впровадження єдиних стандартів що сприяє взаєморозумінню між різними відділами та на різних рівнях.

2. Узгоджене оцінювання працівника відповідно отриманих знань.

3. Для подальшого планування кар'єрного росту та розвитку є можливість для визначення слабких та сильних сторін працівника.

4. Формується модель для резерву і планування підвищення рівня кваліфікації на підприємстві.

5. Розробка стандартів якості виконуваних робіт.

6. Працівник знає вимоги щодо його компетенцій, потенціал та кар'єрні перспективи його розвитку.

Таблиця 1

**Стратегія розвитку професійних компетенцій
внутрішньо-фірмового навчання в промисловості**

Етап	Назва етапів	Характеристика
1	Методологічний	<i>Мета: розвиток професійних компетенцій виробничого персоналу в промисловості</i> Компетентносний підхід: професійні компетенції Аксіологічний підхід: мотивація робітників
2	Структурний	1. Емотивний компонент – результат інтерпретації емоційності, що транслюється в мові й мовленні. 2. Когнітивний компонент – розвиток особистості до пізнавання та вирішення проблемних ситуацій. 3. Діяльнісний компонент – розвиток пізнавального практичного напрямку в діяльності підприємства 4. Екстремальний компонент – знання якими повинні володіти на виробничому процесі для прийняття адекватних рішень в певних стресових ситуаціях
3	Організаційний	1. Картка професійних компетенцій 2. Навчально-методичний комплекс внутрішньо-фірмового навчання 3. Графік підвищення кваліфікації виробничого персоналу 4. Корпоративні компетенції, що відповідають кодексу корпоративної етики 5. Формування експертної комісії
4	Процесуальний	1. Методи контролю та діагностики 2. Модель виробничих ситуацій та інструкцій 3. Розробка інформаційно-довідкових матеріалів, паспортів робочих місць 4. Розробка професійних стандартів
5	Результативний	Процедура та методика оцінювання результатів у навчанні

Джерело: розроблено автором на основі джерел [2; 3]

Зрозуміло, що це вимагаю тривалого та трудомісткого підготовчого процесу, що повинно визначити список компетенцій, процес навчання та створення робочої групи.

Визначені умови надають можливість для забезпечення якісного, оперативного навчання на промисловому підприємстві та забезпеченню інноваційного розвитку, враховуючи те що навчання проводять на робочому місці.

Література:

1. Key Competencies. A developing concept in general compulsory education. Bruxelles : EYRYDICE, 2002. 188 p.

2. Білоус Л. Роль внутрішньофірмового навчання для досягнення стратегії розвитку професійних компетенцій виробничим персоналом підприємств харчової галузі. *Економічний аналіз*. 2022.Т. 30 № 2. Ч. 2. С. 187–197.

3. Харун О. Професійна компетентність як головна детермінанта інноваційного розвитку трудового потенціалу промислових підприємств. Економічний дискурс. *Економіка суб'єктів господарювання*. 2017. Випуск 2. С. 152–163.

**Serhiy Shevchenko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Senior Lecturer
at the Department of Entrepreneurship
and Environmental Expertise of Goods**
*Viacheslav Chornovil Institute of Sustainable Development
Lviv Polytechnic National University
Lviv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-26>

WAR AND POST-WAR RISKS IN THE RISK MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE

ВОЄННІ ТА ПОСТВОЄННІ РИЗИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємницьке середовище завжди було пов'язане з великою кількістю ризиків. Українські підприємці за роки сформували «імунітет» до навколишніх ризиків, але реалії приносять нові випробування.

Воєнний стан, оголошений в Україні 24 лютого 2022 року створив багато умовностей та нових правил функціонування господарюючих суб'єктів. Як наслідок, багато підприємств припинили діяльність, деякі змінили формат та напрямок роботи.

Провести аналіз в усіх регіонах країни щодо функціонування підприємств з очевидних причин зробити неможливо. Але певні тенденції та закономірності все ж можна прослідкувати.

Для прикладу, після 50 днів війни 41% компаній в повному обсязі продовжували свою діяльність, 50% компаній – частково функціонували. Такі дані отримані Американською торговою палатою у результатах опитування «Ведення бізнесу під час війни в Україні. Тиждень 8». 29% компаній-членів провели релокацію всередині України, та 19% провели релокацію за межі України. 15% довелося закрити офіси в деяких регіонах, 2% – повністю припинити діяльність.

52% підприємств зазначили, що їм довелося змінити бізнес-моделі, 40% – здійснили скорочення витрат, 20% – запустили нові бізнес-напрями чи послуги. 17% – взяли проекти з офісів компанії в інших країнах, 13% – здійснили пошук нових клієнтів за межами

України, 9% – здійснили пошук фінансування в інших країнах. 2% компаній довелося продати активи. Лише 17% компаній не зазнали змін. Ситуація вказує на підвищений фон ризикованості ведення бізнесу, але водночас і демонструє альтернативні свіжі варіанти рішень. 20% представників бізнес-спільноти зазначили, що їх компанії (заводи, фабрики, потужності, склади, офіси) мають незначні ушкодження, 3% мають невиправні ушкодження [1].

Теорія управління ризиками описує доволі широкий інструментарій методів управління, в тому числі, за допомогою моделей на основі правил, а які потребують альтернативних підходів. Доцільним видається додати до категоризації ризиків такі види як воєнний та поствоєнний ризики.

Частково поняття воєнного ризику може бути запозичене у страховому бізнесі, який чутливо зреагував на питання – що реально потрібно розуміти й зробити бізнесу перед загрозою воєнного стану, враховуючи, що реальний обсяг заходів, яких має бути вжито, поки що не відомий. До переліку страхових випадків запропонованих для страхування юридичним особам, наприклад, додано можливість клієнтам доповнити страхові поліси воєнними ризиками, такими як: вибух боєприпасів, мін, бомб, ракет, дії інших знарядь та засобів війни, Ризикові події вказаних категорій можуть бути фатальними для стратегії компанії та навіть для її виживання.

Оцінити формат наслідків воєнних ризиків теж можна за допомогою страхових інструментів. До 2022 року придбати страховий поліс для захисту майнових об'єктів на території України ще було можливо. Тарифи на страхування знаходились у межах від 0,1% до 0,2% від вартості майна. Проте зі зростанням напруги на кордоні України, з листопада 2021 року тарифи почали швидко дорожчати і майже удвічі збільшились наприкінці грудня, а потім ще раз подвоїлись наприкінці січня. Станом на середину лютого 2022 року мінімальний розмір страхового платежу складав приблизно 120–150 тисяч доларів США, а максимальний розмір страхового відшкодування був обмежений лімітом 10 млн доларів [2].

В підсумку, категорія воєнних ризиків демонструє достатньо високу гнучкість і підприємницьку мобільність поряд із завищеним рівнем сформованої загрози для більшості підприємств.

Друга передбачувана категорія ризиків з якими ще доведеться зіткнутись підприємцям, – поствоєнні ризики, для дослідження яких наразі відсутній досвід та поле для спостереження.

Варіативним підходом може стати вивчення досвіду відновлення та відбудови економіки країн Югославії, після воєнного конфлікту 90х років минулого століття. Зазначимо, що програму післявоєнної реконструкції Боснії і Герцеговини, у цілому, було визнано успішною. Реальний ВВП збільшився на 22,9% у 1997 році, на 13,8% у 1998, на 10,8% у 1999 і на 4,4% у 2000 році.

Суттєвими макроекономічними проблемами Боснії і Герцеговини, на які програми зовнішньої допомоги мали мінімальний вплив, стали: високий рівень безробіття (понад 30%), зростаючий неформальний сектор економіки, низький рівень внутрішніх інвестицій та заощаджень (від 1% до 3% ВВП). Також слабким місцем програми економічного відновлення відносимо слабкі темпи відновлення промислового виробництва та обмежені можливості для працевлаштування демобілізованих з армії та біженців, які поверталися на батьківщину; і це одна з багатьох відкритих тем для вирішення у повоєнний період в Україні.

Вагомими причинами стану загрози пост воєнних ризиків були недооцінка ролі промисловості в економічному відродженні країни, незастосування інструментів відновлення і реструктуризації промислових підприємств, поганий бізнес-клімат і слабка динаміка внутрішніх інвестицій. Крім того, суттєві прогалини програми відбудови у Боснії і Герцоговині пов'язувалися із слабкістю інституційних механізмів розвитку малих і середніх підприємств.

Таким чином, програма післявоєнної реконструкції для України мала б передбачати застосування спеціальних інструментів відновлення і модернізації промисловості, як ключової сфери для генерування потоку доходів і збільшення зайнятості населення. Саме такий підхід гарантуватиме створення механізмів самопідтримуючого економічного зростання та генерування нових робочих місць у післявоєнній економіці.

Практична реалізація такої цільової установки передбачає, перш за все, наявність джерел дешевого кредитування підприємств для закупівлі основних фондів, технологій, управлінських ноу-хау і т.п. [3].

Розглянуті види ризиків не передбачають управлінських рішень, спрямованих на зниження ймовірності виникнення несприятливого результату та мінімізацію можливих втрат, спричинених їх реалізацією. Ймовірність подій, в результаті яких можуть статися позитивні, нейтральні або негативні наслідки, надто невизначена для формування конкретного портфелю заходів. Частина досвіду роботи

з воєнними та пост воєнними ризиками доведеться українським підприємцям вивчати і реалізовувати в оперативному режимі.

Література:

1. В Україні продовжує працювати 90% підприємств. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/04/19/685976/>.

2. Чи можливе страхування від воєнних ризиків? URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/212501_chi-mozhlive-strakhuvannya-vid-vonnikh-riziky.

3. Післявоєнна відбудова: уроки з досвіду Балкан. URL: https://biz.censor.net/columns/3330248/pislyavoyenna_vidbudova_uroky_z_dosvidu_balkan.

PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ELEVATORS

Oksana Domina, Assistant Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine;
University of Helsinki
Helsinki, Finland

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-27>

MARKETING DEVELOPMENT IN UKRAINE AND FINLAND DURING THE WAR: HISORICAL PARALLE¹

Today, Ukraine is standing up for its right to exist as a country, nation and sovereign state. The economy is under the pressure of a full-scale war: destroyed infrastructure, enterprises, entire industries. That is why marketing as a general concept of modern business management is a basis for the country's recovery. Higher education institutions (hereinafter referred to as the HEI), together with the state, business, civil society actors, foreign partners have become the nucleus of innovative ideas and the future prosperity of Ukraine. It is important to understand at what stage Ukrainian marketing is today, its characteristics and study the similar experience of other countries to make the most efficient use of available resources and to implement new marketing practices.

As professor Alla Starostina points out, the fifth stage of marketing development in Ukraine (2017–2022) is related to strengthening the competitive position of the national and regional schools of marketing in the face of today's complex challenges. The main characteristic features of this stage are implementation of higher education standards in marketing, launching of a new education quality assessment system, strengthening student-centered approach to the educational process, implementation of new forms of interaction with real business, strengthening transparency of educational activities, introduction of new courses, innovative interactive technologies into the educational process.

¹ This study is a part of the “Establishment of marketing scientific school in Ukraine and Finland” research project funded by the Finnish Society of Science and Letters.

Therefore, marketers representing modern science and consulting, faced new strategic tasks not just to spread knowledge, but to unite the efforts and professional skills for the further development. As a result, a new NGO "Ukrainian Union of Marketing Experts" was established in 2019, covering 14 regions of Ukraine, representatives of HEI in the field of marketing and leaders of modern international business [2; 5, p. 15].

On the other hand, qualitatively new characteristics appear, which are under by the influence of such factors: Russian invasion, increasing significance of political and legal factors, irrational consumer behavior, aggravation of energy and food problems, etc.

The modern stage of marketing development in Ukraine is influenced by one of the most terrible "factors" – war, that dramatically changed the vector of Ukrainian marketing, shifted the focus on survival and personal contribution to victory. Negative influence is manifested in the following processes: destruction of human capital, destruction of HEI and subjects of economic activity throughout the whole territory of Ukraine, strengthening of hybrid information war, etc.

In this context, Finland was chosen as a country that had in its history the experience of marketing development during wartime period. This Nordic country remembers well the Winter War (or Soviet-Finnish War) that started in 1939 when the USSR attacked Finland. But this brave country did not give up, demonstrated to the world what courage and unity are.

As Sari Haavisto outlines, the history of the Finnish marketing industry was divided into seven periods, during which certain narratives reflected in the industry's operating methods and development have prevailed. The research shows what a significant role the marketing sector has played in Finland's economic growth and in the development of society and focuses on the development of advertising and media agencies from 1883 to 2020.

The period we are interested in is the third stage (1939–1944) and the beginning of the fourth stage (1945–1970), which depicts wartime in Finland (The Winter War, The Continuation War, The Lapland War). The admen's (first marketing practitioners) tasks included military correspondence, organizing, and writing propaganda speeches, photographing, and drawing or filming the war and soldiers, writing articles, and producing flyers. This six-year period demonstrates the time that the agencies had to do business in a vastly different, wartime planned economy environment. As products became unavailable, the agencies had to attune their core business capability from creating advertising that assured sales, to protecting the goodwill of the company, ensuring the

brand name and what is more important being truthful with customers despite everything.

One key strategic change was the shift to accentuating the long-term benefits of advertising through goodwill, and how companies should find ways to help their customers. A second change was the propaganda planning and executions that were needed. Advertising had already proven its capability and power as an economic force. It became relevant to convince business and the government that propaganda had the power for enlightenment [1].

Other main features of marketing development during the wartime in Finland are:

- strengthening the activities of associations and creating the new ones (Propaganda Association, Finland Advertising Association, Finnish Association of Advertising Agencies). Special attention was paid to the issues of propaganda, patriotism, and education.

- reinforcing long-term cooperation with Nordic countries (joint projects, humanitarian help).

In conclusion, it's absolutely evidential that history matters, and the knowledge of history can help to use marketing during wartime effectively. We can identify such general recommendations for marketing industry in Ukraine. Firstly, the market and product strategy of the enterprise should be based on patriotism and consolidation of Ukrainian society. Secondly, it is important to aim for long-term cooperation with foreign partners, not to be limited to short-term projects during the war, because this is necessary not only for the enterprise recovery, but also for the entire country in general. Thirdly, strengthening the activities of non-government organizations in the field of marketing as an additional factor of unification and preservation of scientific potential.

References:

1. Haavisto, Sari (2021). Evolution of Marketing Thought and Practice - History of the Finnish Marketing Industry 1883–2020. Aalto University Publication Series. BUSINESS+ECONOMY, 736 p.

2. Official website NGO «Ukrainian Union of Marketing Experts» URL: <https://omu.marketing>.

3. Starostina, Alla, Domina, Oksana (2022). Formation of marketing in Ukraine: specifics, stages, scientific schools, problems and prospects of development: 30 years of Independence: achievements and prospects of marketing in Ukraine: a monograph / for general. ed. A. O. Starostina. Kyiv: Interservice, 339 p.

Nataliia Korz, Doctor of Economic Sciences, Professor
Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-28>

DIGITAL COMPETENCIES: CHALLENGES AND REALITIES OF RECRUITING

ЦИФРОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА РЕАЛІЇ РЕКРУТИНГУ

З розвитком штучного інтелекту виникає ситуація, коли цифрові трансформації набувають масового характеру, а система професійної освіти та система ринку праці не перебудовані. На цьому фоні можна спостерігати одночасно дефіцит кадрів певних професій/кваліфікації та проблеми безробіття. Це вимагає від працівників термінового придбання цифрових компетенцій та постійний їх розвиток протягом професійного життя.

До необхідних цифрових компетенцій, які стосуються всіх працівників можна віднести такі: аналітичні дані та робота з великими даними, гнучке мислення, креативність, мультизадачність, трансдисциплінарність. Для менеджерів – це систематизовані знання щодо основ цифрової економіки, гібридні трансдисциплінарні управлінські компетенції, організація командної роботи та отримання синергетичного ефекту за рахунок використання різноманітності та можливостей колективної праці, орієнтація на прибутковість з урахуванням кібер-безпеки.

Важливе значення забезпечення кадрами цифровізації економіки, крім навчання, має швидкий і якісний підбір кадрів. При цьому слід зазначити взаємний вплив між рекрутментом та цифровізацією.

У рекрутингових технологіях активно використовуються новітні досягнення в інформаційних технологіях: хмарні технології, аналітика великих даних, машинне навчання, цифрові помічники, штучний інтелект, блокчейн, чат-боти. Можна виділити основні напрямки переходу рекрутингу у цифрову сферу:

- агрегація/уберизація (агрегатори; HR-space, біржі);
- роботизація/штучний інтелект: (створення роботів; Чат-боти);

- автоматизація бізнес-процесів: відео/аудіо інтерв'ю; тестові програми; системи оцінювання;
- HR-аналітика: Big Data; вбудована аналітика; порівняльна аналітика.

Цифровізація економіки є об'єктивним процесом і притаманна більшості світових економік. Однак, Україна ще значно відстає від розвинених країн за основними показниками цифровізації та інформаційно-комунікаційними технологіями, які застосовуються, а також рівнем розвитку цифрових компетенцій у працівників. Крім того, наближається відмирання одних професій і спеціальностей, виникнення інших абсолютно нових, а також зміна змісту вже існуючої праці, і це відчутно ускладнює забезпечення цифрової економіки необхідними кадрами. З цією метою в країні організується навчання для ліквідації цифрової нерівності та формування необхідних цифрових компетенцій.

На даний момент традиційні інструменти набору персоналу зазнають змін та стають сучасними, але є ті, які використовувалися і досі використовуються роботодавцями у всьому світі. Однак цих методів в межах найму та підбору персоналу просто недостатньо для пошуку високо кваліфікованого персоналу в технологічну епоху.

Величезний потенціал штучного інтелекту дозволяє визначити взаємозв'язки, що формують ефективного співробітника, скорочують обсяг рутинних завдань. Сучасні виклики диктують необхідність автоматизації HR-процесів: нестача досвідчених фахівців; необхідність розвитку нових компетенцій у працівників; прагнення стандартизувати HR-процеси; скорочення витрат за управління персоналом; опраєтивність та точність аналітики та прогнозів; необхідність оперативного зворотного зв'язку. І тут, штучний інтелект допоможе змінити такі HR-процеси, як постановка цілей перед співробітниками, пошук та підбір персоналу, індивідуальна мотивація. І хоча зараз на ринку «розумних» HR – технологій представлено безліч автоматизованих програм: HRM, TMS, LMS та інші, можна сказати, що український ринок HR-технологій розвинений досить слабо. Лише великі компанії можуть дозволити собі запровадити автоматизоване програмне забезпечення, за допомогою якого не лише можна залучити та розвинути таланти в організації, а й побудувати довгостроковий план розвитку людських ресурсів. Розглянемо приклад АТ КБ «ПриватБанк».

Роботизацію та впровадження методів машинного навчання та штучного інтелекту КБ «ПриватБанк» почав трохи пізніше, ніж

автоматизацію HR-процесів. Проте, вже є розроблені продукти, які показали свою ефективність, як то – застосування чат-ботів для вирішення різноманітних HR-запитів. Більшість чат-ботів інтегровано у спільні програми для всіх співробітників Банку, наприклад, Success Factors, SAPHR або їх мобільні версії. Чат-бот може допомогти відповісти на питання розрахунку премії, лікарняного, розрахункового листа, та багато інших питань усіх категорій співробітників. Так, чат-бот активно застосовується у програмі реферального рекрутингу «Мій кандидат». Він допомагає адміністратору реферальної програми не відповідати на питання рекомендацій, що повторюються.

Одна із систем, що допомагають оптимізувати процес пошуку та підбору на масові вакансії, Інтелектуальна Система Управління була впроваджена у 2017 році. Крім того, «ПриватБанк» запровадив систему Skillaz – це база в якій відбувається пошук та підбір персоналу на масові вакансії Банку (оператор кол-центру, консультант відділень, менеджер з продажу тощо). У цій системі кандидати проходять відео-інтерв'ю з ботом, записуючи на камеру свої відповіді на запитання про досвід роботи, освіту, навички та бажання. Ця система аналізує відео-інтерв'ю та пропонує рекрутеру певну вирву кандидатів для подальшого рішення про найм.

Наразі HR-департамент КБ «ПриватБанк» розробляє новий автоматизований та роботизований продукт під назвою MARHR (маркетинг у HR). Ця система розробляється в межах редизайну (удосконалення за певними кроками проекту) каналів залучення кандидатів. MARHR допоможе скоротити час рекрутера на пошук оптимального каналу залучення, а також скоротити ймовірність помилки та зайвих витрат.

Одним з основних автоматизованих ресурсів компанії КБ «ПриватБанк» є система SAP Success Factors, яка допомагає оптимізувати роботу не тільки HR-фахівців, а й усіх співробітників Банку, а також кандидатів. Зараз у Банку вже оптимізовано такі HR-процеси, як пошук та підбір кандидатів, адаптація та навчання співробітників, hr-аналітика, розрахунок мотивації та стимулювання персоналу, управління ефективністю персоналу, залученням, кар'єрним та особистісним розвитком співробітників та багато інших функцій HR. З аналізу чинних автоматизованих додатків у HR-департаменті КБ «ПриватБанк», можна зробити висновок, що впровадження системи оптимізації графіка співробітників принесе прибуток, скоротивши зайві витрати.

Слід зазначити, що це далеко не повний перелік роботизованих програм КБ «ПриватБанк» у сфері HR, зараз активно ведуться розробки власних методів машинного навчання та ШІ, а також щодня аналізується ринок на предмет можливої інтеграції таких систем у діяльність HR-департаменту КБ «ПриватБанк». На прикладі запропонованого кейсу WFM від оператора МТС можна аналізувати потребу в тайм-слоті на кожне відділення Банку, визначаючи потребу у кількості консультантів, менеджерів з продажу та інших масових позицій відділень. Запланований результат, скорочення часу клієнтів на чергу, підвищення задоволеності роботи відділення, зниження навантаження одного працівника при зростанні виручки, оптимізація витрат фонду оплати праці. А для більш ефективного підбору креативних фахівців можна використовувати інтерактивні ігри із завданнями для кандидатів, уникаючи звичайних співбесід.

Безперервний розвиток співробітників є пріоритетним напрямком HR, тому HR-службі КБ «ПриватБанк» можна запропонувати побудувати систему навчання через інтерактивні ролики за участю справжніх співробітників Банку, 3-D моделювання ситуацій та VR-технологій.

Таким чином, можна відзначити, що на українському ринку впровадження розумних технологій відбувається в основному великими компаніями з чисельністю персоналу понад 15 000 співробітників, у той час як зарубіжна практика показує впровадження ШІ та автоматизованого програмного забезпечення у компаніях чисельність персоналу яких не досягає й 100 людей.

Література:

1. How Can Artificial Intelligence Work for HR? URL: <https://www.shrm.org/ResourcesAndTools/legal-and-compliance/employment-law/Pages/How-Can-Artificial-Intelligence-Work-for-HR.aspx>.
2. Korzh N. Recruiting 4.0: transformation in conditions of digitization and generational change. *Modern scientific strategies of development : collective monograph* . Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2022. P. 82–103.

Oleksandra Lutsenko, Senior Professor
at the Department of Marketing and Advertising
Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-29>

INTERNET ADVERTISING AS A MEANS OF PRODUCT PROMOTION

РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ

Сучасні реалії життя продукують цифровізацію бізнес-середовища. Для ефективної роботи, підприємець змушений боротися за споживача, шукати нові, ефективніші форми комунікації з клієнтами. Такою формою є Інтернет-середовище, яке прогресивні підприємства активно використовують для пошуку нових методів, способів збуту, просування товарів та оптимізації своєї маркетингової діяльності вцілому. Із поширенням високошвидкісного доступу до Інтернету серед населення почався занепад традиційної реклами.

Розробка комунікаційної стратегії повинна базуватися на індивідуальному підході до кожного підприємства з урахуванням його цілей, ринкової позиції, маркетингової політики, можливості використання різних комунікаційних каналів та інших факторів.

Головна перевага реклами в Інтернеті – можливість швидкого донесення інформації про продукт або послугу цільовій аудиторії без географічних кордонів. Окрім того, можливість чіткого орієнтування і вимірювання результатів дозволяють оптимізувати маркетингові бюджети і вибудувати оптимальний процес продажів.

За версією компанії Kantar, станом на червень 2022 р. в Україні, найбільш поширеними ресурсами для онлайн продажів були:

- «Google.com.ua» (google.com.ua) – пошуковик та мультисервісний портал (українське представництво) – 91,1%;
- «YouTube» (youtube.com) – відеохостинг – 68,9%;
- facebook.com – соціальна мережа – 45,3%;
- rozetka.com.ua – інтернет-магазин – 36,5%;
- «OLX» (olx.ua) – сайт безкоштовних оголошень – 35,1%;

- prom.ua – онлайн-майданчик для роздрібно́ї та гуртової торгівлі товарами й надання послуг – 32,4%;
- instagram.com – соціальна мережа – 25,5%;
- epicentrk.ua – електронна пошта для корпоративних клієнтів – 22,6%;
- allo.ua – інтернет-магазин, маркетплейс та дистрибу́ція електроніки – 13,1% [3].

Ми можемо типологізувати Інтернет-рекламу за різними підходами. Перш за все, це за моделями ціноутворення. У більшості випадків їх використовують дві: CPM або ціна за тисячу показів та PPC або оплата за клік [2].

CPM або ціна за тисячу показів. Оплата за таку рекламу розраховується залежно від кількості показів оголошення в Інтернеті, незалежно від того, переходили по ньому користувачі чи ні. Серед переваг цієї моделі: дешевизна, можливість прогнозування бюджету, гарантія показу оголошення у кількості, за яку клієнти заплатили. Недоліки, які варто відмітити: покази не гарантують переходу за посиланням і відповідно залучення нових користувачів, також важко спрогнозувати обсяг трафіку.

PPC або оплата за клік. Тут оплата здійснюється лише у тому випадку, коли користувач натискає на оголошення і переходить на сайт чи сторінку соціальної мережі. Тобто, оплата виконується за фактом переходу. Переваги: кількість переходів легко відстежити, менший ризик перевитрати бюджету, можливість таргетингу за широким спектром параметрів. Недоліки: вартість кліка зазвичай формується на підставі «аукціону» між рекламодавцями, що в висококонкурентних сферах може зробити вартість залучення користувачів дуже дорогим та не гарантує здійснення конверсійного дії з його боку.

За місцем розташування рекламу можна виділити 5 основних видів:

SEO – органічний комплекс заходів, які вживаються з метою збільшення видимості сайту в пошукових системах за ключовими словами пошуку для забезпечення зростання трафіку на сайті. Це не просто реклама, а масштабне просування бізнесу через Інтернет-платформи. Одна з основних характеристик – довгострокова перспектива появи у перших рядках пошукових систем.

Контекстна реклама – оголошення підлаштовуються під інтереси користувача. Такі оголошення можуть показуватися як в рядку пошукової системи, при введенні користувачем певного запиту, так і

на сайтах, які входять в партнерську мережу провайдера. Плюс контекстної реклами – це чітке планування бюджету рекламної кампанії.

Медійна або банерна реклама. Крім прямого розміщення, медійна реклама доступна для використання і в Google AdWords. Ви можете бачити її на будь-яких сайтах чи пустих місцях певної сторінки.

Оплата, в даному випадку, здійснюється за покази. Крім того, тут найбільшою проблемою є блокери реклами, що часто використовуються сучасними користувачами. Добре підходить для підвищення впізнаваності та позиціонуванні бренду, виведення на ринок нового продукту, або, ремаркетинг, просування певних товарів та послуг, що відповідають сайту рекламодавцю.

Тизерна реклама. Досить специфічний вид реклами, суть якого в складанні і показі цільовій аудиторії оголошень з певними тригерами, що звернуть увагу користувача на саме цей продукт або послугу. Основна мета – привернути увагу користувача, залучення нових клієнтів. З огляду на особливості формату, тизери активно використовуються для просування товарів, який характеризується емоційним попитом.

Реклама в соціальних мережах. Тобто таргетована реклама, що задається відповідними параметрами. Тут спрацьовує фактор ідентифікації користувачів самими системами соціальних мереж. В соціальних мережах можлива оплата за кліки, покази або певну цільову дію (підписку, вподобання тощо). Соціальні мережі, зокрема FB надає дуже прогресивний та повний інструмент перегляду та аналітики статистики. Звідси Ви також можете керувати просуванням в інших соціальних мережах [1].

Просування в Instagram, що є соціальною мережею із додатками, повністю орієнтованою на фотоконтент. Деякий час тому користувачі отримали змогу додавати ще й короткі відеоролики (до 1 хв.). Варто наголосити, що Instagram є однією з найперспективнішими для просування бізнесу соціальних платформ. Разом із зростанням кількості користувачів мережі простежується висока залученість брендів.

Важливе місце в сучасній рекламній стратегії будь-якого підприємства посідає розвиток відео-контенту. Велика частина провідних маркетологів світу визнають, що відео-контент є найбільш рентабельним, з точки зору інвестицій. Такий засіб просування своєї фірми чи товару дозволяє встановити інтерактивний зв'язок із потенційними клієнтами.

Г. Ляшенко та Р. Моткалюк аналізують найцікавіші з точки зору нового комунікаційного середовища інструменти Інтернет-маркетингу, які можна використовувати для вирішення завдань у різних складових комплексу маркетингу [3].

1. Важливими інструментами інтернет-маркетингу є створення та розробка власного сайту. З його допомогою можна значно покращити економічні показники, наприклад збільшити продажі, покращити пошук цільової аудиторії, тобто релевантних потенційних покупців.

2. Після визначення цілей і завдань сайту надзвичайно важливою є структура та дизайн і, напевно, 60% успіху забезпечує підбір цільової аудиторії та реклама.

3. Одним з найважливіших інструментів Інтернет-маркетингу є реклама. Інтернет-маркетинг, як і класичний маркетинг, складається з аналізу попиту та реклами.

Таким чином, Інтернет-маркетинг дає можливість новим підприємствам знайти своє місце на ринку, підвищити конкурентоспроможність та ефективність існуючих вітчизняних підприємств. Використання базових інструментів реклами в Інтернеті, як правило, не вимагає від підприємств значних фінансових ресурсів, але змінює продуктивні підходи до клієнтів. Інформаційні технології дають змогу значно збільшити цільову аудиторію та ефективно задовольняти потреби споживачів, що в результаті збільшує прибуток підприємства.

Література:

1. Афанасьєва О. П. Інтернет-маркетинг. Опорний конспект лекцій. Харків, Харківський державний університет харчування і торгівлі, 2019. 42 с.

2. Луценко О. І., Цимбалюк К. В. Інтернет-реклама як основний чинник просування товару в сучасних умовах. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки»*. 2021. № 6. Том 1. С. 288–293.

3. Ляшенко Г. П., Моткалюк Р. В. Інтернет-маркетинг та його інструменти. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. 2013. № 3 (62). С. 59–65.

4. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків : Вид-во “Ранок” : Фабула, 2019. 240 с.

5. Рейтинг популярних сайтів за червень 2022 | Kantar Україна. Kantar Україна. URL: <https://cutt.ly/PVaNhPN> (дата звернення: 19.09.2022).

Natalya Tubaltseva, Doctor of Economics, Associate Professor
Natalia Hryshyna, Doctor of Economics, Associate Professor
Elizaveta Avramenko, Student
National University of Shipbuilding
named after Admiral Makarov
Mykolaiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-30>

THE IMPACT OF DIGITIZATION ON THE SERVICE SECTOR DEVELOPMENT

Every day, the service sector is becoming more and more important for the economic development of many countries. The transition of the world economy from agriculture to machine production took place over many centuries, but the development of the service sector is much faster. The world is in the midst of radical changes, which indicate an increase in the influence of the service sector and the digitalization processes of many industries. The level of the service sector development affects the quality of life of the population. In many countries, the volume and composition of service services is constantly increasing and expanding.

The service sector is also distinguished by a different nature and structure of investments, a different composition of the workforce (more than 2/3 of finance and labour are involved in the service sector). In recent decades, there have been not only shifts in the sectoral structure of the world economy, but also a significant increase in the share of the population employed in the production of services. In many countries of the world, this indicator exceeds the corresponding value for industrial production. Thus, the largest share of people employed in the service sector in 2015 was in Luxembourg (80% of the employed population), the USA (79%), the Netherlands (77%), Great Britain (76%), Sweden (76%), Australia (75%), Canada (75%), France (74%), Belgium (73%), Denmark (73%) and some other countries [1].

Digitalization has had a large-scale impact on service enterprises and has completely changed them in many types of services. As part of the digitization of the service economy, the key approaches to customer service are changing:

- with the help of digital Internet technologies, the client finds the service he needs and its provider;

– forms and sends a request for receiving a service; - pays for the service and receives it.

Information technologies radically change the way many services are provided, destroy national barriers and borders, and create a different reality. Entire service sectors – from banking to accounting and computer programming – can now be carried out anywhere in the world and delivered to consumers in seconds [2].

Digitalization processes are especially relevant for tourism infrastructure. Trade and transport companies, enterprises of the tourism, hospitality and public catering industries got the opportunity to expand the target audience and improve the quality of service. Many hotels use interactive maps that allow you to learn more about attractions, provide guests with games in augmented reality mode.

The constant growth of the number of consumers of tourist services during the formation of the information society, the formation of digital reality leads to the improvement of service. In order to obtain accurate statistical data on tourist visits to the Odesa region, the regional authorities have launched a pilot project on monitoring the flow of tourists using Big Data technologies. Without this, it is difficult for the city authorities to sum up the results of the season and implement a new program to ensure greater attractiveness of the region. If previously there were enough statistical data on the number of tourists served by tour operators and travel agents, today the number of people who seek help in organizing recreation has decreased. Recently, there has been a trend towards individual travel planning with the help of digital technologies.

In Odesa region, a pilot project on monitoring the flow of tourists using mobile communication has started since 2016. The operator's network allows you to track where the subscriber came from. So, last year, the largest flow of tourists in the region in the «Kyivstar» network was from Kyiv, Mykolaiv and Vinnytsia regions (in total – more than 40% of the domestic flow), and Russia is still the leader among tourists from foreign countries. Monitoring allows you to see where tourists were most of the time – for example, in Odessa, Zatoka or other resorts. Based on this data, it is possible to understand which specific places are in demand and need more detailed attention [3].

Big data makes it possible to understand in which regions of the region the tourist brand needs to be adjusted and strengthened, to change marketing actions and work with tour operators to increase the tourist attractiveness of the region. The fact that a similar project will be

implemented in the Kherson and Vinnytsia regions shows how relevant and timely this project is.

In addition, Big Data technology makes it possible to analyze population migration in the country, as well as to assess the situation and existing problems and predict the future load on the infrastructure of the city and region. The long-term collection of big data and their analysis allows not only to assess the situation and see existing problems, but also makes it possible to make a forecast for the future - what will be in demand among the population, where the load on the infrastructure will increase and what can be done to solve these tasks in the most rational way.

Conclusion. The processes of digital transformation are the driving forces that stimulate the development of the service sector. Enterprises in the field of services, which strive to develop stably and maintain stable competitive positions, must necessarily follow modern trends in digitalization of business and develop modern technologies of Internet communications. They should take into account in their marketing strategies objective trends related to both 1) the development of digital technologies and 2) modern features of purely communicative influence on customers, the impetus for which is given by the possibilities of using the Internet.

References:

1. Cherevychko T. V. Turyzm v kontekste ynfornatsyonnoi ekonomyky [Tourism in the context of the information economy]. Available at: https://tourlib.net/statti_tourism/cherevichko2.htm (accessed: 09.11.2021).
2. Kysylev V. V. Sfera uslug v postynderstryalnom obshchestve y tendentsyy ee razvytyia [The sphere of services in the post-industrial society and trends in its development]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sfera-uslug-v-postindustrialnom-obshchestve-i-tendentsii-ee-raz> (accessed: 12.09.2022).
3. Hlushchenko N. More dannikh: kak Odesskaia oblast razvyvaet turyzm s pomoshchiu Big Data [Sea of data: how Odessa region develops tourism with the help of Big Data]. Available at: <https://ain.ua/special/big-data-in-odessa/> (accessed 12.09.2022).

CROSS-BORDER COOPERATION, DECENTRALIZATION AND REGIONAL ECONOMICS

Iryna Allahverdiyeva, Postgraduate Student
Mykolaiv National Agrarian University
Mykolaiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-31>

AGRICULTURAL INSURANCE AS A CONDITION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS OF THE REGION: THEORETICAL CONCEPTUALIZATION

АГРОСТРАХУВАННЯ ЯК УМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ РЕГІОНУ: ТЕОРЕТИЧНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ

Аграрний сектор займає ключову роль в економіці України, забезпечуючи 9% ВВП, 18% зайнятості суб'єктів господарювання та 6% податкових надходжень [3]. Агросектор відіграє ключову роль не лише у вітчизняній економіці. Україна є одним із лідерів з виробництва та експорту багатьох видів сільськогосподарської та харчової продукції у світі. Попри те, що Україна є лідером в експорті низькомаржинальних продуктів, в країні є кейси успішного розвитку переробної галузі (соняшникова олія, курятина). Проте, існуючий вітчизняний агропотенціал використовується не в повній мірі. Страховий захист сільськогосподарського виробництва є оптимальним способом забезпечення безперервності, збалансованості й стабільності розвитку аграрного ринку, що сприятиме сталому розвитку сільських територій [8].

Різні аспекти функціонування такого важливого фінансового інструмента, як агрострахування, досліджувалися низкою вітчизняних та закордонних вчених та практиків. Так, Слободянюк О. В. зазначає, що агрострахування – це первісний механізм управління сільськогосподарськими ризиками, який забезпечує баланс інтересів усіх сторін або учасників: аграріям – захист прибутків при втраті врожаю, кредиторам – повернення кредитів, узятих на сільськогосподарські потреби, державі продовольчу безпеку [11, с. 28].

Існує точка зору про те, що агрострахування є дієвим інструментом, який дозволяє компенсувати фінансові втрати від погодно-кліматичних чинників та інших несприятливих подій, під час здійснення економічної діяльності в сільському господарстві [1, с. 176].

Серед науковців домінує наукова позиція про те, що дизайн систем агрострахування має бути таким, у якому б забезпечувалась прозорість ухвалених рішень із залученням державних органів, страхових компаній та виробників сільськогосподарської продукції [10, с. 215].

Зважаючи на доцільність аграрного страхування, О. Панченко, А. Шоломій зазначають, що організація страхового захисту сільськогосподарських підприємств убезпечит їх від можливого ризику втрати посівів, врожаю, а значить і своїх доходів [3, с.119]. Таку ж думку підтримують В. Шебанін, Ю. Кормишкін. Науковці відносять агрострахування до основних складових інфраструктурного забезпечення розвитку аграрного підприємництва [7, с. 9].

Л. Тулуш, О. Прокопчук наголошують на тому, що ключова роль у системі агрострахування належить державі, яка повинна забезпечити умови для узгодження інтересів інших учасників системи, та відповідно, консолідацію їх зусиль [8, с. 62].

Формат державно-приватного партнерства на ринку аграрного страхування використовується за умов прояву ініціативи держави, місцевих органів влади та/або об'єднаних територіальних громад щодо їх співучасті з приватним сектором у сегменті аграрного страхування. У світовій практиці застосовуються різноманітні механізми державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції у вигляді: субсидування страхових премій, страхових виплат та перестраховування; фінансування розробки страхових продуктів, а також освітніх та інформаційних заходів, навчання, сертифікація та оплата послуг експертів з урегулювання збитків; компенсація адміністративних витрат страховим компаніям [2, с. 252]. В Україні донині використовувався лише єдиний з перелічених механізмів державної підтримки – це субсидування страхових премій. Зрозуміло, що наведені заходи будуть ефективно впроваджуватись лише за достатнім рівнем ресурсів з державного бюджету, повною віддачею з боку аграрного сектору та вітчизняних страхових компаній, які мають згуртуватися для подолання даних проблем.

Беручи до уваги економічні труднощі нашої країни на сьогоднішній день та неспроможність держави одразу забезпечити

серйозною фінансовою допомогою вітчизняних аграріїв, варто запропонувати ще один дієвий механізм, ефективність якого, як і державної допомоги, також підтверджена практикою інших країн – створення товариств взаємного страхування. Це є альтернативою страхування з державною підтримкою для аграрних підприємств. Дані товариства об'єднують сільгоспідприємства, які бажають самостійно ліквідувати колективними зусиллями наслідки настання несприятливих подій.

Отже, ключова роль у системі агрострахування належить державі, яка повинна забезпечити умови для узгодження інтересів інших учасників системи, та, відповідно, консолідацію їх зусиль. Обґрунтовано, що напрямами розвитку ринку агрострахування в Україні можуть бути: по-перше, створення товариств взаємного страхування та кооперативів, що дасть змогу найбільш повно врахувати конкретні потреби членів товариства; по-друге, відновлення державно-приватного партнерства, що сприятиме для клієнтів страхової компанії формуванню різноманітних джерел покриття витрат на страхування, відновленні довіри до страхування як інструменту локалізації ризиків та підвищенні надійності отримання страхового відшкодування у разі настання страхової події.

Література:

1. Бондаренко Н. В., Власюк С. А. Реалії та перспективи розвитку агрострахування в Україні. *Університетські наукові записки*. № 66. С. 272–280.
2. Віленчук О. М. Аграрне страхування в Україні: парадигма становлення та стратегія розвитку: монографія, 380 с.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.
4. Панченко О., Шоломій А. Розвиток агрострахування в Україні: проблеми та перспективи. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 1 (9). С. 118–126.
5. Слободянюк О. В. Інституційна модель страхового ринку України та фінансові механізми його розвитку : Монографія. DDMA. Херсон : Видавництво «Гельветика». 2017. 392 с.
6. Тулуш Л. Д., Прокопчук О. Т. Ринок агрострахування в Україні: тенденції та перспективи. *Економіка АПК*. 2018. № 8. С. 55–67.
7. Шебанін В. С., Кормишкін А. Ю. страхування – як складова інфраструктурного забезпечення розвитку аграрного підприємництва. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. № 2. С. 3–10.
8. Шірінян Л. В., Климаш Н. І. Новітні виклики і тенденції розвитку ринку агрострахування в Україні. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка»/ Острого : Вид-во НаУОА. 2018. № 11(39). С. 155–162.

ECONOMICS OF NATURE USE AND MODERN PROBLEMS OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

**Vladyslav Palamarchuk, Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor**

**Olga Vasilishina, Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor**

*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-32>

PROSPECTS FOR THE TRANSITION OF FARMS TO ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ENERGY SOURCES

ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕХОДУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ НА ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ

Зважаючи на нестабільність стану ринку енергоносіїв і перспектив стрибків цін на викопні джерела енергії, все більш гостро постає питання використання альтернативних джерел енергії. Вони дають можливість бачити реальні перспективи розвитку фермерського господарства, зменшують інвестиційні ризики за рахунок невичерпності відновлюваної енергії, дають можливість зняти пряму залежність цін на продукти харчування від цін на енергоносії, зокрема такі як нафта і газ. Більш стійкі та передбачувані витрати на роботу фермерських господарств дають змогу отримувати стабільний прибуток і бачити довгострокові перспективи роботи і розвитку сільськогосподарських підприємств.

Використання передових технологій на фермерських господарствах дає можливості отримання високих прибутків і якісної харчової продукції, яка є найголовнішим завданням роботи агропромислового комплексу будь-якої країни. В реаліях сучасного цифрового світу, автоматизації технологічних процесів і використання робототехніки у фермерів змінився стиль мислення,

тепер вони намагаються бути на крок попереду своїх конкурентів та шукати нове застосування високим технологіям.

Сільськогосподарський сектор в Україні завжди був одним із найбільших за кількістю інвестицій. Це один з найбільш прибуткових видів бізнесу, але в той же час такий, що вимагає повної віддачі і детального розрахунку витрат та доходів. На фермах є безліч енергозатратних процесів, таких як: полив, освітлення, опалення та інші, а тарифи на електроенергію постійно зростають [1].

Створення автономного енергозабезпечення ферм за допомогою сонячної електростанції, що дозволить значно скоротити витрати на електроенергію і гарантувати безперерйну роботу сільськогосподарських угідь протягом всього року. Крім обслуговування основного електрообладнання на ділянці (полив і освітлення), сонячні панелі можна використовувати для забезпечення енергією суміжних процесів на фермі, таких як: вентиляція будівель (наприклад, елеваторів); робота обладнання для обігріву приміщень з худобою; робота різних агрегатів для заготівлі кормів, сумішей; робота сушильних конвеєрних агрегатів, зокрема інфрачервоних сушарок для зерна; робота обладнання для автоматизації технологічних процесів.

Сонячна енергія є чистим і необмеженим ресурсом для сільського господарства. Його використання дає можливість заощадження фінансових вкладень, підвищує самостійність і незалежність господарства від зовнішніх факторів і постачальників, та й поза всяким сумнівом зменшує забруднення навколишнього середовища. В сонячних регіонах використання сонячних батарей у фермерському господарстві є безсумнівно економічно ефективним, у більш похмурих і холодних кліматичних поясах їх використання повинно досліджуватися на економічну доцільність, але теж має місце. Більш чутливі батареї, адаптовані під конкретні зональні умови, допомагають у вирішенні і цієї проблеми [2].

Як альтернативу в менш сонячних регіонах можна використовувати для обігріву приміщень або нагріву теплоагента в зерносушарках можна використовувати біогаз, що можна виробляти прямо на фермі. Його отримують з рослин і органічних залишків, які все одно потрібно утилізувати або використовувати в технологічних цілях, щоб зменшити відходи виробництва. Енергія біогазу в сільському господарстві має достатній потенціал, щоб забезпечити значну частину потреб сучасного сільського господарства, даючи енергетичну незалежність, зменшуючи забруднення атмосфери [2].

Постійне дорожчання енергоресурсів і стрибки цін на цьому ринку впливають практично на всі галузі економіки, зокрема, і на сільське господарство, що в свою чергу приводить до зростання цін на продукти харчування. У цій ситуації фермери шукають альтернативних рішень, одним з яких може стати переробка відходів на біогаз та використання сонячної енергії. Це дозволяє господарствам самостійно генерувати енергію, заощаджувати, утилізувати відходи та зменшити обсяг викидів парникових газів. Досвід використання новітніх технологій для переробки відходів та самозабезпечення екологічно чистими джерелами енергії уже мають деякі українські господарства. Деякі з них вже близько восьми років, як відмовилося від газу і використовують для обігріву біогазові станції, які працюють суто на відходах тваринництва без додавання жодних інших субстратів. Близько 10 тис. свиней щодня продукують 80–100 м³ відходів біомаси, з яких виробляється 2,5 тис. м³ біогазу, що дорівнює 80–100 кВт електроенергії. Цього достатньо для забезпечення потреб відповідної свиноферми. При цьому при виробництві біогазу генерується близько 150 кВт теплової енергії.

Також елементом економії ресурсів та підвищення рівня самостійності роботи автоматизованого фермерського господарства є сушіння зібраного урожаю, що є достатньо енергозатратним процесом. Сушіння на спеціалізованих підприємствах зв'язано із витратами на тимчасове зберігання та транспортування зерна до сушарки. Більш вигідним варіантом є потокове сушіння зібраного врожаю прямо на фермерському господарстві на конвєсрних інфрачервоних сушарках, енергію для яких будуть давати сонячні батареї, або у шахтних, тунельних та рециркуляційних сушарках, де нагрівання теплоносія можна забезпечити використанням біогазу із тваринницької ферми.

Для виготовлення якісної харчової продукції потрібно забезпечувати належну якість сільськогосподарської сировини, а для цього потрібно дотримання оптимальних параметрів процесу виробництва. Так, під час сушіння постійно змінюються термодинамічні й теплофізичні властивості зерна, зокрема теплоємність і теплопровідність. Тому необхідно суворо дотримувати рекомендованих режимів сушіння насіння кожної культури залежно від його вологості та цільового призначення. Різні культури потребують індивідуальних підходів до сушіння. Пшеницю висушують за змінних температурних режимів з огляду на якість клейковини. Жито і ячмінь порівняно термостійкі, тому їх зерно

можна нагрівати до 60 °С, за винятком пивоварного ячменю. Пивоварний ячмінь має мати високу схожість, тому для нього максимально допустима температура становить 40 °С – для зерна з вологістю до 19% і 45 °С – з вищою вологістю [3]. Це все зумовлює використання складних систем автоматизації технологічних процесів і застосування сучасного обладнання для забезпечення якості продукції і стабільного підтримання робочих режимів [4]. Це в свою чергу потребує постійних витрат електроенергії, а завданням сучасного фермера є забезпечення продуктивності процесу і раціональної витрати енергоресурсів.

Багато сучасних високотехнологічних компаній, що працюють в сфері сільського господарства показують, як технології можуть давати можливість використовувати невеличкі угіддя для створення ультрасучасних високотехнологічних ферм, які виробляють якісні харчові продукти.

Інвестиції у високотехнологічне оснащення та перехід фермерських господарств на відновлювані джерела енергії дають перспективи розвитку енергонезалежного агропромислового сектору економіки. Для фермерів це дає змогу знизити витрати на електроенергію; отримати незалежність від стрибків цін на ринку енергоносіїв; безперебійну роботу всього електрообладнання та автоматизації технологічних процесів; можливості підвищення врожайності та якості продукції; можливість стабілізувати ринкову ціну свого товару і заробити більше; зробити великий внесок в екологічну ситуацію [5].

Ключовою проблемою є вартість таких проєктів. Для дрібних і середніх фермерських господарств це може бути дороговартісною інвестицією. Враховуючи її екологічну та соціальну складову було б доречно заручитися підтримкою з боку держави, що б дозволило вітчизняному сільському господарству відповідати кращим світовим практикам, бути енергонезалежним, енергоефективним і соціально-відповідальним [6; 7].

Література:

1. Чи вигідні сонячні батареї для сільського господарства. Інформаційне агентство «AgroNews.ua». URL: <https://agronews.ua/news/chy-vygidni-sonyachni-batareyi-dlya-sil'skogo-gospodarstva/>.
2. Сільськогосподарські джерела енергії. Агробізнес сьогодні. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/8367-silskohospodarski-dzherela-enerhii.html>.

3. Сучасні технології сушіння зерна. Журнал практичних порад для агрономів. «Агрономія сьогодні». 2021. URL: <https://agronomy.com.ua/statti/515-suchasni-tekhnologii-sushinnia-zerna.html>.
4. Зацерковний А.В. Автоматизація процесу регулювання мікроклімату в теплиці фермерського господарства : дипломний проєкт бакалавра : 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка. Київ, 2019. 66 с.
5. Сонячні електростанції для фермерських господарств. Solar Garden. URL: <https://www.solargarden.com.ua/sonyachni-elektrostantsiyi-dlya-fermerskyh-gospodarstv/?movaUK=UK>.
6. Лисиця І. Є. Альтернативні джерела енергії як запорука енергетичної безпеки держави : магістерська робота : 073 Менеджмент. Тернопіль. 2018. С. 101.
7. Волошин О. Л. Розвиток альтернативної енергетики в Україні: сучасний стан та результативність механізмів державного регулювання. Університет цивільного захисту України, Харків. 2015. С. 6.

**Natalia Chorna, Doctor of Historical Sciences, Professor,
Head of the Department of Tourism and Hotel
and Restaurant Business**

*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-33>

ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF TOURISM AND POSSIBILITIES OF SOLVING THEM

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Упродовж двох крайніх десятиліть індустрія туризму сформувалася та отримала визнання як найбільша у світі сфера діяльності з надання послуг. Так, у доковідному 2019 р. у сфері туризму був зайнятий кожен 10-ий працівник, сукупний галузевий дохід становив 8,8 млрд дол або 10,4% світового ВВП, а кількість міжнародних туристичних прибуттів сягнула рекордних 1,5 млрд (порівняно з 2018 р., приріст склав 4%).

Під впливом пандемії коронавірусу у 2020 р. галузь зазнала катастрофічних втрат: кількість міжнародних туристів зменшилася на 74%, втрати в експортних доходах склали 1,3 трлн. дол. США, а 100–120 млн. працівників галузі опинилися під загрозою звільнення.

Попри прогнози, згідно яких на цілковите відновлення туристичної галузі слід очікувати не раніше, ніж у 2024 р., вона залишається однією з ключових в обслуговуючому секторі світової економіки, а її вплив на низку суміжних галузей є доволі суттєвим.

На думку швейцарських дослідників, які використовують системний метод дослідження туризму, система «туризм» виникла та існує в рамках трьох взаємопов'язаних суперсистем, – «суспільство», «економіка», «природне середовище», – а її життєдіяльність напряму залежить від стійкості кожної із них. Що стосується впливу розвитку туризму на природне середовище, негативні його наслідки полягають у споживанні природних ресурсів, масштаб якого у центрах масового туризму набуває хижацького характеру, та руйнації природного середовища. Найбільшого навантаження, як відомо, зазнають курорти, лікувально-оздоровчі та рекреаційні зони, в яких здійсню-

ється інтенсивне використання вичерпних та невідновлювальних природних ресурсів. Стихийне та нераціональне використання таких територій породжує низку екологічних проблем, пов'язаних із як забрудненням, виснаженням та пошкодженням лікувальних та рекреаційних ресурсів, так і руйнуванням самих природних об'єктів. У підсумку, має місце скорочення туристичних прибуттів та зменшення дохідності туристичної діяльності.

Як було встановлено міжнародною групою вчених, результати досліджень якої було опубліковано у журналі «Nature Climate Change», туристична галузь спричиняє виділення 8% усіх парникових газів на планеті. Так, проаналізувавши дані про 160 країн у період з 2009 по 2013 рр., було зафіксовано зростання обсягів викидів із 3,9 до 4,5 гігатонн еквівалента вуглекислого газу (carbon-dioxide equivalent, CO₂-e). Серед причин – зростання доходів, завдяки чому люди дозволяють собі далекі поїздки, і, як наслідок, – «вуглецевий слід» продовжує збільшуватися. За оцінками вчених, до 2025 р. цей показник може зрости до 6,5 гігатонн. Найбільший внесок у зростаючий «вуглецевий слід» туризму належить США, причому в обох напрямках: американці багато подорожують, а самі Штати приваблюють туристів з інших країн. Серед «винуватців» небезпечних викидів опинилися також Китай, Німеччина та Індія [1].

Крім інтенсивного забруднення навколишнього середовища, негативний вплив на нього туристичної діяльності проявляється у порушенні природних зв'язків в екосистемах, нераціональному (у ряді випадків безконтрольному) використанні природних ресурсів, зростанню рівня шуму та вібрації, необґрунтованому збільшенні щільності населення у туристичних центрах, втраті традиційних видів діяльності та господарського устрою, зміні місцевої індивідуальності та цінностей [2, с. 26].

Встановлено, що негативний вплив туристичної галузі на навколишнє середовище у наш час найбільше відчувають на собі країни, які розвиваються, а особливо ті з них, які не володіють достатніми технічними та фінансовими можливостями для заповнення використаних туристами ресурсів та видалення вироблених ними побутових відходів. Такі відходи за своїм об'ємом набагато перевершують ті, що утворюються в ході повсякденної діяльності всього населення країни-об'єкта туристичної діяльності. Так, багато чудових куточків світу, із заповідними зонами включно, суттєво постраждали в результаті притоку туристів – любителів

природи, деякі інші – внаслідок будівництва об'єктів та розвитку інфраструктури туристичної галузі [2, с. 27].

Вважається, що проблеми захисту навколишнього середовища мають вирішуватись після економічних. Насправді ж збереження цілісності навколишнього середовища є найважливішою передумовою розвитку туризму, адже лише первозданна природа приваблює туристів та сприяє їхньому повноцінному відпочинку. Руїнування довкілля, разом з тим, призводить до зникнення в регіоні туризму як галузі економіки.

Аби зменшити негативний вплив та збільшити позитивний вплив туризму на навколишнє середовище, необхідним є управління розвитком туризму та чітке його планування. Для управління туристичними потоками з метою збереження екологічної рівноваги слід використовувати інструментарій візитного менеджменту. Візитний менеджмент контролює час поїздок (максимальну тривалість перебування, час відвідувань), види відвідувань (дозволені види спорту тощо), інтенсивність використання регіону (максимальна кількість відвідувачів), ін. та реалізується шляхом прийняття відповідних нормативно-правових актів, інформування населення, підвищення вартості подорожей, ін.

Вирішити проблему, на наш погляд, можливо також за умови формування в туристів, місцевого населення та осіб, відповідальних за провадження туристичної діяльності, екологічного світогляду, адже для того, щоб туризм зберігся, завдання цілеспрямованого захисту навколишнього середовища мають стати важливішими за короточасні інтереси.

Ефективним напрямом подолання негативних наслідків взаємодії туризму з навколишнім середовищем є також розвиток екологічного туризму. На конференції COT на Канарських островах у 1991 р. вперше на рівні високих представників світового співтовариства було зазначено, що екологічний туризм не повинен обмежуватися певними специфічними експериментами, а має стати головним чинником розвитку галузі.

Екологічний туризм є формою активного відпочинку з екологічно значущим наповненням – особливий інтегруючий напрям рекреаційної діяльності людей, що будують свої взаємовідносини з природою та іншими людьми на основі взаємної вигоди, взаємоповаги та взаєморозуміння. Туристи отримують від такого спілкування з природою певний фізичний, психологічний, інтелектуальний та емоційний запас міцності та здоров'я, природа при цьому зазнає

мінімальних оборотних впливів і втрат, а місцеві мешканці отримують соціальні та економічні стимули до раціонального природокористування та збереження природи, а zarazom етнокультурного середовища, традиційного способу життя, культури та звичаїв [3].

Основними центрами розвитку екологічного туризму є охоронювані природні території – земельні ділянки з унікальними, еталонними або іншими цінними природними комплексами та об'єктами, що мають особливу екологічну, наукову, історичну, культурну та естетичну цінність. На території України діють 4 біосферних та 19 природних заповідників, понад 40 національних і 45 ландшафтних парків, 3000 пам'яток природи, 616 ботанічних садів, дендропарків та подібних об'єктів – усього до охоронюваних фондів належить понад 8000 територій, площа яких займає 6% від усієї території України. Відтак, розвиток екологічного туризму в Україні забезпечений потужним ресурсним потенціалом та має сприятливі перспективи для розвитку.

Таким чином, вирішення екологічних проблем туризму вимагає застосування комплексного підходу, що включає в себе сукупність різноманітних заходів, спрямованих на раціональне використання природних ресурсів та охорону навколишнього природного середовища. Для зменшення негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище необхідними, на наш погляд, є:

- 1) реалізація державою політики візитного менеджменту;
- 2) формування у туристів, місцевого населення та осіб, дотичних до провадження туристичної діяльності, екологічного світогляду;
- 3) розвиток екологічного туризму. Останній здатний забезпечити не лише збереження недоторканості дикої природи та реальну фінансову підтримку охороні природи, але й збереження робочих місць та стабільно високих доходів населення.

Література:

1. Вчені виміряли, як туризм шкодить навколишньому середовищу. Помітно. URL: <https://platfor.ma/vcheni-vymiryaly-yak-turyzm-shkodyt-navkolyshnomu-seredovyshhu-pomitno>.
2. Юхновська Ю. О. Вплив розвитку туристичної галузі на навколишнє середовище. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2021. № 1–2 (3–4). С. 25–33.
3. Білецька Г. А. Розвиток екологічного туризму як шлях оптимізації рекреаційного використання території Національного природного парку «Подільські Товтри». *Екологічний вісник*. 2012. № 5. С. 33–34.

DEMOGRAPHY AND SOCIAL POLICY: AN INNOVATIVE CONTEXT

Viktor Harbar, Doctor of Economics, Associate Professor
Larysa Osipova, Doctor of Economics, Associate Professor
Vinnitsia Trade and Economic Institute
State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-34>

SOCIAL PROGRAMS AS A TOOL OF SOCIAL POLICY

СОЦІАЛЬНІ ПРОГРАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Соціальні програми є основним інструментом реалізації соціальної політики. Соціальна програма – це сукупність конкретних проектів, що в загальному є націлені на досягнення стратегічних цілей та вирішення певної соціальної проблеми.

Умовно соціальні програми поділяють на три основні напрями: програми соціального добробуту та забезпечення (так звані програми підтримки доходів населення); соціально-демографічні програми; програми у сфері охорони здоров'я. В багатьох країнах, перш за все тих, що розвиваються, існують спеціальні програми боротьби з бідністю, які є певною комбінацією вищезазначених трьох [3, с. 63].

У формуванні та реалізації соціальних програм можуть брати участь різні суб'єкти, серед яких органи державної влади та місцевого самоврядування, недержавні організації, що функціонують у соціальній сфері. Також суб'єктами цього процесу є законодавчі, виконавчі, суддівські органи влади, які визначають цілі, завдання, пріоритети, нормативно-правову базу соціальної політики та здійснюють безпосередньо практичну роботу з її реалізації.

Успіх реалізації програми значною мірою визначається якістю її розроблення, що залежить від компетенції та професіоналізму розробників, наявності якісної вхідної інформації й використання сучасних методів та інструментів при обґрунтуванні програмних заходів, альтернатив і визначенні очікуваних результатів. Схема

побудови програми в узагальненому вигляді включає такі основні етапи [2, с. 24–27]:

1 етап – визначення та аналіз проблем. Проблеми, на вирішення яких буде спрямована програма, визначаються на підставі теоретичних досліджень. У технології програмування проблеми розділяють на стандартні (добре структуровані, тобто зміна фактору веде до однозначної зміни результативної ознаки); структуровані (тут зв'язки мають кореляційний характер високого ступеня цільності); слабо структуровані (з невисоким рівнем цільності зв'язків); неструктуровані (зв'язок може бути встановлений тільки на основі логічного аналізу);

2 етап – визначення цілей та побудова «дерева цілей». Як правило, цілі програм формуються у формі результату, який необхідно максимізувати, або у вигляді небажаного ефекту, вплив якого має бути мінімізований. Визначаються генеральна ціль (мета програми), безпосередня ціль, а також цілі другого, третього і наступних рівнів (за необхідності);

3 етап – обґрунтування системи заходів, необхідних для досягнення цілей програми. На цьому етапі визначається адресність заходів, у разі необхідності будується мережевий графік реалізації програми, визначається критичний шлях. На цьому ж етапі формується стратегія програми та здійснюється оцінка ступеня досяжності різних варіантів, обирається одна з альтернатив як стратегія програми; в найбільш перспективну програму вносяться додаткові критерії або зміни шляхом доповнення або виключення яких не будь елементів «дерева проблеми».

Більшість етапів програмного циклу вимагають обов'язкового проведення оцінювання. Під оцінюванням програми, як правило, розуміють міждисциплінарне дослідження, призначене для визначення та вимірювання прямих ефектів, результативності наслідків та впливів соціальних програм. Однак, крім результатів реалізації, доцільно оцінити і якість розробки самої програми, а саме: її відповідність стандартам, логіку та узгодженість окремих елементів, якість інформаційного та методологічного забезпечення, використаного при розробці.

Найбільш поширенні шаблони соціальних програм:

– розвиток персоналу (націлені на залучення необхідних працівників, підвищення якості робочої сили, навчання та професійний розвиток, застосування мотиваційних схем оплати праці, надання соціального пакету, створення умов для відпочинку та

дозвілля, участь співробітників у прийнятті управлінських рішень тощо);

- охорона здоров'я та безпечні умови праці (націлені на створення додаткових норм охорони здоров'я та умов безпеки на робочих місцях і припускають охорону праці та техніку безпеки, медичне обслуговування персоналу підприємства, підтримання санітарно-гігієнічних умов праці, підтримку материнства та дитинства, профілактику професійних захворювань тощо);

- соціально-відповідальна реструктуризація (націлені на пом'якшення соціальних наслідків звільнення працівників і припускають різноманітні форми підтримки працівників, які потрапили під скорочення: професійну перепідготовку, сприяння в працевлаштуванні, компенсаційні виплати, а також інформаційні кампанії, що висвітлюють майбутні структурні зміни на підприємстві тощо);

- природоохоронна діяльність (здійснення з ініціативи підприємства програм, спрямованих на скорочення шкідливого впливу на навколишнє середовище);

- розвиток місцевого співтовариства (підтримка соціально незахищених категорій населення, підтримка збереження і розвитку житлово-комунального господарства та об'єктів культури, спонсорство освітніх і спортивних організацій, благодійні акції тощо);

- добросовісна ділова практика (проведення підприємством політики інформаційної відкритості, сприяння розвитку малого бізнесу, співпраця з державними органами управління, асоціаціями споживачів та іншими громадськими організаціями).

Серед основних інструментів реалізації соціальних програм необхідно виділити:

- грошові гранти. Це форма фінансування, спрямована корпорацією на реалізацію соціальних програм в галузі освіти і на цілі проведення прикладних досліджень;

- благодійні пожертвування та спонсорська допомога. Форма фінансування, що виділяється для проведення соціальних програм у благодійній діяльності;

- соціально значущий маркетинг. Форма адресної фінансової допомоги, яка полягає в напрямі відсотка від реалізації товарів та послуг на проведення соціальних програм в сфері маркетингу;

- еквівалентне фінансування. Форма адресної фінансової допомоги полягає в спільному фінансуванні соціальних програм з боку організації органів державного управління, некомерційного сектора і персоналу;

– соціальні інвестиції. Форма фінансової допомоги, що виділена на реалізацію довгострокових спільних партнерських соціальних програм, спрямованих на зниження соціальної напруги в регіонах присутності корпорації;

– делегування повноважень співробітникам. Виступає у формі добровільного залучення персоналу корпорацій в соціальні програми зовнішньої спрямованості;

– адміністративний соціальний бюджет. Фінансові кошти, що виділяються корпорацією на реалізацію власних соціальних програм.

Використання соціальних програм в системах соціального захисту створює можливість для цільового використання фінансових та інших ресурсів, дозволяє здійснювати контроль за їх діяльністю з боку суспільства, а також створює умови для більш ефективного вирішення існуючих в суспільстві проблем.

Література:

1. Алексєенко Л. М., Шулюк Б. С. Соціальні програми: прагматика формування та проблеми фінансування. *Світ фінансів*. 2015. № 4. С. 96–105.

2. Лібанова Е. М. Соціальні результати державних програм: теоретико-методологічні та практичні аспекти оцінювання: монографія. Умань: Сочінський, 2012. 312 с.

3. Маліновська О. Я., Демкович О. В. Соціальні програми та проекти як інструменти здійснення державної соціальної політики в умовах програмно-цільового методу організації бюджету. *Економіка та держава*. 2016. № 3. С. 61–64.

4. Пономаренко О. В. Механізм державного управління соціальними проектами та програмами: теорія і методологія: монографія. Донецьк: Технопарк, 2010. 342 с.

Olena Krasnyak, Doctor of Economics, Associate Professor
Vinnitsia Trade and Economic Institute
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-35>

**ECONOMIC SOCIALIZATION
AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT
OF THE INNOVATION POTENTIAL OF THE COUNTRY**

**ЕКОНОМІЧНА СОЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ
ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ**

Традиційно економічна соціалізація розглядається як структурний елемент загальної соціалізації.

На думку Ю. Зайцева соціалізація – означає процес засвоєння людиною певної системи знань, норм та цінностей, які дозволяють їй функціонувати як повноправному члену суспільства, забезпечувати позитивну та конструктивну спрямованість своїх відносин з іншими людьми у будь-якій сфері власних інтересів [1, с. 4].

Тобто соціалізацію можна розглядати, як процес, в якому індивід навчається діяти в суспільстві. Він включає засвоєння соціальних норм та набуття знань та навичок, що відносяться до них.

У соціальних науках на сьогодні, прийнято виділяти ряд складових економічної соціалізації: економічна культура, економічна свідомість, ставлення до власності, залучення індивіда до реалізації економічних ролей, економічна ідентичність, економічне самовизначення, економічна поведінка. Можна стверджувати, що процес соціалізації означає освоєння як мінімум трьох аспектів життєдіяльності основними з яких є:

- алгоритмів індивідуальної поведінки та діяльності (соціальних ролей), які визнані та прийняті в даному суспільстві та високо оцінюються в ньому;
- ідей, установок, стереотипів (ширше – світогляду та менталітету), які лежать в основі соціально-доцільних дій індивіда;
- умінь та навичок взаємодії з іншими людьми під час реалізації власних ролей.

Соціалізація найчастіше сприймається як двосторонній процес.

З одного боку, індивід освоює систему норм, правил поведінки та взаємодії з іншими людьми, а також набуває значущих йому функцій у структурі групи та суспільства загалом.

З іншого боку, група, суспільство, не тільки надають «об'єкту соціалізації» набір норм та шаблонів поведінки, які йому необхідно опанувати, але будь-які соціуми формальними та неформальними засобами стимулюють процес соціалізації, проводять оцінки готовності індивіда до реалізації суспільних функцій.

Соціалізація передбачає як доцільні, і спонтанні зусилля із боку суспільства. Зокрема, до доцільних зусиль можна віднести навчання та виховання. Вони являють собою систему формуючих впливів суспільства, які готують індивіда до участі в життєдіяльності суспільства. Навчання та виховання виступають лише частиною процесу соціалізації, оскільки останній відбувається під впливом як організованих, так і випадкових факторів у повсякденному житті людини.

Успішність чи неуспішність соціалізації індивіда можна розглядати у двоякому плані.

По-перше, оцінюється ступінь інтеріоризації (внутрішнього освоєння та прийняття дій) соціальних норм. Якщо певні соціальні зразки, ідеали, традиції, стандартизовані операції стають внутрішніми для індивіда тому, що вони більше нав'язуються ззовні, за допомогою зовнішньої регуляції, і якби стають частиною самої людини, складовою її «я», і вона реалізує інтеріоризовані норми у порядку звички, чисто автоматично, то результат соціалізації вважатимуться ефективним. Якщо ж людина цурається вказаних їй обов'язків і прав, не прагне знання своїх функцій і «тонкощів» їх виконання, тому, на якомусь етапі в процесі соціалізації стався збій.

Другим не менш важливим результатом соціалізації стає «завоювання» індивідом статусу, авторитету у своєму суспільстві, досягнення високої оцінки та схвалення з боку інших. Це відбувається насамперед тоді, коли його позиції, дії, вчинки починають здійснюватися у зв'язку з очікуваннями оточуючих, тобто з уявленням про правильну нормативну поведінку. Останній момент означає, що на практиці два названих позитивних аспекти соціалізації невідривні один від одного.

Участь суспільства в процесі соціалізації, у формуванні рольової поведінки часом зникає з уваги дослідників, часто вони просто абстрагуються від цього факту. Прикладом може слугувати визначення поняття соціалізація в психологічному словнику, як

процес і результат засвоєння й активного відтворення індивідом соціального досвіду, набутого під час спілкування та діяльності [2, с. 486]. У цьому контексті не можна, звичайно, сказати про повну відсутність суспільства як іншого напрямку процесу соціалізації, але при цьому, все ж таки вся активність передана індивіду.

Вплив суспільства на соціалізацію особистості обов'язково включає спонтанні зусилля з боку різноманітних суб'єктів.

Якщо в практичному плані соціалізація являє собою конкретне явище – процес і результат освоєння індивідом соціальних норм і стандартів поведінки в суспільстві, то наукові погляди на суть проблеми будуть часто відрізнятися.

Економічна соціалізація передбачає інтеріоризацію індивідом знань, умінь, навичок, що забезпечують його участь у різних видах економічної діяльності як виконавця відповідних ролей: власника, підприємця, торговця, покупця, акціонера і т.п.

У цьому контексті економічна соціалізація – це процес, в якому люди вчаться діяти в економічній сфері: як вони плануватимуть бюджет, витратити кошти, економити, купувати, сприймати рекламу та багато іншого.

Слід відзначити, що наголос треба робити на головному – творчих здібностях людей, їх інноваційній якості, інтелектуальному капіталі, інноваційній культурі.

В Україні на законодавчому рівні розвиток інноваційної культури було виділено серед стратегічних пріоритетних напрямків інноваційної діяльності та визначено як складову інноваційного потенціалу, що характеризує рівень освітньої, загальнокультурної і соціально-психологічної підготовки особистості та суспільства в цілому до сприйняття і творчого втілення в життя ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах [3].

У науковій літературі економічна соціалізація сприймається як процес засвоєння та відтворення індивідом системи економічних зв'язків та відносин у суспільстві, становлення та розвитку форм економічної свідомості та поведінки особистості. Проблема економічної соціалізації є для вітчизняної практики досить новою, теоретично нерозробленою та мало дослідженою. Водночас аналіз зарубіжної літератури виявляє різноманіття підходів, уявлень, теоретичних та емпіричних досліджень.

Характерною рисою сучасних досліджень економічної соціалізації у нашій країні є вивчення впливу різних факторів на формування економічної свідомості та поведінки.

У суспільстві, для якого характерна стабільність, економічна соціалізація здійснюється відповідно до економічної культури за рахунок міжпоколінної передачі досвіду. У кризових ситуаціях подібна трансмісія може бути порушена, що часто тягне за собою складності в процесі економічної соціалізації.

Ключовий елемент у культурі – цінності, які переважають у суспільстві. З одного боку, ціннісні пріоритети індивідів представляють головні цілі, які пов'язані з усіма аспектами їх поведінки, з іншого – цінності відчують прямий вплив повсякденного досвіду в мінливому економічному та соціально-політичному контексті.

За характеристиками цінностей, їх структури та динаміки можна судити про напрям економічної соціалізації суб'єкта в економічному середовищі.

Ціннісні орієнтації є динамічним явищем і високою мірою визначаються культурними, економічними і соціально-демографічними характеристиками. Динаміка соціальних та економічних цінностей визначається як критерій економічної соціалізованості і в той же час як передумова та умова існування економічної культури.

Таким чином, ціннісні орієнтації – один із основних змістовних елементів економічної соціалізації – виступають ключовим фактором економічної активності особистості, динамічно відображаючи поточну соціально-економічну ситуацію і виконуючи функцію стимулювання економічної активності.

Література:

1. Зайцев Ю. К. Соціалізація економіки України та системна трансформація суспільства: методологія і практика : монографія. Київ : КНЕУ, 2002. 188 с.
2. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с.
3. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України від 16.10.2012 року № 5460. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text> (дата звернення: 21.09.2022).

**Liliya Martynova, Doctor of Economic Sciences,
Associated Professor**
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-36>

UKRAINE TODAY – PROBLEMS AND CHALLENGES

УКРАЇНА СЬОГОДЕННЯ – ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ

В умовах високого динамізму сучасного розвитку та кризи світової суспільно-політичної системи цінностей здійснення досліджень у напрямі виміру ролі людини та її потенціалу у забезпеченні подолання негативних проявів глобальних системних змін та виходу на новий рівень розвитку набувають особливої актуальності. Перебуваючи у стані війни та тривалої соціально-економічної кризи, Україна як ніколи має зосередити свої зусилля на акумуляції власного людського потенціалу і ефективного використання його як базового ресурсу розвитку.

Комплексний аналіз конкурентоспроможності складових людського потенціалу України є необхідною передумовою визначення шляхів її підвищення за сучасних умов посилення євроінтеграційних прагнень і використання людського потенціалу як рушія інтенсифікації даного процесу. 24 лютого 2022 року змінило життя нашої країни назавжди. Україна продемонструвала не тільки свою спроможність у захисті своєї незалежності, але і перевернула «з ніг на голову» уявлення Європи та світу про українців, як націю. Ми змогли продемонструвати патріотизм, силу, освіченість, інтелігентність і цей перелік можна продовжувати. Незважаючи на необхідність тимчасово покинути територію проживання, у відповідності до статистики Управління Верховного комісара ООН у справах біженців станом на 19 липня 2022 року з України виїхало від 9,6 до 11,7 млн осіб [1]. Згідно з Конвенцією про статус біженців, біженець – це особа, яка «внаслідок обґрунтованих побоювань стала жертвою переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності, громадянства (підданства), належності до певної соціальної групи або політичних переконань перебуває за межами країни своєї громадянської належності та не може користуватися

захистом цієї країни, або не бажає користуватися цим захистом внаслідок таких побоювань» [2]. Українці змінили саме поняття «біженець», саме через те, що сприймають свій статус, як тимчасовий і прагнуть обов'язково повернутися до України, жити в своїй країні та розбудувати її.

Нині ж вони мають можливість порівняти життя за кордоном, здебільшого в Європі, та в Україні (результати опитування дослідницької компанії Gradus Research) [3].



Рис. 1. Порівняння України та закордону

Джерело: [3]

У державній та фінансовій сфері українські біженці оцінили соціальний захист із боку держави (36%), розмір зарплат (42%), дотримання закону та порядку (46%), рівень корупції (36%). Водночас, в Україні, згідно з опитуванням, краще розвинута діджиталізація державних (37%) та комерційних (32%) сервісів. Крім того, в нашій країні менше бюрократії (29%).

Український сервіс отримав однозначно кращі оцінки. Українці, перебуваючи за кордоном, оцінили український графік роботи магазинів та ресторанів (54%), співвідношення ціни та якості у сфері краси (44%), зручність поповнення мобільного (43%) та грошових переказів (41%).

Водночас, за кордоном українці оцінили якість роботи громадського транспорту (48%), якість продуктів (34%) та сферу охорони здоров'я (30%).



Рис. 2. Оцінка державної та фінансової сфер

Джерело: [3]



Рис. 3. Оцінка сервісної сфери

Джерело: [3]

Менталітет та устрій життя в рідній країні українцям сподобався більше, ніж за кордоном (36%), як і взаємини між людьми (32%).

Але у плані культури, а також екології, клімату та природи України, згідно з соціопитуванням, трохи програє. Крім того, українці за кордоном оцінили спеціальні можливості для людей з інвалідністю (50%), облаштування міст (41%), якість питної води з-під крану (38%) та поведження зі сміттям (45%).



Рис. 4. Оцінка благоустрою та соціальної сфери

Джерело: [3]

Повернення українців додому має стати основним лейтмотивом спільної післявоєнної політики України та ЄС. На сьогодні ж ситуація з міграцією є катастрофічною і без перебільшення несе в собі загрозу національній безпеці України.

Враховуючи вищенаведене, Україна, як країна-кандидат в члени ЄС, має консолідувати зусилля з іншими країнами-членами ЄС і забезпечити захист прав громадян України (недопущення дискримінації, забезпечення соціального захисту тощо), які вимушено виїхали з країни на період війни, а також зосередитись на внутрішньо-економічних викликах. Це дозволить зменшити відтік громадян з України та створить фундамент для повернення наших людей в майбутньому.

Література:

1. Home – UNHCR Україна. UNHCR Україна. URL: <https://www.unhcr.org/ua/> (дата звернення: 13.09.2022).
2. Конвенція про статус біженців (укр). Офіційний вебпортал парламенту України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_011#Text (дата звернення: 13.09.2022).
3. Gradus: соціологія в смартфоні. Маркетингові та соціологічні дослідження | Gradus | Gradus. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/> (дата звернення: 19.09.2022).

**Anton Nepyталиuk, Doctor of Philosophy in Economics,
Senior Lecturer**

**Oksana Kulhanik, Candidate of Economic Sciences,
Associated Professor**

*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-37>

SOCIAL POLICY IN A DEVELOPMENT CONTEXT: DEMOGRAPHIC DIMENSION

СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ: ДЕМОГРАФІЧНИЙ ВИМІР

Композиція заходів соціальної політики на макро- та мезорівні детермінується демографічним профілем суспільства, при чому структурна динаміка останнього – в розрізі статево-вікових, освітньо-кваліфікаційних й інших параметрів – чинить вплив на траєкторію розвитку національних економік, формуючи потенціал росту і закладаючи імпліцитні обмеження. З другої половини ХХ століття загальною, незалежно від вихідного рівня розвитку країни, була обернена залежність між темпами росту реального ВВП і приростом населення [1]. Стійкий ріст працездатної страти мав би сприяти зниженню бідності і, теоретично, демографічній стійкості, однак у відповідному інтервалі він відмічався у країнах з найвищими фертильними коефіцієнтами і невисоким рівнем суспільного добробуту [2]. При вивченні репрезентативної вибірки розвинених і емерджентних економік відповідної статистично значимої стохастичної залежності нами виявлено не було [3–4]. Тому демографічна динаміка має бути не лише зафіксована, а й належним чином спрогнозована, повноцінно інтегрована до національної стратегії розвитку в контексті розробки блоку регуляторних, передусім фіскальних, заходів.

В 1991–2021 роках чисельність населення України скорочувалася, що пов'язувалося із негативними показниками природного і механічного руху [5]. 2022 рік характеризується безпрецедентним фактом зменшення чисельності наявного населення, що обумовлено найбільшою (після Другої світової війни) міграційною кризою в

Європі, яка заслуговує окремого дослідження. В даній роботі зосередимося на діалектиці демографічної динаміки та соціалістики за нормальних умов функціонування економіки.

Для забезпечення демографічної й економічної стійкості доцільним є поділ видатків (публічних і приватних) за продуктивним критерієм [6–7]. У сучасному дискурсі строга дефініція таких груп відсутня, віднесення ж безпосередніх витратних статей пропонуємо здійснювати на основі статистичного аналізу їх впливу на динаміку суспільного виробництва [8]. Властивості субституції / комплементарності факторів виробництва мають враховуватися при побудові продуктивної функції, що за умов сталої еластичності представлена у вигляді виразу 1:

$$y = f(pcs, g_{ps}, g_{us}) = \left[\alpha pcs^{-\zeta} + \beta g_{ps}^{-\zeta} + \gamma g_{us}^{-\zeta} \right]^{-1/\zeta}, \quad (1)$$

$$\alpha \geq 0, \quad \beta \geq 0, \quad \gamma \geq 0, \quad \alpha + \beta + \gamma = 1, \quad \zeta \geq -1,$$

де pcs – приватні капіталовкладення (*private capital stock*); g_{ps} – продуктивні публічні видатки (*productive government spending*); g_{us} – непродуктивні публічні видатки (*unproductive productive government spending*); α , β , γ – коефіцієнти еластичності виробництва за приватними капіталовкладеннями, публічними продуктивними та непродуктивними видатками; ζ – коефіцієнт, що відображає експоненціальний часовий тренд.

Задавши систему обмежень, за якої публічні видатки бездефіцитно фінансуються завдяки податковим надходженням $\tau(y)$, при чому ставка τ є фіксованою, у стратегічній перспективі бюджет – збалансованим, а структура оподаткування – нейтральною відносно рівня економічного розвитку, маємо тотожність 2:

$$\tau(y) = g_{ps} + g_{us}. \quad (2)$$

Якщо питома вага продуктивних публічних видатків у загальній структурі задана ϕ ($0 \leq \phi \leq 1$), справедливою є система (3):

$$\begin{cases} g_{ps} = \phi \tau(y), \\ g_{us} = (1 - \phi) \tau(y). \end{cases} \quad (3)$$

Виходячи з наведеного, продуктивними є ті компоненти публічних видатків, зростання питомої ваги яких акселерує людський розвиток. Компонент pcs розглядається виключно як продуктивний, оскільки в альтернативному випадку приватні капіталовкладення є недоцільними. При цьому має значення не лише результативність публічних видатків (коефіцієнти β і γ), а й вхідна композиційна

структура ресурсів. Оптимізація пропорції в контексті зростання продуктивніших публічних видатків ($\beta > \gamma$) може і не спричинити ріст виробництва й посилення демографічної стійкості, якщо питома вага φ вказаної групи виявиться недостатньою. Від спеціальної модифікації вікселіанської виробничої функції повернемося до загального вигляду моделі Кобба–Дугласа (4):

$$y = A L^{\delta} K^{1-\delta}, \quad (4)$$

де A – коефіцієнт технологічного устрою, що репрезентує сукупну факторну продуктивність (*total factor productivity*), $A > 0$; L – обсяг трудових затрат (*labor input*); K – обсяг затрат капіталу (*capital input*); δ – еластичність обсягу суспільного виробництва за обсягом затрат праці.

Коли відносні частки g_{ps} і g_{us} нижчі відповідних відносних β і γ еластичностей випуску продукції за ними, зміни структурної композиції на користь зростання питомої ваги g_{ps} акселерують стійкий довгостроковий розвиток. Вказані еластичності можуть набувати додатних значень (коли обидва компоненти комплементарні для приватних капіталовкладень); в такому разі перерозподіл видатків на користь g_{ps} також є базисною передумовою досягнення стану демографічної стійкості та економічного зростання. Додержання умови строгої нерівності $\beta > \gamma$ у довгостроковому періоді не гарантує стійкого економічного зростання, а принципового значення набуває логіка побудови соціально-демографічної стратегії.

Структурна оптимізація публічних і приватних видатків на користь їх продуктивної складової (з додержанням інституційних рестрикцій) може відбуватися без відчутного приросту загальної величини вказаних витрат. Необґрунтований ріст останньої здебільшого має контрверсійні наслідки для макроекономічної динаміки. Збільшення тотальних публічних видатків у разі фінансування виключно коштом податкових надходжень забезпечує економічне зростання та демографічну стійкість лише у випадку, коли сукупна продуктивність $\beta + \gamma$ буде вищою рівня оподаткування τ , необхідного для реалізації заходів відповідного регулювання [7].

Дієвість фіскального регулювання соціодемографічного розвитку може бути оцінена, виходячи зі ступеню досягнення цілей добробуту, оптимізації структури та обсягу сукупного споживання. Наявність негативного зв'язку між партикулярними компонентами публічних видатків, приватних капіталовкладень і темпами економічного зростання не є ультимативним критерієм включення даних компонентів до непродуктивних. Так, ймовірна негативна кореляція

темтів приросту реального ВВП на душу населення і освітніх витатків не посвідчує непродуктивність останніх, а вказує, що має бути вдосконалено відповідне інституційне забезпечення та врахований часовий лаг.

Таким чином політика соціальна політика розвитку має спиратися на модель оптимального фінансування людського капіталу за рахунок публічних і приватних ресурсів. З огляду на характер впливу сукупних витрат на динаміку соціодемографічних показників доцільною є детермінація категорії продуктивних витатків, збільшення вагового коефіцієнту яких у загальній структурі призводить до інтенсифікації темпів економічного зростання. Принципове значення зберігають особливі продуктивні публічні витатки, а також приватні самоінвестиції, що спрямовуються на розвиток інтелектуального капіталу. До їх складу відносяться витатки на освіту, охорону здоров'я, духовний і фізичний розвиток, фундаментальні та прикладні наукові розробки і дослідження.

Література:

1. Teixeira, A. A., & Queirós, A. S. Economic growth, human capital and structural change: A dynamic panel data analysis. *Research policy*. 2016. Vol. 45(8). P. 1636–1648.
2. Stiglitz, J., Ocampo, J. A., & Spiegel, S. *Stability with Growth: Macroeconomics, Liberalization and Development*. Oxford: Oxford University Press. 2006. 352 p.
3. Kozlovskiy, S., Pasichnyi, M., Lavrov, R., Ivaniuta, N., & Nepyaliuk, A. An Empirical Study of the Effects of Demographic Factors on Economic Growth in Advanced and Developing Countries. *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*, 2020. Vol. 23(3). P. 45–67.
4. Pasichnyi, M., & Nepyaliuk, A. The Contributions of Demographic Factors to Economic Growth. *Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development*. 2021. Vol. 16 (1). P. 219–229.
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Pasichnyi, M. Empirical study of the fiscal policy impact on economic growth. *Problems and Perspectives in Management*, 2017. Vol. 15(3). P. 316–322.
7. Пасічний М. Д. Фінансова політика держави : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 440 с.
8. Barro, R. J., & Sala-i-Martin, X. Convergence. *Journal of political Economy*, 1992. Vol. 100(2). P. 223–251.
9. Barro, R. J., & Sala-i-Martin, X. *Economic growth* (2nd ed.). Massachusetts : MIT Press. 2003, 672 p.

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT: NATIONAL FEATURES AND WORLD TRENDS

**Anna Datsenko, Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor**

**Iryna Hladii, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**

**Liudmyla Maister, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**

*Vynnytsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vynnytsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-38>

INTERNAL CONTROL SYSTEM OF INSURANCE COMPANIES

СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Налагодження системи внутрішнього контролю діяльності підприємств страхування повинно бути направлено не тільки на виявлення помилок поточної сфери господарювання, а й на встановлення ефективності дій персоналу з метою внесення коригуючих дій. Отже, систему внутрішнього контролю можна розглядати як процес, що здійснюється менеджментом страховика з метою отримання інформації щодо ефективності та раціональності дій співробітників, достовірності даних фінансової та управлінської звітності з однозначним дотриманням норм чинних законодавчо-нормативних актів.

Проведений аналіз спеціальної літератури дозволив зробити висновки, що основні аспекти налагодження системи контролю досліджені в працях вітчизняних і зарубіжних учених – І. Ансоффа, П. Друкера, О. Карминського, Т. Коупленда, Р. Манна, М. Мескона, А. Томпсона, О. Терещенка, Е. Уткіна, А. Ханна та ін. В той же час, система контролю страхових компаній в умовах економічної нестабільності вимагає подальшого дослідження.

Важливим питанням постає виокремлення об'єктів внутрішнього контролю, оскільки вони визначаються його цілями і завданнями. Основними об'єктами внутрішнього контролю є стан ведення бухгалтерського обліку на підприємстві, фінансова звітність, стан активів підприємства і джерел їх утворення, забезпеченість підприємства власними обіговими коштами, забезпеченість власними засобами; платоспроможність і фінансова стійкість, система управління підприємством; робота економічних і технічних служб, сплата податків підприємством; господарські процеси, тощо [1]. Одним з найважливіших аспектів діяльності внутрішнього аудиту є визначення та аналіз можливих зовнішніх і внутрішніх ризиків при розробці та впровадженні нових проектів, а також розробки рекомендацій, що дозволяють знизити рівень ризику або мінімізувати можливі втрати.

Особливість організації системи внутрішнього контролю в страховій компанії полягає в тому, що в головному офісі знаходяться всі інституціональні відділи, які здійснюють внутрішній контроль, а відділи продаж страхових послуг (регіональні, міські, обласні) реалізують функціональний контроль та самоконтроль безпосередньо на місцях. У цьому зв'язку на рис. 1 нами узагальнено основні суб'єкти внутрішнього контролю страховика.



Рис. 1. Основні суб'єкти внутрішнього контролю страхової компанії

Як видно з рис. 1, суб'єктами внутрішнього контролю страхової компанії є управлінський персонал (директори, начальники різних відділів), спеціальні служби (спостережні ради, ревізійні комісії, відділи внутрішнього аудиту) та обліковий персонал, а саме відділ бухгалтерії [2]. Тобто, така організація внутрішнього контролю страхової компанії потребує визначення повноважень та обов'язків кожного із суб'єктів, що доцільно визначати виходячи із форм внутрішнього контролю.

Форми організації внутрішнього контролю залежать від багатьох чинників, перш за все, від розмірів підприємства, його структури. На великих підприємствах страхової діяльності контрольні функції можуть бути покладені на самостійні структурні підрозділи, наприклад, відділи внутрішнього аудиту, фінансів, планування тощо. На малих і середніх підприємствах, що не мають самостійних служб контролю, відповідні функції виконують бухгалтери, плановики, інвентаризаційна комісія, інженери та інші уповноважені керівником (засновником) підприємства особи [3]. Отже, суб'єктами внутрішнього контролю являються особи, групи осіб, відділи, служби та інші структурні підрозділи, які застосовують контрольні дії по відношенню до об'єктів внутрішнього контролю відповідно до прав та обов'язків, які передбачені посадовими інструкціями.

Вивчаючи склад методів та методичних прийомів внутрішнього контролю в страховій діяльності, вважаємо, що можна об'єднати їх за такими класифікаційними ознаками:

1) загальнонаукові методи (індукція, дедукція, аналогія, аналіз, синтез, абстрагування, конкретизування, порівняння);

2) методи документального контролю (перевірка по суті; нормативно-правова перевірка; формальна перевірка; аналітична та арифметична перевірки; перевірка бухгалтерських проведень; зустрічна перевірка та взаємний контроль; хронологічна перевірка записів; контрольне порівняння кількісного сумового обліку);

3) методи фактичного контролю (інвентаризація, обстеження, експеримент, контрольні заміри, лабораторний аналіз, опитування, спостереження, логічне дослідження операцій, отримання письмових пояснень та довідок);

4) розрахунково-аналітичні методи (моделювання, фінансового аналізу, статистичні та математичні, економетричні, аналітичні) [2].

Таким чином, контроль виступає основним елементом системи управління підприємством. Такі основні функції управління як планування, організацію та мотивацію потрібно поєднувати із

внутрішнім контролем. Жодна із зазначених функцій не здатна самостійно здійснювати сам процес управління діяльністю підприємства страхування, і тільки можливість їхнього поєднання у визначеній послідовності розкриває економічний зміст та цілі управління на підприємстві.

Література:

1. Коблянська І. О., Сіренко А. А., Коблянська Г. Ю. Методика і організація обліку та внутрішнього контролю запасів підприємства в системі управління активами. *Modern Economics*. 2018. № 7. С. 85–97.

2. Кошкарів С. А., Бачинський В. І., Куцик П. О. Внутрішньогосподарський оперативний облік і контроль у системі управління діяльністю виробничих підприємств : монографія. Чернівці : Золоті Литаври, 2012. 264 с.

3. Меліхова Т. О., Троян О. В., Лауреанті Д. С. Удосконалення методики внутрішнього контролю витрат на виробництво для підвищення економічної безпеки підприємства. *Агросвіт*. № 3. 2019. С. 34–41.

**Tetiana Kytaichuk, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
**Iryna Krupelnytska, Candidate of Economic Sciences,
Associate Profess**
**Vitalii Pokynchereda, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
*Vinnitsia Institute of Trade and Economic
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-39>

RISKS OF FORMAL INVENTORY

РИЗИКИ ФОРМАЛЬНОЇ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ

Основна мета ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності полягає в наданні користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства [1]. Лише шляхом проведення інвентаризації активів і зобов'язань можна забезпечити достовірність даних фінансової звітності.

У процесі інвентаризації підприємства проводять перевірку наявності, стану, оцінка активів та зобов'язань підприємства за певними правилами, встановленими Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, затверджене наказом Мінфіну України від 02.09.2014 № 879 [2].

Інвентаризація покликана забезпечити достовірність показників обліку і запобігти можливим зловживанням матеріально відповідальних осіб. Результати цього методу обліку і контролю дають змогу з'ясувати фактичний стан і оцінку активів, власного капіталу і зобов'язань на підприємстві, підтвердити реальність показників звітності установ.

Іноді на практиці бухгалтери та керівники невеликих підприємств сприймають інвентаризацію як на щось непотрібне, без чого можна обійтись. Саме з цієї причини іноді інвентаризацію проводять формально. Найпоширенішими помилками формального проведення інвентаризації є:

- неякісне проведення перевірки правильності присвоєння інвентаризаційних номерів;
- включення до складу інвентаризаційної комісії матеріально відповідальної особи, що створює ризики недостовірності даних інвентаризації;
- приховування інформації від керівництва про об'єкти основних засобів, залишкова вартість яких дорівнює нулю, але які придатні для подальшого використання. Рішення щодо подальшої експлуатації таких об'єктів призведе до викривлення інформації про необоротні активи у фінансовій звітності;
- непроведення інвентаризації активів та зобов'язань, які обліковуються на позабалансових рахунках;
- відсутність уваги до строків позовної давності дебіторської та кредиторської заборгованостей під час їх інвентаризації.

Варто зазначити, що найбільш зацікавленими в реальних показниках фінансової звітності є власники підприємств, тому під тиском мотивованих власників, відповідальних топ-менеджерів інвентаризацію такі проводять. Саме від керівництва залежить буде інвентаризація реальною чи формальною, адже якщо директору це не потрібно, то бухгалтерії на багато легше провести формальну процедуру.

Ознаки формальної інвентаризації наступні:

- «оперативність» її проведення. В таких випадках виникає підозра, що інвентаризація або взагалі не проводилася або була проведена з порушеннями;
- відсутність інвентаризаційних різниць, тобто повна відповідність фактичних та облікових даних. На практиці такого практично не буває. Вважаємо, у цьому випадку доцільно провести повторну перевірку за участю інших осіб;
- відсутність на документах підписів деяких членів інвентаризаційної комісії або підозра в дійсності підписів. Необхідно уважно перевірити чи не були члени інвентаризаційної комісії у відпустці або на лікарняному під час проведення інвентаризації.

Своєчасне виявлення формальної інвентаризації дозволить підприємству вжити заходів проти несумлінних співробітників та уникнути збитків у майбутньому. Реальна інвентаризація є ефективною процедурою внутрішнього контролю, засобом забезпечення внутрішньої економічної безпеки компанії, способом виявлення неефективності внутрішніх процесів, випадків нерационального використання майна підприємства та попередження протиправних дій співробітників.

На сьогодні також необхідно дослідити та врахувати особливості проведення інвентаризації підприємствами, які знаходяться на тимчасово окупованій території та/або в районах проведення воєнних (бойових) дій. Тут мова взагалі іде про можливість проведення інвентаризації, тому зрозуміло, що не може йти мова про її формальність. 29 липня 2022 року було оприлюднено оновлений п. 8 розділу I Положення про інвентаризацію, згідно з яким інвентаризацію проводять у разі можливості безпечного та безперешкодного доступу уповноважених осіб до активів, первинних документів і реєстрів бухгалтерського обліку, в яких відображені зобов'язання та власний капітал підприємств. Це стосується таких підприємств, які з дати початку тимчасової окупації мали місцезнаходження на:

- території АРК Крим та м. Севастополя;
- тимчасово окупованій території у Донецькій та Луганській областях;
- території проведення АТО та/або здійснення заходів із забезпечення національної безпеки і оборони, відсічі і стримування збройної агресії РФ у Донецькій та Луганській областях.

Також це стосуються тих, хто мали чи мають місцезнаходження в районах проведення воєнних (бойових) дій у період дії воєнного стану. Або ж підприємства, структурні підрозділи (відокремлене майно) яких розташовані в таких місцевостях. Перелік територіальних громад в районі воєнних (бойових) дій визначає Кабінет Міністрів України.

Підприємства з окупованих територій та територій бойових дій проводять інвентаризацію у випадках, обов'язкових для її проведення, тоді, коли стане можливим забезпечити безпечний та безперешкодний доступ уповноважених осіб до активів, первинних документів і реєстрів бухгалтерського обліку, в яких відображені зобов'язання та власний капітал цих підприємств. Важливим також є обов'язок керівників таких підприємств у разі встановлення фактів викрадення (розкрадання), нестачі, знищення (псування) майна оперативно прийняти рішення про проведення інвентаризації такого окремо визначеного майна на день встановлення таких фактів.

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 17.06.1999 № 966.
2. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879.

**Inna Kopchykova, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
**Nataliia Kotseruba, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
**Olena Kudyrko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-40>

**FEATURES OF DISPLAY IN THE ACCOUNT
OF THE PROCESS OF RECEIPT AND SALE OF GOODS
IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY**

**ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ
НАДХОДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ
ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Невід’ємною частиною сучасного збільшення рівня продажів, заохочення постійних клієнтів є знижки та акційні розпродажі товарів, в тому числі товарів фармацевтичної галузі. Таким інструментом користуються практично всі суб’єкти господарювання, зацікавлені в ефективному збуті своєї продукції (товарів, робіт, послуг).

Основною метою надання знижок є:

- привертання до певної торговельної марки, до товаро-виробника, або до підприємства торгівлі покупців, які згодом можуть стати лояльними клієнтами;
- згладжування падіння сезонного попиту на ринку товарів (робіт, послуг) у період низької купівельної активності;
- скорочення до мінімально можливого рівня товарних запасів, схильних до впливу моди, товарів, що не мають активного попиту, та товарів зі строком зберігання (придатності, реалізації), що закінчується;
- реалізація дослідних моделей і зразків товарів з метою ознайомлення з ними споживачів.

Інакше кажучи, знижки, як правило, пов’язані з формуванням стійкого попиту на певний товар, завоюванням ринку,

стимулюванням постійних покупців або з бажанням продавця у стислі строки позбавитися від товару або продукції, що не має достатнього попиту. Це свідчить про те, що надання знижок покупцям та проведення розпродажів великою мірою є маркетинговими заходами.

Знижки і розпродажі згідно із Законом про захист прав споживачів Згідно з ч. 4 ст. 15 Закону про захист прав споживачів використання понять «знижки» чи «знижена ціна» або інших аналогічних їм понять дозволяється тільки якщо:

- вони застосовуються до продукції, що реалізується безпосередньо суб'єктом господарювання;
- такого роду знижка або зменшення ціни надаються протягом певного та обмеженого періоду часу;
- ціна продукції нижча за її звичайну ціну [4].

Щодо розпродажу товарів, то відповідно до ч. 5 ст. 15 Закону «Про захист прав споживачів» поняття «розпродаж», або будь-які інші аналогічні йому поняття можуть використовуватися лише за умови, що: розпродаються всі товари в магазині або їх чітко визначена група; тривалість розпродажу обмежена в часі, ціни на товари, що підлягають розпродажу [4].

Надання знижок покупцям на товари (роботи, послуги) та їх розпродаж повинні провадитися на підставі відповідного розпорядчого документа – наказ керівника про проведення акції. На підставі наказу розробляється положення про маркетингову політику підприємства або (та) положення про знижки. Рішення про надання знижок та проведення розпродажів підкріплюється наказом керівника про проведення акції, що передбачає зниження цін, де зазначається: мета заходу, що проводиться; перелік товарів, що беруть участь в акції; період надання знижок; розмір знижок та умови їх надання тощо.

Після закінчення кампанії складається звіт про фактичні витрати на проведення рекламного заходу із затвердженням його керівником.

У фармацевтичній галузі є свої особливості документування. Оскільки в управлінні фармацевтичним підприємством є дуже важливим правильне планування закупівлі необхідної кількості того чи іншого препарату, недоліки в розробці схем руху документів (документообігу) часто є причиною незадовільної організації обліку витрат, доходів в цілому [2].

При організації поточного обліку товарів під час реалізації та його складових насамперед необхідно звернути увагу на План рахунків та

його відповідність потребам внутрішніх користувачів облікової інформації. Існують як типові, законодавчо запропоновані переліки рахунків, так і індивідуалізовані – робочі [3].

Робочий план рахунків гарантує таку організацію обліку доходів, витрат та фінансових результатів, щоб дані рахунків можна було використовувати як у фінансовому, так і в управлінському обліку. Для цього, на наш погляд, у Робочому плані необхідно чітко розмежувати витрати, доходи та фінансові результати за видами діяльності.

Аптечні заклади складають товарний звіт, який відображає прибуткові та витратні операції здебільшого за 10–15 днів, і звіт про фінансово-господарську діяльність за місяць. У «Звіті» можна виділити розділи, що представлені на рис. 1.

До аптечних установ лікарські засоби та вироби медичного призначення надходять безпосередньо від підприємств-виробників або від оптових розповсюджувачів (аптечних складів, баз). Порядок приймання та оприбуткування лікарських засобів нічим не відрізняється від приймання та оприбуткування інших товарів.

З огляду на специфіку діяльності фармацевтичне підприємство здійснює операції з препаратами, які є небезпечними для здоров'я населення і тому потребують спеціального контролю. Зокрема, це стосується наркотичних та психотропних лікарських засобів.

Порядок здійснення аптечними установами операцій, пов'язаних із придбанням, зберіганням і реалізацією наркотичних та психотропних ліків, визначений у «Порядку обігу прекурсорів». Наркотичні засоби та психотропні речовини надходять до аптечних установ на підставі поданих заявок і з урахуванням установлених нормативів. Приймання наркотичних та психотропних речовин та спецбланків ф. № 3 на складі аптечної установи здійснює спеціально створена постійна комісія. Після відповідної перевірки комісія складає Акт приймання наркотичних, психотропних лікарських засобів, прекурсорів та спецбланків форми № 3 від постачальників в аптечних складах і закладах охорони здоров'я України [1].

Отже, підприємства роздрібної торгівлі, в цілому, та фармацевтична галузь окремо мають свої особливості відображення в обліку процесу надходження та реалізації товарів, певні форми первинної та зведеної документації. Правильність ведення обліку забезпечить таким підприємствам надання достовірної інформації про наявність та рух товарів внутрішнім користувачам.

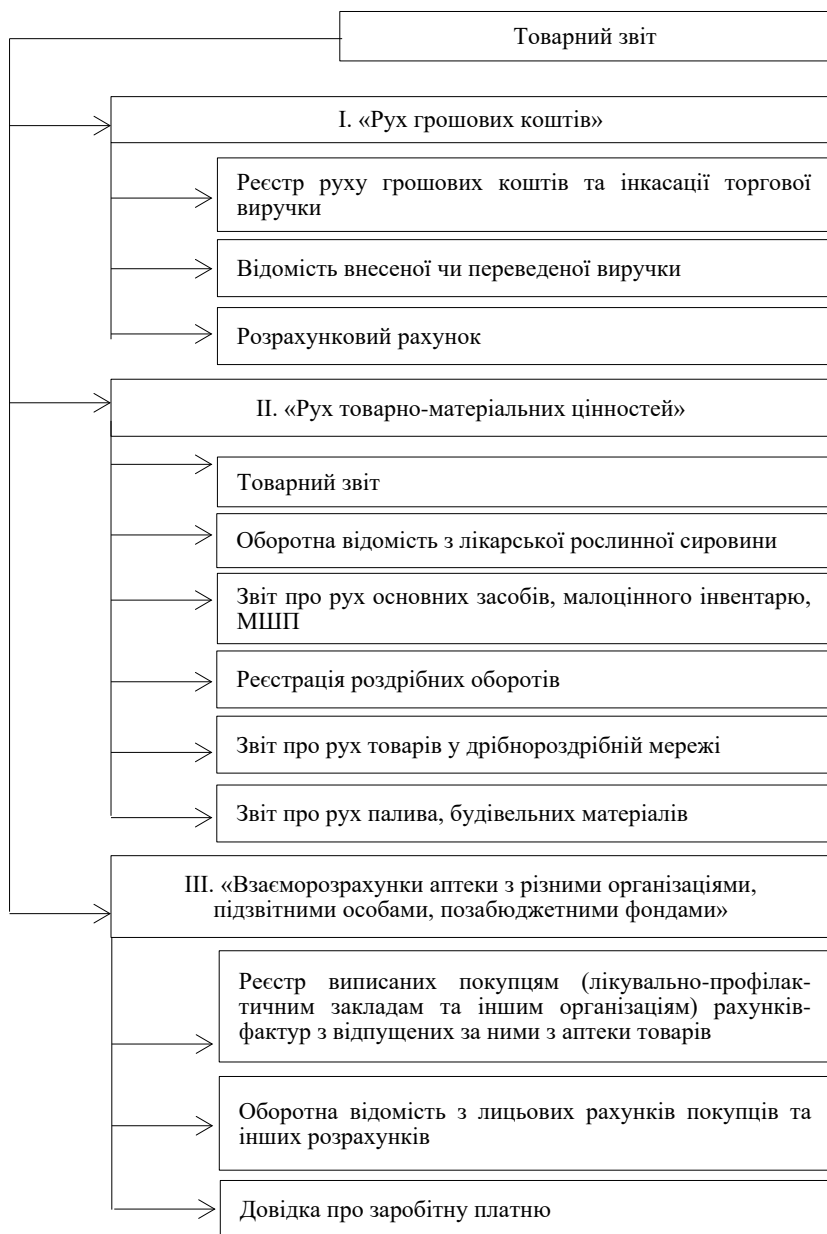


Рис. 1. Структура товарного звіту фармацевтичного підприємства

Література:

1. Кашена Н. Б., Носач Н.М. Облік реалізації товарів на підприємствах торгівлі. *Економіка і суспільство*. 2016. С. 921–925.
2. Копчикова І.В. Сутність та основні напрямки розвитку операційної діяльності торговельних мереж. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України*: зб. наук. пр. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 3 черв. 2020 р. Вінниця, 2020. Ч. 2. С. 62–69.
3. Коцєруба Н. В., Лагдан А. В. Аналіз реалізації товарів та витрат підприємств роздрібної торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2017. № 1. С. 65–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_1_16.
4. Кудирко О. М. Особливості обліку та контролю товарних операцій фармацевтичної галузі в Україні інфраструктура ринку. *Інфраструктура ринку*. Випуск 41. 2020 С. 302–306. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/41_2020_ukr/51.pdf.

**Larysa Luhosh, Candidate of Economic Sciences,
Professor of the Department of Management,
Finance and Information technologies
Augustine Voloshyn Carpathian University
Uzhhorod, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-41>

ORGANIZATION OF FINANCIAL ACCOUNTING OF CURRENT LIABILITIES IN THE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM

ОРГАНІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Зважаючи на повномасштабне вторгнення в Україну та енергетичний терор з боку Росії світ переживає чергову економічну кризу, в діяльності підприємств присутні такі явища як нестабільність, невизначеність, непередбачуваність основних показників фінансово-господарської діяльності. В діяльності суб'єктів господарювання актуальним є управління поточними зобов'язаннями підприємства в системі фінансового менеджменту.

З господарською діяльністю підприємства тісно пов'язані економічні відносини між суб'єктами господарювання, в тому числі фізичними особами та державними органами, в процесі діяльності яких і виникають поточні зобов'язання. Одним з факторів фінансування активів підприємства і є поточні зобов'язання, що в свою чергу є важливим показником у господарській діяльності. Поточні зобов'язання як методичний прийом бухгалтерського обліку суттєво впливають на фінансову стійкість і платіжеспроможність підприємства, потребують ефективного управління грошовими потоками, контролю за фактичним станом розрахунків, особливо під час фінансової кризи. Саме достовірна, якісна та неупереджена інформація про стан розрахунків формується в системі фінансового обліку.

Основним завданням, яке стоїть перед бухгалтерським обліком є запобігання виникненню кризових ситуацій у господарській діяльності підприємства, але поточні зобов'язання, які виникають в ході робочих процесів, особливо в умовах фінансової кризи, не

завжди правильно можуть оцінюватись та відображатись у фінансовій звітності, так як досить часто виникає розбіжність у визначенні як у правовому так і обліковому полі, а також присутня недосконала методика відображення заборгованостей у реєстрах бухгалтерського обліку. Даний вид пасивів характеризують як одну з найбільш складних ділянок облікового процесу. До ускладнення дослідження видів поточних зобов'язань призводить велика кількість суб'єктів та об'єктів, різноманітність методів погашення. Але, зважаючи на чітку організацію та методику обліку щодо отримання об'єктивної інформації по поточних зобов'язаннях, проведення аналізу та контролю дає можливість отримання неупередженої інформації для формування і прийняття управлінських рішень щодо діяльності підприємства та підтримання їхньої фінансової стійкості і платоспроможності на високому рівні.

Євроінтеграція у міжнародні ринки та світову економіку, залучення іноземних інвестицій, зміни виробничих відносин у всіх сферах господарювання потребує перебудови методологічних, методичних й організаційних принципів і методів ведення фінансового обліку й звітності відповідно до міжнародних стандартів.

Ефективне використання фінансових та залучення додаткових ресурсів є гарантією прибуткової роботи підприємства. Одним із таких ресурсів є поточні зобов'язання, а тому, через управлінські дії цей показник діяльності підприємства впливає на збільшення величини капіталу за умови мінімізації його вартості.

В бухгалтерському обліку поняття «зобов'язання» – це договірні відносини між суб'єктами господарювання, що виникли внаслідок минулих подій і погашення яких в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства (економічних вигод). Зобов'язання існує тільки тоді, коли йому відповідає нормативно-правовий документ.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про поточні зобов'язання торгівельних підприємств та розкриття її у фінансовій звітності визначають П(С)БО 2 «Баланс», П(С)БО 11 «Зобов'язання», П(С)БО 13 «Фінансові інструменти», П(С)БО 26 «Виплати працівникам».

Такі економісти як С. Голова та М. Пушкар розширюють умови визнання зобов'язань, ґрунтуючись на засадах у П(С)БО 11.

У своїх статтях М. Пушкар визнає зобов'язаннями поточного періоду, які утворились внаслідок минулих подій господарської діяльності. Сюди відносяться: отримані запаси, послуги, завдана

шкода, за яку підприємство несе відповідальність та інше; визнання майбутніх платежів з метою підтримання господарських зв'язків з кредиторами відповідно до нормального ходу підприємницької діяльності; зобов'язання має бути виконано незаперечно, але майбутні платежі мають імовірний характер, оскільки підприємство може мати ускладнення з платежами; терміни виконання зобов'язань можуть бути визначені, але точна дата невідома; суб'єкт, стосовно якого виникли боргові зобов'язання, має бути ідентифікований як особа чи група осіб, хоча в момент реєстрації зобов'язання, суб'єкт міг бути неідентифікованим [5, с. 154]. Отже, враховуючи специфіку обліку зобов'язань було би доцільно розширити умови їх визнання.

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку потребують відкритої та прозорої класифікації поточних зобов'язань для повного висвітлення інформації. Але, порівнюючи з національними стандартами, прослідковується розбіжність в правильній класифікації. На що звертають увагу законодавчі акти та ряд науковців.

Відповідно до П(С)БО 11 «Зобов'язання» зобов'язання класифікують на: довгострокові та поточні зобов'язання; непередбачені витрати та доходи майбутніх періодів [3]. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначає поточні зобов'язання як зобов'язання, що будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом 12 місяців, починаючи з дати балансу [2].

Досліджуючи класифікацію зобов'язань за міжнародними та національними стандартами можна дійти наступних висновків :

- більшість науковців класифікують зобов'язання за терміном та фактом їх погашення, що базується на вітчизняних стандартах бухгалтерського обліку України;

- за міжнародними стандартами зобов'язання завжди є зобов'язанням, прийнятим щодо іншої сторони. З цього випливає, що рішення управлінського персоналу або правління не спричиняє виникнення конструктивного зобов'язання на кінець звітного періоду, якщо до кінця звітного періоду про таке рішення не повідомили тим, на кого воно впливає, достатньо конкретно, щоб у них виникло обґрунтоване очікування того, що суб'єкт господарювання виконає свої зобов'язання.

Отже, доходимо висновку, що для вирішення зазначених завдань щодо наявних проблем управління поточними зобов'язаннями підприємства в системі фінансового менеджменту, виникає необхідність у розробці комплексного підходу до класифікації

зобов'язань, що буде враховувати специфіку окремих видів заборгованості.

Література:

1. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV-ВР: URL: <http://www.zakon3.rada.gov.ua>

2. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 №73. URL: <http://www.zakon4.rada.gov.ua>.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського облік 11 «Зобов'язання» : Наказ Міністерства фінансів України від 31 січня 2000 року. URL: <http://www.Wigaltei911.com>.

4. Самохвал Н. П. Місце поточних зобов'язань в системі бухгалтерського обліку підприємства. *Економіка та держава*. 2011. № 9. С. 53–57. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/9_2011/17.pdf.

5. Пушкар М. С., Нападовська Л. В., Крупка Я. Д. та ін. Сучасні проблеми розвитку системи обліку в Україні : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2010. 268 с.

**Oksana Stepanenko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Senior Lecturer
at the Department of Accounting and Consulting
State Higher Educational Institution
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
Kyiv, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-42>

NON-CASH PAYMENTS: FEATURES OF ACCOUNTING AND DOCUMENTATION

БЕЗГОТІВКОВІ РОЗРАХУНКИ: ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ДОКУМЕНТУВАННЯ

Функціонування підприємства неможливе без використання грошових коштів. Їх надходження формується в результаті господарських операцій, а витрачання вимагає цільового спрямування на досягнення поставлених завдань підприємства. Порушення вказаних умов призводить до дисбалансу інших складових активів, фінансової залежності суб'єкта господарювання. Тобто, ефективність управління найбільш ліквідними ресурсами, що залежить від своєчасного та оптимального контролю використання коштів, визначає рівень фінансової стабільності й можливість подальшого розвитку підприємства. Грошові кошти завжди наявні на кожному підприємстві незалежно від розміру, форми власності та виду діяльності. Вони беруть активну участь у всіх етапах діяльності суб'єкта господарювання та утворюють систему розрахунків. Саме грошові кошти як найважливіша ланка системи кругообігу ресурсів, формують базис для підвищення платоспроможності підприємства.

В реаліях сьогодення обіг готівкових грошових коштів відходить у минуле. Альтернативою готівки стають електронні розрахунки та різноманітні їх види, які пропонують банки своїм клієнтам. У відповідності до діючого законодавства України, всі підприємства повинні зберігати вільні грошові кошти на рахунках в банках, які є фінансовими посередниками між суб'єктами господарювання. Підприємство самостійно обирає банк та може відкривати в ньому один або декілька рахунків як в національній так і в іноземній валютах. Під *поточним рахунком* розуміється рахунок, який відкривається банком клієнту на договірній основі для зберігання грошей і здійснення розрахунково-касових операцій за допомогою

платіжних інструментів відповідно до умов договору та вимог законодавства. Умови відкриття рахунка та особливості його функціонування передбачаються у договорі, що укладається між банком та його клієнтом. При здійсненні безготівкових розрахунків підприємства можуть використовувати різні їх форми. В залежності від обраної форми виділяють види рахунків, які можуть бути відкриті в банках, а саме: поточний, акредитивний, валютний, депозитний, картковий, кредитний, тимчасовий, спеціальний. Найбільш популярним рахунком, який використовується суб'єктами господарювання у своїй практичній діяльності є поточний рахунок. При цьому формою безготівкових розрахунків є банківський переказ.

Від чіткої ідентифікації джерел отримання коштів на поточний рахунок в банку залежить повнота, достовірність й правильність їх відображення в системі рахунків бухгалтерського обліку (рис. 1).



Рис. 1. Джерела отримання грошових коштів на поточний рахунок в банку в національній валюті

Джерело: авторська розробка

Кошти, що знаходяться на поточному рахунку в банку використовуються підприємством на різні цілі, а саме: для оплати заборгованостей контрагентам, сплати податків, зборів бюджету, виплати заробітної плати, дивідендів. На рис. 2 узагальнено шляхи

(напрями) вибуття коштів з поточного рахунку в банку, через їх перерахування на користь інших юридичних, фізичних осіб.



Рис. 2. Шляхи вибуття (витрачання) грошових коштів з поточного рахунку в банку в національній валюті

Джерело: авторська розробка

Більшість підприємств для здійснення платежів використовує таку форму розрахунків як банківський переказ, який оформляється Платіжним дорученням. *Платіжне доручення* – це документ, який містить письмове розпорядження власника рахунку своєму банку про перерахування визначеної суми на рахунок іншого підприємства. Розрахунки платіжними дорученнями достатньо прості, зручні та забезпечують швидке здійснення платежу, але мають один вагомий недолік: вони не гарантують платіж постачальнику. В обліку безготівкових розрахунків є операції, по відношенню до яких не використовуються платіжні документи. Це суми, які знімає (списує) банк (згідно договору на обслуговування рахунку): за касове,

розрахункове обслуговування; проведення платіжних документів. Ці суми визнаються у підприємства *витратами звітного періоду* та обліковуються за *Дт 92 «Адміністративні витрати»* (згідно з нормами НП(С)БО 16 «Витрати» [1]).

Документом, який підтверджує та показує рух грошових коштів на поточному рахунку в банку є *Виписка банку*. Вона замінює собою реєстр аналітичного обліку за операціями, які відбуваються на поточному рахунку та одночасно є підставою для записів в бухгалтерському обліку. Тобто, виписка банку фактично є другим примірником особового рахунку підприємства. Єдиної форми виписки не існує. В кожного банку, в залежності від його програмного забезпечення, своя форма, яка є унікальною і відмінною від інших банків. А тому бухгалтеру потрібно вміти читати цей документ та орієнтуватись в реквізитах й сумах, які зазначені в ньому. При отриманні виписки працівник бухгалтерії здійснює наступні операції, які називаються – контрируванням (або обробленням):

- 1) виписка нумерується;
- 2) перевіряється наявність виправдовуючих платіжних документів, на підставі яких зараховані або списані кошти;
- 3) перевіряється відповідність сум у виписці сумам, які зазначені у виправдовуючих документах на перерахування та зарахування коштів;
- 4) проставляються бухгалтерські проведення у відповідності до здійснених операцій.

Обробляючи виписки, бухгалтер повинен пам'ятати, що поточний рахунок для обліку грошових коштів на підприємстві – активний, а для банку – пасивний. Зберігаючи грошові кошти підприємства, банк вважає себе його боржником, тобто на цю суму має в себе кредиторську заборгованість. Суми, які зазначені у Виписці банку за *Дебетом (Д) банківським* відображаються в обліку за *Кт 311 "Поточні рахунки в національній валюті"*. Суми, які зазначені у Виписці банку за *Кредитом (К) банківським* відображаються в обліку за *Дт 311 "Поточні рахунки в національній валюті"*. Інформацію щодо місця, ролі готівкових та безготівкових грошових коштів в обліковій практиці суб'єктів господарювання більш детально розкрито автором в статті "Грошові кошти в системі бухгалтерського обліку підприємства" [2]. В публікації узагальнено особливості обліку грошових коштів та процесу їх документування; виділено елементи побудови облікової політики із запровадження та посилення касової дисципліни підприємства; обґрунтовано

необхідність адаптації системи обліку грошових коштів до сучасних реалій ведення бізнесу та господарювання.

Безготівкові розрахунки орієнтовані на розвиток бізнесу кожного учасника ринку. Їх практичне застосування дозволяє здійснювати успішну економічну діяльність, підвищувати платоспроможність підприємств, їх фінансову стійкість, а також збільшує ефективність роботи господарюючого суб'єкта. Здійснення безготівкових операцій через установи банків знижує потребу в готівці, сприяє концентрації вільних грошових коштів для кредитування, забезпечує їх збереження та ефективне використання, оптимізує та прискорює грошовий обіг підприємства.

Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати": затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999. № 318. Дата оновлення: 29.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 06.09.2022).

2. Степаненко О. І. Грошові кошти в системі бухгалтерського обліку підприємства. *Науково-практичний журнал "Регіональна економіка та управління"*. Запоріжжя, 2021. № 1 (31). С. 91–98.

**Tetiana Shtets, Doctor of Philosophy, Senior Lecturer
at the Department of Finance and Accounting**

*Robert Elvorti Economics and Technology Institute
Kropyvnytskyi, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-43>

STRUCTURAL AND FUNCTIONAL ELEMENTS OF DIGITALIZATION OF ACCOUNTING PROCESSES

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОБЛІКОВИХ ПРОЦЕСІ

Діяльність підприємницької діяльності відбувається в середовищі стрімких змін обробки інформації. Тому, особлива увага, приділена визначенню структурно-функціональних елементів цифровізації облікових процесів (е-облік) та основних напрямів ефективної організації автоматизації обліку на підприємстві в розрізі збору, обробки, аналізу, оформлення, зберігання та передачі інформації про фінансово-господарську діяльність підприємства. Адже в період швидкого розвитку цифрових технологій, процесів, науки відбувається трансформація інструментів інформаційних технологій в системі бухгалтерського обліку суб'єктів господарювання.

Тому актуальним є визначення структурно-функціональних елементів цифровізації е-обліку в процесів організації ведення господарської діяльності суб'єктів господарювання.

Стрімкий розвиток інтернет-мережі, комп'ютеризація, автоматизація виробничих, комерційних, суспільних процесів продукували економічної діяльності призвели до трансформації бізнес процесів, формування та обміну інформацією. За визначенням К. Келлі комп'ютеризація та електронні мережі створили сектор економіки, що має вплив на всі інші сфери трансформуючи їх, а комунікації та засоби зв'язку стали не просто секторами економіки вони стали економікою [1, с. 179] У зв'язку з чим виникла нова цифрова мережа, яка сприяла формуванню нових інструментів, методів та способів організації ведення бізнесу та здійснення економічної діяльності в новому міжнародному економічному середовищі.

Ідеї «цифрової економіки» з'явилися у 1994 р. та були визначені Доном Трепскоттом у його праці «Цифрова економіка: потенціал та небезпеки в епоху міжнародних інформаційних мереж». За його

формулюванням цифрова економіка це економіка, що заснована на цифрових комп'ютерних технологіях [2, с. 29]. Концепція «цифрової економіки» у 1995 р. була сформульована програмістом, Массачусетського технологічного університету Ніколасом Негропonte, що визначив її як «перехід від обробки атомів до обробки бітів» [3, с. 45]. Таким чином, автором визначено основний теоретичний концепт та емпіричне значенням цифрової економіки, а його революційність полягає у визначенні самої суті процесу переходу від матеріального виробництва, матеріальної економіки до інтегрованої електронної економіки побудованої на широкому застосуванні інформації й інтегрованих мереж та зростанні ролі сфери інформаційних цифрових технологій як основи функціонування економічних та соціальних систем [4].

Основною метою цифровізації економіки науковці визначають перебудову виробництва, зростання гнучкості та пристосованості до змін ринкових умов, що забезпечуватиме зростання конкурентоспроможності держави у світі цифрових технологій [5, с. 62]. Водночас, на нашу думку, метою цифровізації економіки є еволюціонування, перехід на новий рівень техніко-технологічного розвитку економічних систем та розбудови виробничих відносин на засадах активного застосування та впровадження техніко-технологічних, цифрових засобів комунікацій та технологій із метою забезпечення нового рівня суспільно-економічного розвитку [4].

Інновації, безумовно, захоплюють всю систему інформаційного забезпечення процесу управління, а відтак, й її центральну ланку – інформаційну систему бухгалтерського обліку, де у хронологічному і систематичному порядку збирається, обробляється, зберігається, накопичується і узагальнюється інформація про діяльність господарюючого суб'єкта [6, с. 171].

Провівши аналіз публікацій, нами було визначено структурно-функціональних елементів цифровізації е-обліку в процесів організації формування звітності господарської діяльності суб'єктів господарювання, до яких було включено елементи е-обліку та його функцій в цифровому просторі.

Основними елементами е-обліку є суб'єкти, які впроваджують, застосовують та розвивають цифрові процеси та безпосередньо виступають учасниками облікового процесу, а саме - сектор бізнесу (суб'єкти підприємницької діяльності, ІТ-компанії, та інші), фізичні (приватні) користувачі, державний сектор, провайдери.

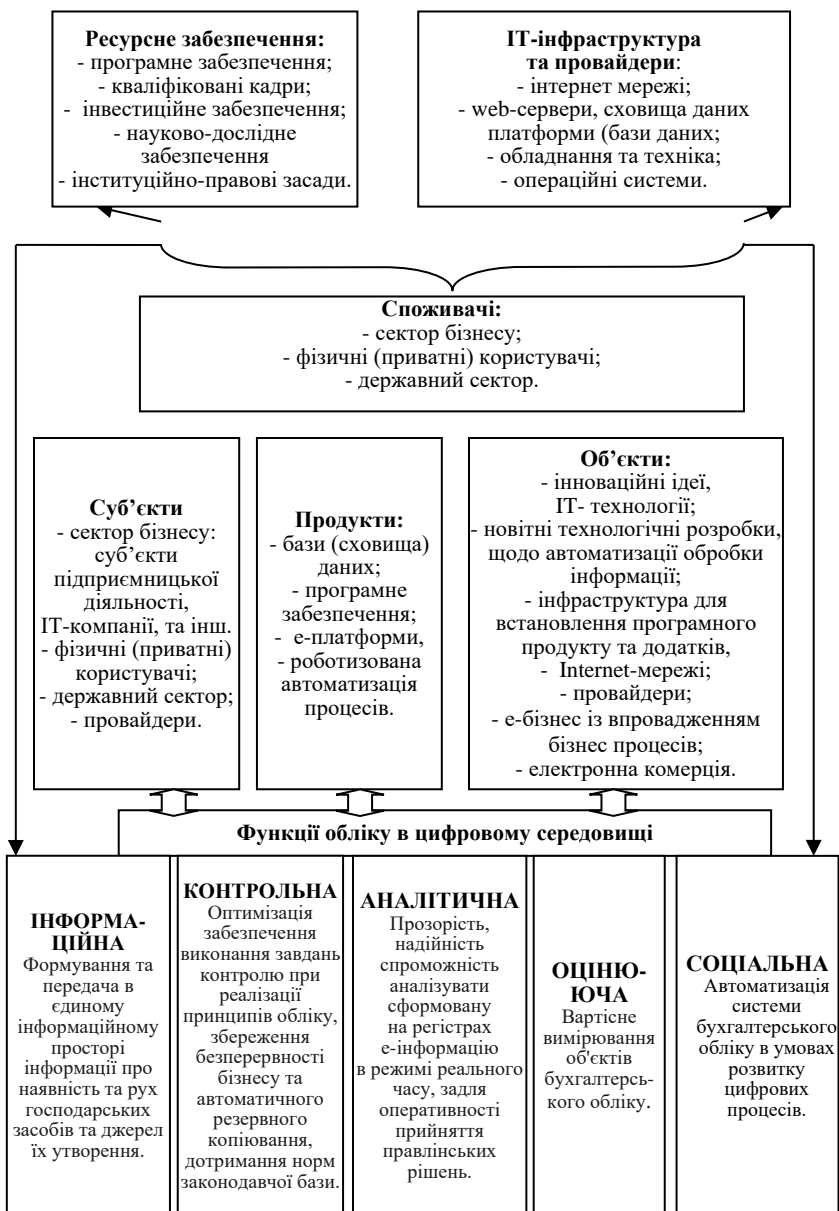


Рис. 1. Структурно-функціональні елементи цифровізації е-обліку (авторське узагальнення)

Джерело: складено автором

Основними продуктами на базі яких здійснюється ведення бухгалтерського обліку є програмне забезпечення (напр. «ДЕБЕТ Плюс», «MASTER: Бухгалтерія, BAS Бухгалтерія» тощо), бази (сховища) даних, е-платформи. До об'єктів, які являються потужним важелем розвитку е-обліку господарських процесів, відносять інноваційні ідеї, IT-технології; новітні технологічні розробки, щодо автоматизації обробки інформації; інфраструктура для встановлення програмного продукту та додатків; Internet-мережі; провайдери; е-бізнес із впровадженням бізнес процесів; електронна комерція. Споживачами продуктів автоматизованого обліку виступає сектор бізнесу; фізичні (приватні) користувачі; державний сектор.

Вагому питому вагу в організації е-обліку в цифровій економіці відіграє ресурсне забезпечення, до якого ми відносимо програмне забезпечення, кваліфіковані кадри, інвестиційне забезпечення, науково-дослідне забезпечення та інституційно-правові засади.

Організація та ведення бухгалтерського обліку в системі цифрової економіки неможлива без налагодження IT-інфраструктури та провайдерів, тобто інтернет мережі, web-сервери, сховища даних платформи (бази даних), обладнання та техніка, операційні системи.

Окрім елементів е-обліку господарських операцій, нами було виокремлено основні функції бухгалтерського обліку в цифровій сфері автоматизованих процесів, а саме: інформаційну, контрольну, аналітичну, соціальну та оцінюючу.

Отже, розвиток сектору цифрової економіки, який впливає на продукування нових цифрових систем, програмних продуктів, еволюцію зв'язків з клієнтами, комунікацію між бізнесом, споживачем і владою є причиною розвитку та модернізації бухгалтерського обліку суб'єктів господарювання. Нами було запропоновано структурно-функціональні елементи цифровізації е-обліку та визначені його основні функції. Ми вважаємо, що належним чином організоване інфраструктурне та ресурсне забезпечення автоматизованих процесів обліку спонукатиме споживачі інноваційних облікових процесів збору, реєстрації, об'єднання інформації, до реорганізації методів, принципів та системи обліку вцілому.

Література:

1. Куприяновский В. П. Цифровая экономика – умный способ работать. *International Journal of open Information Technologies*. 2016. № 4 (2). С. 47–55.

2. Tapscott D. *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*: New York; Monreal : McGraw Hill 1995. 432 p.

3. Negroponte N. Being Digital. NY: Knopf, 1995. 256 p.
4. Штець Т. Ф. Державне регулювання розвитку сектора цифрової економіки України: дис. канд. ек. наук : 051 / Штець Тетяна Федорівна. Львів, 2021. 240 с.
5. Руденко М. В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 61–65.
6. Клочко А. О. Цифрові технології в обліку і аудиті. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. Т. 1 (112). С. 170–176.

FINANCE, INSURANCE AND STOCK EXCHANGE BUSINESS: MODERNIZATION OF THE STRATEGIC PORTFOLIO

**Yuliia Verheliuk, PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of Financial Markets
and Technologies Department
State Tax University
Irpın, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-44>

ADAPTATION OF THE BANKING SERVICES MARKET IN UKRAINE TO THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW

АДАПТАЦІЯ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ

Повномасштабне вторгнення російських окупантів на територію України змусило перевести усі сфери суспільного життя у умови воєнного стану, що суттєво змінило життєвий уклад в країні. Банківська система та ринок банківських послуг сьогодні став життєзабезпечуючою артерією всієї економіки. Важко уявити будь який економічний процес без участі в тій чи іншій формі банківських установ. Отож, безумовно, ринок банківських послуг повинен швидко адаптуватись до надскладних умов та продовжувати своє функціонування.

Досвід двомісячного воєнного стану в Україні дозволив виявити слабкі місця, проблеми та зробити певні висновки, що стосуються функціонування ринку банківських послуг. Життєздатність ринку банківських послуг тісно пов'язана із загальним станом економіки України, саме тому проблематика є комплексною і не може вирішуватись ізольовано. Відсутність точних статистичних даних та макроекономічних прогнозів створює суттєві перепни для оцінки поточної ситуації, що змушує звертатись до неформальних індикаторів оцінки.

Адаптивність та гнучкість ринку банківських послуг сприяють пристосуванню економіки до умов воєнного стану. Про це свідчать успішне відновлення діяльності ринку банківських послуг в перший

тиждень війни в Україні. Банки продовжують надавати послуги як фізичним так і юридичним особам в Україні. Цьому сприяв запас міцності банківської системи України, що був сформований у довоєнний період. Проте, зрозумілим є те, що наявний капітал та запас міцності в умовах зниження банківської активності буде знижуватись. Саме тому, Національний банк України, з метою мінімізації негативного впливу російської військової агресії на банківську систему України, вживає заходів для підтримки стабільності, серед яких [1]:

- скасовано здійснення у 2022 році щорічної оцінки стійкості банків;

- уточнено положення стосовно незастосування до банків та відповідальних осіб банківських груп заходів впливу за порушення економічних нормативів, лімітів відкритої валютної позиції, строків подання та опублікування звітності, якщо такі порушення виникли після початку військової агресії;

- призупинено на час дії воєнного стану строки подання/розгляду інформації та документів, визначені нормативно-правовими актами Національного банку;

- уточнено порядок надання Національному банку інформації про дотримання економічних нормативів та іншої інформації.

Застосування цих заходів НБУ відображено у відповідних нормативних документах, зокрема Постановою правління НБУ від 7 березня 2022 р. № 40 фіксуються зміни у деяких нормативно правових-актах [2]. При цьому Національний банк України продовжує змінювати, відповідно до сучасних реалій, умови діяльності банків. Це стосується також припинення застосування заходів впливу за а порушення порядку формування та зберігання обов'язкових резервів, установленого Положенням про порядок формування та зберігання обов'язкових резервів банками України та філіями іноземних банків в Україні, що виникли під час дії воєнного стану та спричинені негативним впливом російської військової агресії [3].

Усвідомлюючи необхідність кредитної підтримки економіки України в умовах війни, Національний банк продовжує вживати заходи для спрощення умов діяльності банків, які в першу чергу орієнтуються на підтримання фінансового стану банків та їх спроможності кредитувати економіку.

Так, 25 лютого 2022 року Постановою Правління Національного банку України № 23 «Про деякі питання діяльності банків України та

банківських груп» надається дозвіл банкам не враховувати несплату за кредитами як прострочення протягом дії воєнного часу та 30 днів після цього, якщо несплата пов'язана із російською агресією та використовувати по домовленості з клієнтами кредитні канікули. Під кредитними канікулами розуміється відтермінування сплати боргу, а не його прощення. Кредитні канікули – це тільки пауза, тобто відтермінування у розрахунках клієнта з банком під час воєнного стану в країні. Така «перерва» може стосуватися сплати основної суми кредиту («тіла» кредиту) чи нарахованих відсотків [4]. Умови та особливості надання кредитних канікул визначаються кожним банком окремо. В Україні успішно реалізуються програми із надання кредитних канікул своїм позичальникам, зокрема такими банками: ПриватБанк, Ощадбанк, Райфайзен банк, ОТП Банк, Monobank та інші.

Гнучкі умови взаємодії банків з позичальниками забезпечуються завдяки новим умовам роботи. Банкам дозволено не враховувати прострочку за кредитами під час обрахунку та оцінки кредитного ризику. Також банки набули право реструктуризовувати кредити, потреба в чому виникла внаслідок російської агресії, що спровокувала зниження платоспроможності позичальників.

Проте, з позиції банківського нагляду, ключовими параметрами банківської системи сьогодні є ліквідність та платоспроможність. На сьогодні, в цілому ліквідними залишаються усі банки, хоча зважаючи на ринкову специфіку є окремі фінансові установи, що мають проблеми із ліквідністю. Що ж до платоспроможності, то враховуючи вплив ряду негативних чинників та довоєнні нормативи – банки не є платоспроможними. Але, враховуючи спрощені умови продовжують функціонувати та надавати кредитні послуги. В цьому руслі, слід відзначити, що відновлення платоспроможності банківської системи – не швидкий процес, а отже, фокус кредитної підтримки перебуває у площині державно-приватного партнерства та підтримки пріоритетних галузей економіки.

Таким чином, адаптація ринку банківських послуг до умов військового стану є важливим завданням, адже від життєздатності банківської системи залежить спроможність функціонування національної економіки. Можна позитивно оцінювати досвід адаптації ринку банківських послуг до військових умов за два місяці. Банки швидше почали впроваджувати та використовувати сучасні цифрові технології та інтегруватись у ринок Fin Tech [5].

Швидку та гнучку адаптацію забезпечували оперативні дії регулятора, які в основному пом'якшували регуляторні та наглядові вимоги до банків другого рівня. При цьому, слід об'єктивно оцінювати втрати, які несе банківська система під час війни і усвідомлювати, що наразі відбувається виснаження ліквідності та платоспроможності, наслідки чого будуть відчутними у поствоєнний період.

Література:

1. Національний банк продовжує вживати заходів для мінімізації негативного впливу російської військової агресії на банківську систему України. URL: <http://surl.li/burpr>.
2. Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України: Постанова Правління НБУ від 07.03.2022 р. № 40. URL: <https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution0703202240>.
3. Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України: Постанова Правління НБУ від 21.03.2022 р. № 57. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_21032022_57.
4. Про деякі питання діяльності банків України та банківських груп: Постанова Правління НБУ від 25.02.2022 р. № 23. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_25022022_23?fbclid=IwAR2IkuZyuOTgQ9d2VDTOVQoVhwUCIWU-XStCzJKZ5eXk2uAGIcNPxpC_1zM.
5. Вергелюк Ю. Потенціал використання блокчейн технологій на фінансовому ринку. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-15>.

**Elmira Hataullina, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**

Lina Marshuk, Candidate of Economic Sciences

*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics*

Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-45>

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INVESTMENT ACTIVITIES AND STRATEGIES ON THE STOCK MARKET IN UKRAINE

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СТРАТЕГІЙ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ В УКРАЇНІ

Надзвичайно важливим питанням є визначення перспектив розвитку інвестиційної діяльності та стратегій на фондовому ринку України. Для того, щоб фондовий ринок почав розвиватися необхідно чітко визначити напрям у якому потрібно рухатись для покращення теперішньої ситуації. В першу чергу держава повинна визначити, які саме сфери інвестиційної діяльності на фондовому ринку потребують модернізації, і тільки після цього шукати шляхи вирішення питань, які постають у процесі.

Одним із найперспективніших напрямів розвитку є впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, оскільки саме це може призвести до економічного зростання. Покращення телекомунікаційних систем дасть можливість суб'єктам фондового ринку отримувати необхідну інформації швидше та легше, це неодмінно спростить діяльність інвесторів і збільшить приток інвестицій як іноземних інвесторів, так і вітчизняних.

Через фондовий ринок держава повинна сприяти фінансуванню таких соціально значущих сфер, як освіта, житлове будівництво, охорона здоров'я. До того ж присутність на фондовому ринку держави сприятиме фінансуванню галузей промисловості, які мають низьку рентабельність або є нецікавими для приватного, але залишаються соціально важливими.

Перетворити фондовий ринок на механізм інвестиційного обслуговування економіки можливо тільки за наявної чіткої державної стратегії реформування фондового ринку.

Стратегія державного реформування фондового ринку в першу чергу повинна бути націлена на збільшення ролі держави у регулюванні фондового ринку. Роль держави у регулюванні фондового ринку є предметом уваги Консультаційно-експертної ради Національної комісії з цінних паперів і фондового ринку. У складі Консультаційно-експертної ради наявні такі секції: секція правового забезпечення фондового ринку; секція розвитку інфраструктури фондового ринку; секція розвитку корпоративного управління; секція інституціональних інвесторів [1]. Склад секцій Консультаційно-експертної ради представлено на рис. 1.



Рис. 1. Склад секцій Консультаційно-експертної ради

Джерело: створено на основі [1]

Україна володіє досить значним економічним потенціалом розбудови на своїй території національного фондового ринку, у цьому випадку темп росту фондового ринку зможе значно випередити ріст валового внутрішнього продукту. Фондовий ринок зобов'язаний функціонувати як врегульована частина великої, складної фінансової системи, синхронізованої з банківським сектором та системою державного фінансування. Для того, щоб впорядкувати інвестиційну діяльність та розвивати ринок цінних паперів в Україні має бути підготовлена та чітко побудована програма, яка визначатиме основні напрямки майбутнього реформування фондового ринку та його модернізацію на правовому, інституціональному та технологічному рівнях. Фондовий ринок України на даний час перебуває на стадії розбудови. Аналізуючи його стан можна відмити деякі позитивні

моменти. Незважаючи на складність становища України, та подій, що відбуваються на її території інфраструктура ринку цінних паперів має схильність до розвитку та зростання.

Для активного розвитку фондового ринку на території України необхідно впровадити такі заходи з його реформування, які будуть спрямовуватись на вирішення проблем розвитку та забезпечення ефективного функціонування, а саме:

- підвищити рівень капіталізації та ліквідності фондового ринку;
- покращити захист прав інвесторів;
- досягти стабільності загальноекономічної ситуації в державі, зниження різного роду ризиків;
- створити багатофункціональну біржу національного значення, яка буде відповідати стандартам і принципам регульованих ринків Європейського Союзу;
- підвищити прозорість операцій на фондовому ринку;
- узгодити вітчизняне законодавство з міжнародними стандартами та сучасними вимогами розвитку фінансових відносин.

Також важливе значення для реформування фондового ринку на території України має забезпечення ефективного функціонування Національного депозитарію України. Діяльність Національного депозитарію України має бути побудована на принципах відображених на рис. 2.

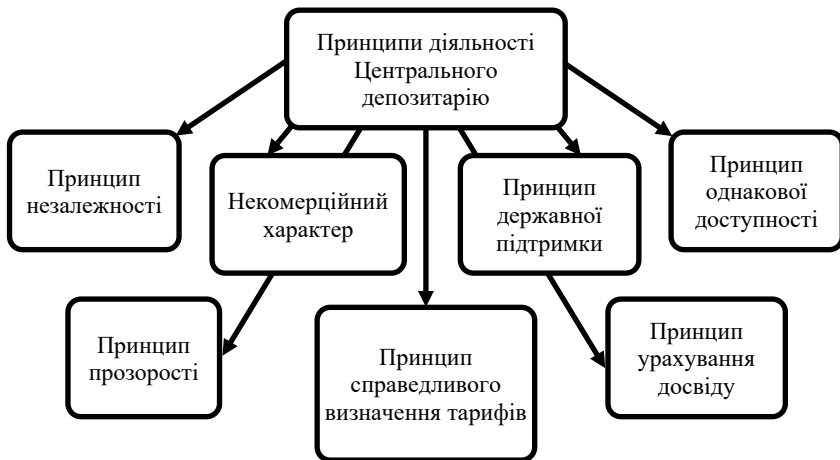


Рис. 2. Основні принципи діяльності Центрального депозитарію

Джерело: створено автором на основі [2]

Особливості розвитку фондового ринку зумовлені його виникненням і розвитком в умовах переходу від планової економіки до більш розвиненої змішаної економік з ринковою орієнтацією [2]. Такі умови спричинені революційним характером перетворень, нестійким станом економіки та суспільства, великим різноманіттям можливих шляхів переходу, наявністю особливих економічних форм, які функціонують з використанням як принципів планового так і принципів ринкового господарювання.

Ринок цінних паперів є найвагомішим фактором залучення фінансово-капітальних ресурсів у ринковій економіці, зокрема важливим інструментом проведення інноваційної політики в державі. Він є невід'ємним атрибутом інституційного регулювання національної економіки. Існуючі проблеми, характерні для фондового ринку України – це значний дефіцит грошових ресурсів для інвестицій всередині країни, обмежена кількість ліквідних та привабливих для інвестування фінансових інструментів, низька ліквідність та капіталізація ринку цінних паперів, мала частка біржового сегменту ринку, недостатнє нормативно-правове регулювання утворення цін на ринку, доволі висока фрагментарність біржової та депозитарної структури.

Щоб вирішити проблемні питання та стимулювати вихід на новий рівень економічного зростання та подальшого розвитку ринку потрібно вирішити такі завдання: збільшити капіталізацію, ліквідність та прозорість фондового ринку, удосконалити ринкову інфраструктуру та забезпечити її надійне та ефективне функціонування, удосконалити механізми державного регулювання, нагляду на фондовому ринку та захисту прав інвесторів. Вирішення усіх цих проблем стимулюватиме подальший розвиток фондового ринку України.

Література:

1. Калюга О. О. Державне регулювання фондового ринку в Україні: проблеми і шляхи вирішення. *Теорія та практика державного управління* : Зб. наук. пр., м. Харків. Харків, 2012. С. 270–276. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2012_2_42.
2. Колупасв Ю. Б., Залюбовська С. С., Яковенко М. А. Обґрунтування напрямів перспективного розвитку фондового ринку України. *Ефективна економіка*. 2018. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&am;z=6570>.
3. Яцик М. Проблеми та шляхи підвищення ефективності державного регулювання фондового ринку України. *Економічна модель сучасності: завдання, виклики, перспективи* : Міжнар. науково-практ. конф., м. Ніжин, 6–7 квіт. 2017 р. Ніжин, 2017. С. 244–246.

**Oksana Horbachova, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Senior Lecturer
at the Department of Finance, Accounting and Taxation
Kateryna Kushnirova, Bachelor
National Aviation University
Kyiv, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-46>

ACTUARIAL CALCULATIONS IN THE PENSION INSURANCE SYSTEM

АКТУАРНІ РОЗРАХУНКИ В СИСТЕМІ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ

Пенсійна система України – це складний фінансовий механізм і планування його діяльності має високий професійний та науковий рівень. За статтею 77 Закону України «Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування» передбачено, що в Україні передбачено створення системи актуарних розрахунків фінансового стану системи загальнообов’язкового державного пенсійного страхування та встановлення єдиних норм і методологічних підходів до проведення таких розрахунків [1].

Пенсійне страхування як один із видів соціального страхування – це створена державою система, яка дає захист громадянам країни у старості у випадку втрати працездатності або хвороби. Поняття «соціальне страхування» пов’язують з проблемою фінансового забезпечення соціальних виплат.

Актуарні розрахунки з точки зору пенсійного страхування здійснюються на основі моделювання потоків фінансових ресурсів, що надходять. Базис моделювання складає багато чинників. Ними є інфляція, відсоткова ставка, динаміка цін різних цінних паперів, тощо. Такий метод допомагає розрахувати величини страхових тарифів, премій, страхові ризики і т.д. Взагалі, розмір тарифних ставок страхових внесків і величина страхового резерву висвітлюється саме завдяки актуарним розрахункам. Їх застосування пояснюється наявністю фінансових зобов’язань, що є невід’ємним механізмом функціонування економіки держави.

Основними завданнями актуарних розрахунків у пенсійному забезпеченні є:

- дослідження та групування ризиків у межах страхової сукупності;
- розрахування математичної імовірності настання страхового випадку, визначення частоти і величини складності наслідків спричинених збитків (за групами ризику або сукупно);
- математичний опис витрат, які є необхідними для ведення страхової справи та прогнозу тенденцій розвитку витрат;
- математичне обґрунтування необхідних резервних фондів страховика і джерел, шляхів їх формування;
- дослідження норми дохідності капіталу при інвестуванні страховиком зібраних страхових внесків, а також тенденцій її зміни протягом певного часового інтервалу [3].

Постановою Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2004 р. затверджено, що система актуарних розрахунків – це комплекс організаційних, програмних та технологічних заходів, що здійснюються з метою одержання коротко-, середньо- та довгострокового прогнозів фінансового стану пенсійної системи. [2] Дана система включає в себе створення бази даних із наступним проведенням актуарних розрахунків з метою подати Кабінетові Міністрів України звіт про результати його проведення.

Джерела формування бази розрахунків включають в себе декілька баз:

- інформація органів державної статистики, міністерств та інших центральних органів виконавчої влади;
- висновки з наукових та статистичних досліджень;
- дані системи персоніфікованого обліку внесків, звітності платників страхових внесків та іншої звітності Пенсійного фонду України;
- показники виконання бюджету Пенсійного фонду України.

Проведення актуарних розрахунків включає в себе використання таких моделей, як: прогнозування фінансового стану солідарної та накопичувальної пенсійної систем, а також прогнозування фінансового стану пенсійної системи.

Методика проведення актуарних розрахунків включає в себе прогнози наступних вимірів:

- короткострокові (на кожний рік та наступні 5 років);
- середньострокові (на кожні наступні 10 років);
- довгострокові (на кожні наступні 75 років).

Важливо визначити, яким способом проводити прогноз, так як з економічної точки зору потрібно спланувати масштабні за обсягом витрати. Саме тому роль актуаріїв є основною в цій справі [2].

У кожній з моделей прогнозування макроекономічні прогнози рівня інфляції та зайнятості населення (та/або безробіття), темпи зростання реальної середньої заробітної плати, мінімальної заробітної плати та фонду оплати праці мають вагоме значення. Крім цього, відбувається урахування величини максимального розміру заробітної плати, з якої справляються страхові внески, розмір прожиткового мінімуму для непрацездатних осіб, дані прогнозу демографічної ситуації та припущення щодо зміни ставок внесків на обов'язкове державне пенсійне страхування для працівників та роботодавців, перерозподіл розмірів цих ставок між солідарною та накопичувальною пенсійними системами. Саме тому для прогнозного розрахунку пенсійних показників залучені такі фінансові показники, що стосуються майже усіх сфер фінансової системи. Цей факт показує точність і достовірність актуарних розрахунків в пенсійному страхуванні.

Фінансовий сенс функціонування системи пенсійного забезпечення в Україні (за умови введення накопичувальної складової) описується таким чином:

$$I_t = C_t + R_t, \quad (1)$$

$$R_t = \left(\sqrt{1+i} - 1\right)(C_t - E_t) + iF_{t-1}, \quad (2)$$

$$\Delta F_t = F_t - F_{t-1} = I_t - E_t, \quad (3) \quad C_t = p_t S_t, \quad (4)$$

де: F_t : Розмір резервів пенсійного фонду на кінець року t .

I_t : Загальні надходження до пенсійного фонду протягом року t (у т. ч. доходи від інвестицій).

C_t : Страхові внески зібрані протягом року t (за виключенням інвестиційних надходжень).

R_t : Дохід від інвестування страхових резервів за рік t .

E_t : Загальна сума витрат протягом року t , яка складається з загальної суми пенсійних виплат V_t та адміністративних витрат A_t (тобто, $E_t = V_t + A_t$).

S_t : Сумарна заробітна плата активних учасників пенсійної системи (база розрахунку пенсійних внесків) у році t .

P_t : Страховий тариф (ставка) у році t .

і: Норма прибутку на інвестиції страхових резервів (розраховується як константа у часі).

З рівнянь (1) – (4), впливає що:

$$F_t = (1+i)F_{t-1} + \sqrt{1+i}(C_t - E_t), \quad (5)$$

Після розрахунку вихідні показники показують розміри і обсяги пенсії, чисельність населення працездатного та пенсійного віку, їх співвідношення, розміри середньомісячної пенсії, співвідношення заробітної плати і пенсії до та після запровадження накопичувальної пенсійної системи, баланс власних коштів (доходів і витрат) Пенсійного фонду України. Крім цього, можна побачити баланс коштів (доходів і витрат) Пенсійного фонду України з урахуванням інших джерел фінансування, у тому числі державного бюджету, фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування та інші середньорічні розміри.

Можна побачити, що суть актуарних розрахунків полягає в регулярному здійсненні фінансових прогнозів коротко і довготермінових наслідків створення, впровадження та функціонування пенсійних програм. Сам актуарій, аналізуючи поточний фінансовий стан пенсійного фонду, розробляє рекомендації щодо суми коштів, які будуть внесені до фонду. Для того, щоб виконати такий аналіз, він спершу визначає розмір зобов'язання пенсійного фонду перед своїми учасниками, тобто обраховує суму зароблених на момент проведення аналізу пенсій. Стосовно пенсій, які вже виплачуються, зобов'язання визначаються як загальна сума коштів, необхідних для здійснення майбутніх пенсійних виплат.

Узагальнюючи зазначене, можна зробити наступні висновки. Використання актуарних розрахунків у пенсійному страхуванні – це чудовий механізм, який дає можливість визначити спроможність тієї чи іншої пенсійної програми виконати фінансові зобов'язання страхувальнику перед застрахованими особами. Актуарний розрахунок визначає ефективність інвестування накопичених коштів, розмір винагороди за управління активами, розмір страхового внеску, тощо.

Варто зауважити, що актуарні розрахунки як вид діяльності є специфічним, бо його предметом є фінансові схеми, і вони породжують ті чи інші зобов'язання невизначеного майбутнього обсягу фінансових ресурсів. Зокрема, це пенсійні зобов'язання. Необхідність в актуарних розрахунках виникає у зв'язку із ризиком невиконання цих зобов'язань. Для накопичувальних пенсійних схем актуарні розрахунки допомагають досягти таких цілей:

- визначити резерви;
- оцінити інвестиційні схеми;
- визначити норми відрахувань від зарплати;
- спрогнозувати грошові потоки.

Пенсійна система України заснована на розподільчому принципі й має низку специфічних елементів, які необхідно враховувати в математичних моделях. Насамперед це стосується розрахунків систем індивідуальних коефіцієнтів, пільги, індексація і т.д. Перспективними напрямками подальших досліджень можуть бути питання визначення параметрів розвитку пенсійної системи України на основі актуарних розрахунків, оцінка пенсійних програм недержавних пенсійних фондів.

Література:

1. Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» від 09.07.2003 р. № 1058-IV (Редакція станом на 01.04.2015) URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1058-15/page> (дата звернення: 19.09.2022).
2. Постанова КМУ «Про затвердження Методики проведення актуарних розрахунків у системі загальнообов'язкового державного пенсійного страхування» № 1677 від 16 грудня 2004 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1677-2004-%D0%BF#Text> (дата звернення: 19.09.2022).

APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF METHODS OF STATE REGULATION OF THE ECONOMY

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ МЕТОДІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Держава покликана забезпечити сприятливі умови для розвитку економіки, а також підтримувати її стабільність. Сучасна ринкова економіка передбачає мінімальне втручання з боку держави у свої регулярні процеси. Необхідність державної регулюючої присутності виникає, як правило, за неспроможності ринку до заходів саморегулювання, виникненні проблем та відсутності можливості щодо їх самостійного вирішення.

Науковці, що впродовж років становлення та розбудови національної економіки України досліджували вплив держави на соціально-економічний розвиток, зуміли визначити та систематизувати напрямки використання системи основних методів, форм та інструментів державного регулювання соціально-економічних процесів.

Однак, зазначимо, що попри переважну злагодженість економічних джерел щодо класифікації таких елементів як форми чи методи державного регулювання економіки, подекуди можемо спостерігати окремі розбіжності як у їх систематизації, так і у віднесенні до різних категорій.

Методами державного регулювання економіки, на думку Сенишин О. С., є способи впливу держави на сферу підприємництва, інфраструктуру ринку, а також на некомерційний сектор економіки для створення умов їх діяльності, що відповідають національній економічній політиці [1, с. 28]. Яковенко Р. В. тлумачить методи державного регулювання економіки як сукупність способів, засобів та прийомів впливу держави на її соціально- економічний розвиток [3, с. 7].

У даній роботі розглянемо підходи кількох науковців-економістів щодо класифікації методів державного регулювання економіки.

Так, Третяк Г. С. та Бліщук К. М. поділяють методи державного регулювання економіки на:

- правові, що визначають правовий простір діяльності суб'єктів господарювання;
- адміністративні, що прямо впливають на функціонування суб'єктів ринку;
- економічні (методи непрямого або опосередкованого впливу), що впливають на економічні інтереси суб'єктів господарювання та визначають їх поведінку [2, с. 21].

Вищенаведена структура методів державного регулювання наведена на рис. 1.

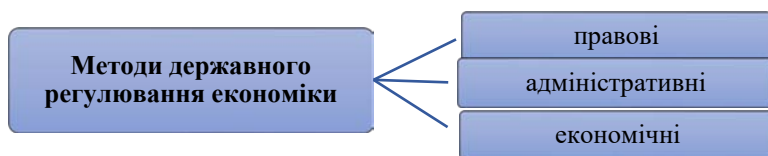


Рис. 1. Методи державного регулювання економіки (за класифікацією Третяк Г. С. та Бліщук К. М.)

Джерело: систематизовано автором з використанням джерела [2]

Схожу класифікацію методів державного регулювання економіки пропонує науковець Яковенко Р. В., однак окрім правового, адміністративного та економічного регулювання, доповнює її наступними методами:

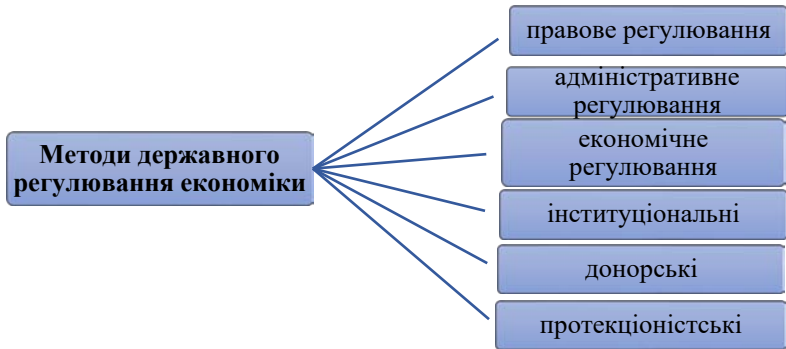
- інституціональними, що притаманні розвинутих ринковим країнам та визначають певний зв'язок економіки, що втрачає випадковий характер з правовими, етичними, організаційними та ін. нормами і правилами;
- донорські, що передбачають надання певних дотацій та пільг;
- протекціоністські, що передбачають надання захисту національного виробника від зовнішньої конкуренції, а також сприяють розвитку національної науки і техніки [3, ст. 9].

Класифікація методів державного регулювання, запропонована Яковенком Р. В. наведена на рис. 2.

Сенишин О. С. класифікує методи державного регулювання економіки відповідно до окремих ознак. Так, за формами впливу такі методи науковець поділяє на:

- методи прямого впливу, що реалізуються засобами адміністративно-правового характеру та економічними регуляторами;

– методи непрямого впливу, що діють опосередковано та покликані в інтересах держави створювати сприятливі, мотивуючі умови для суб'єктів економічної системи [1, с. 28].



**Рис. 2. Методи державного регулювання економіки
(за класифікацією Яковенка Р. В.)**

Джерело: систематизовано автором з використанням джерела [3]

За такою ознакою як засоби впливу Сенишин О. С. поділяє методи державного регулювання економіки на:

- правові, що ґрунтуються на використанні нормативних документів;
- адміністративні, що вирізняють такі типи заходів як заборона, дозвіл та примус;
- організаційні, що реалізуються через адміністративно-правові акти та мають відношення до організаційних аспектів господарської діяльності та взаємовідносин її різних суб'єктів;
- економічні, що визначають та трансформують економічні умови функціонування й обороту суспільного капіталу у процесі кругообігу [1, с. 29].

Структура методів державного регулювання економіки за окремими ознаками, класифікована Сенишин О. С. наведена на рис. 3.

Науковець додатково поглиблено систематизує методи державного регулювання економіки за іншими класифікаційними ознаками. Так, за характером впливу виділяє стримувальні (обмежувальні), заборонні, дозвільні, стимулювальні, імперативні (рекомендаційні), директивні та комплексні методи; за спрямованістю впливу – донорські та протекціоністські методи; за способом прийняття –

правові та неправові методи; за способом легалізації – легальні (офіційні) та нелегальні (неофіційні) методи; за періодом застосування – оперативні, короткотермінові, середньотермінові та довготермінові методи; за масштабом застосування – загальні та часткові методи; за рівнем впливу – загальнодержавні, регіональні (територіальні) та місцеві методи; за об’єктом впливу – галузеві (секторальні) та функціональні методи; за суб’єктом впливу – одноосібні, колегіальні та колективні методи [1, с. 30].

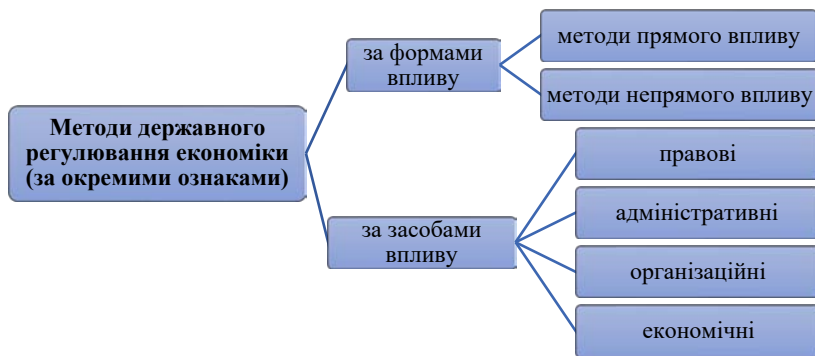


Рис. 3. Методи державного регулювання економіки (за окремими ознаками) (за класифікацією Сенишин О. С.)

Джерело: систематизовано автором з використанням джерела [1]

Підсумовуючи вищенаведене, резюмуємо, що підходи до класифікації методів державного регулювання економіки, що являють собою комплекс засобів та прийомів державного впливу на соціально-економічний розвиток країни, у науковців-економістів є в цілому узгодженими.

Література:

1. Сенишин О. С. Державне регулювання економіки: навч. посіб. О. С. Сенишин, М. О. Горинь, О. О. Кундицький. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2014. 334 с.
2. Третяк Г. С., Бліщук К. М. Державне регулювання економіки та економічна політика: навч. посіб. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. 128 с.
3. Яковенко, Р. В. Конспект лекцій з курсу «Державне регулювання економіки». Кіровоград : КНТУ, 2012. 40 с.

NATURAL LANGUAGE PROCESSING IN FORECASTING FINANCIAL MARKETS

ВИКОРИСТАННЯ ОБРОБКИ ПРИРОДНЬОЇ МОВИ У ПРОГНОЗУВАННІ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ

Прогнозування фінансових ринків є важливим і складним завданням. Розвиток веб-технологій призвів до експоненціального зростання обсягів доступних даних. Це може стати ключем до розкриття мінливості фінансового ринку та сприяти точності прогнозування. Однак, такі дані, як правило, є неструктурованими. Хоча людина може легко їх інтерпретувати, проте вручну опрацювати їх у великій кількості досить складно. Важливо розуміти різні підходи до обробки таких даних, щоб оптимізувати ефективність прогнозування.

З точки зору попиту, ціни на фінансових ринках відображають очікування інвесторів щодо майбутньої вартості конкретного активу. Торговельна діяльність інвесторів базується на обробці інформації. Останнім часом розвиток веб-технологій сприяє зростанню обсягів текстових даних, і масово доступні дані можуть бути використані для виявлення непояснених коливань на фінансовому ринку та покращення якості прогнозування. Природна мова в тексті, як правило, неструктурована і може містити різномірне логічне навантаження. Вона може бути легко інтерпретована людиною, але її обробка машиною є проблематичною. Таку величезну кількість текстових даних важко обробити людині вручну через брак часу, здібностей, енергії тощо. Винахід технології обробки природної мови (англ. natural language processing) дозволив розробити обчислювальні моделі, які дають змогу машині розуміти людську мову та автоматично вирішувати практичні завдання.

У попередніх дослідженнях прогнозування біржових показників на основі тексту здебільшого покладалися на обробку слів за допомогою таких підходів як «торба слів», N-грам, TF-IDF, тощо [4].

Однак ці підходи не враховують порядок слів та обробляють слова окремо.

Семантичний підхід долає вищезазначену проблему шляхом векторизації та є ключем до підвищення продуктивності моделей. Використання передавального навчання (англ. transfer learning) посилює семантичний підхід. При його використанні велика модель спочатку проходить попереднє навчання на великому корпусі тексту, а в подальшому додатково навчається під більш конкретні задачі. Це значно знизило складність застосування та зменшило витрати на обчислення, оскільки модель може бути ініціалізована з попередньо навченої моделі замість навчання з нуля. При використанні передавального навчання важливо, щоб домен моделі попереднього навчання не сильно відрізнявся від фінального. Велика розбіжність може призвести до погіршення ефективності. Наприклад, деякі моделі можуть розпізнавати слово «знецінення» як таке, що має негативний відтінок, хоча це слово може вказувати на сприятливу інвестиційну можливість. В зв'язку з цим, потрібно використовувати найбільш придатні попередньо навчені моделі або збільшувати обчислювальні витрати для вдосконалення фінальної моделі.

Сентиментальний підхід може визначати емоційну тональність тексту через векторизацію. При роботі з абзацами або цілими документами, стає проблематично трансформувати їх у вектор фіксованого розміру без певного зниження якості репрезентації, що, в свою чергу, погіршує ефективність моделей [1; 2; 3; 5]. Крім того, велика кількість інформаційного шуму призводить до зниження якості векторизації та погіршує кінцеву ефективність моделі [3]. До того ж, закодована інформація у векторній формі не може бути інтерпретована людиною. Нейронна мережа – це чорний ящик, що може перешкоджати процесу інтерпретації. З позиції фінансів можливість інтерпретації є важливою, оскільки це дозволяє зменшувати інвестиційні ризики та уникати фінансових втрат.

Подієво-орієнтований підхід дозволяє за допомогою метода графів створювати модель зв'язків всередині речень та абзаців для кращої інтерпретації [6]. Це важливо, та як нехтування дрібнозернистою інформацією є критичним і може призвести до введення в оману. Наприклад, речення «А добре, а Б погано» має одразу два твердження і його важко узагальнити. Як позитивна, так і негативна оцінка такого речення не є точною, і узагальнення до рівня речення призведе до втрати додаткової інформації.

Отримати якісну оцінку деяких видів тексту можна тільки при використанні окремих підходів [7]. Контент соціальних медіа, як правило, містить сильно виражені настрої та лексично неповний та добре аналізується за допомогою сентиментального підходу. Як приклад: коментар у соціальних мережах «Акція А хороша через вчорашнє оголошення». Експертні фінансові новини, як правило, мають нейтральне емоційне навантаження і є доволі чіткими та зрозумілими, що дозволяє використовувати подієво-орієнтований підхід. Виходячи з цього, дослідникам рекомендується враховувати такі властивості вхідного тексту, як суб'єктивність, довжина та деталізація. Підбір оптимального підходу на основі цих параметрів може дозволити отримувати більш точні прогнози.

Результати порівняння різних підходів обробки природньої мови у прогнозуванні фінансових ринків підсумовано у таблиці 1.

Таблиця 1

**Порівняння різних підходів обробки природньої мови
у прогнозуванні фінансових ринків**

	Семантичний підхід	Сентиментальний підхід	Подієво-орієнтований підхід
Інтерпретація результатів	Ні	Ні	Так
Визначення впливу асиметричного контенту	Так	Так	Так
Визначення взаємопов'язаності контенту	Так	Ні	Так
Опрацювання дрібнозернистої інформації	Так	Так	Так
Оптимальний тип вхідних даних	Будь-який	Суб'єктивний	Об'єктивний
Деталізація вхідних даних	Будь-який	Будь-який	Необхідна деталізація
Довжина тексту	Погано працює з великими текстами	Погано працює з великими текстами	Добре працює з великими текстами
Напрямок застосування	Новини, фінансові звіти	Соціальні мережі, форуми	Новини, фінансові звіти

Таким чином, в рамках дослідження було розглянуто підходи до прогнозування біржових показників на основі обробки природної мови, включаючи такі, що базуються на аналізі семантики, настроїв, подій та гібридні варіанти. Описано сильні та слабкі сторони кожного підходу, їх відмінності та напрями застосування. Було здійснено спробу допомогти людям з різним досвідом легко зрозуміти відповідні підходи. Закладено основу для подальших досліджень в напрямку прогнозування біржових показників.

Література:

1. Chen D., Zou Y., Harimoto K. Incorporating fine grained events in stock movement prediction. 2019.
2. Hu Z., Liu W., Bian J., Liu X., Liu T. Listening to chaotic whispers: A deep learning framework for news-oriented stock trend prediction. 2018. P. 261–269.
3. Xing, F.Z.; Cambria, E.; Welsch, R.E. Natural language based financial forecasting: A survey. 2018. Vol. 50. Issue 1. Pp 49–73.
4. Verma, R., Verma, P. Noise trading and stock market volatility. 2007. Vol. 17, Issue 3. Pp. 231–243.
5. Chan J., Leow, S., Bea K. Mitigating the Multicollinearity Problem and Its Machine Learning Approach: A Review. 2022. Vol. 10, Pp. 1–17.
6. Chan J., Leow, S., Bea K. A Correlation-Embedded Attention Module to Mitigate Multicollinearity: An Algorithmic Trading Application. 2022. Vol. 10, 1231.
7. Jiang W. Applications of deep learning in stock market prediction: Recent progress. 2021. Vol. 184.

Olena Prutska, Doctor of Economic Sciences, Professor
Anastasiia Abdullaieva, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor

Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-49>

**DIGITALIZATION OF THE FINANCIAL SECTOR
IN NEW INSTITUTIONAL STRATEGY
OF THE NATIONAL BANK OF UKRAINE**

**ЦИФРОВІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ
В НОВІЙ ІНСТИТУЦІЙНІЙ СТРАТЕГІЇ
НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ**

Поширення інформаційно-комунікаційних технологій в усіх сферах суспільного життя дало підстави впровадженню у науковий обіг і практичну діяльність понять «цифровізація» або «діджиталізація». Цифровізація (з англ. digitalization) – це впровадження цифрових технологій в усі сфери життя.

Цифровізація економіки дозволяє досягти багатьох позитивних соціальних та економічних ефектів. Єдиним фундаментальним принципом цифровізації є ідея покращення процесів життєдіяльності людей за рахунок застосування сучасних технологій у різних сферах суспільного життя. Під впливом загальної цифровізації економіки відбувається трансформація фінансового сектору: з'являються нові гравці фінансового ринку, змінюється роль фінансового посередництва, впроваджуються нові підходи до організації торгівлі цінними паперами та іншими фінансовими інструментами.

Під цифровою економікою розуміється тип економіки, де ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність, продуктивність, цінність послуг та товарів, побудувати цифрове суспільство. Частка цифрової економіки у ВВП найбільших країн світу у 2030Е досягне 50–60%. В Україні цей показник, за оцінками фахівців Українського інституту майбутнього, може бути ще вищим – 65% ВВП (за реалізації форсованого сценарію розвитку цифрової економіки в Україні) [1].

Закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» від 15.07.2021 р. № 1667-IX покликаний створити сприятливі умови для ведення інноваційного бізнесу в Україні, розбудови цифрової інфраструктури, залучення інвестицій і талановитих фахівців. Для стимулювання розвитку цифрової економіки документ запровадив правовий режим «Дія Сіті» та визначив організаційні, правові й фінансові засади його функціонування.

Глобальна цифровізація, викликана COVID-19 і карантинними обмеженнями останніх років, стала основним трендом останніх років і викликала докорінні зміни й на ринку фінансових послуг. З урахуванням останніх тенденцій Національний банк розробив нову інституційну Стратегію Національного банку України до 2025 року (далі – Стратегія) [2]. Цей документ сфокусований на створенні максимальної цінності для клієнтів, що відповідає викликам сьогодення та сприятиме сучасному розвитку регулятора фінансового сектора України. Реалізація Стратегії здійснюватиметься за наступними стратегічними напрямками (табл. 1).

Таблиця 1

Основні напрями реалізації Стратегії НБУ до 2025 р.

Напрями реалізації Стратегії		
Сприяння відновленню та розвитку економіки	Цифрові фінанси як драйвер для цифровізації економіки:	Інституційний розвиток та операційна досконалість Національного банку
Підтримання макростабільності Відновлення кредитування економіки Розвиток ринку фінансових послуг Розвиток інфраструктури ринків капіталу	Розвиток безготівкової економіки Підвищення рівня фінансової інклюзії Розвиток інновацій фінансового сектора Кіберзахист фінансового сектора	Підвищення операційної ефективності Партнерство та комунікація зі стейкхолдерами Національного банку Цифрова трансформація Національного банку Національний банк – найкращий роботодавець

Розглянемо основні напрями стратегії розвитку цифрових фінансів. В основі розширення сфери функціонування цифрових фінансів лежить розвиток безготівкової економіки. З цією метою в Україні розширюється платіжна інфраструктура – зростає кількість

активних карток в обігу, збільшується насиченість платіжними терміналами роздрібною торговою мережі. Загальна кількість операцій (безготівкових та з отримання готівки) з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками, за січень-вересень 2021 року становила 5 655,3 млн шт., а їх сума – 3 631,2 млрд грн. Порівняно з аналогічним періодом 2020 року кількість зазначених операцій зросла на 31,2%, а сума – на 29,3%. З початку 2021 року загальна кількість платіжних карток в Україні зросла на 7% до 78,4 млн шт. Із них більше половини (54,6%) використовувалися в вересні 2021 року для здійснення видаткових операцій [3]. НБУ здійснює оверсайт платіжних систем, щоб забезпечити надійність безготівкових платежів. Постійно удосконалюються підходи до моніторингу операційних ризиків платіжних систем для недопущення їх реалізації. Підвищення надійності фінансової, зокрема платіжної, інфраструктури – одна із ключових цілей НБУ.

Важливим драйвером цифровізації економіки НБУ розглядає підвищення рівня фінансової інклюзії. Сутність фінансової інклюзії полягає у залученні населення, особливо слабо розвиненої його частині з низьким рівнем доходу, до певних фінансових продуктів у відкритій формі за допомогою різноманітних фінансових організацій та фінансової інфраструктури. Реалізація стратегії НБУ у напрямі запровадження фінансової інклюзії реалізується в наступних напрямках:

- розвиток платіжної інфраструктури шляхом: переведення транзакцій в електронні канали (розвиток електронних платежів, у тому числі за комунальні послуги, електронних грошей (які випускає Національний банк), платежів з використанням пристроїв мобільного зв'язку), поширення використання міжнародних та національних платіжних систем, ознайомлення населення з перевагами та прогресивними видами безготівкових розрахунків;

- запровадження віддаленої ідентифікації клієнтів для отримання ними фінансових послуг;

- укладення договорів у безпаперовій формі, у тому числі з використанням електронного цифрового підпису [2].

Етапи цифрової трансформації у банківському секторі передбачають: появу Digital-каналів (розвиток мережі банкоматів, поширення POS-терміналів, виникнення інтернетбанків, мобільних банків, використання чат-ботів тощо); появу Digitalпродуктів, коли за допомогою передового сучасного софту створюються продукти E2E (end to end), покликані цілодобово задовольняти фінансові запити

клієнтів: безконтактні платежі, віртуальні картки, Big Data, штучний інтелект, машинне навчання тощо; створення повного циклу цифрового обслуговування, створення «цифрового мозку», створення цифрового ДНК [4, с. 152]. Розвиток нестандартних інноваційних моделей банківського бізнесу знаходить свій прояв у створенні таких моделей, як: розумний багатоканальний банк; соціально залучений банк; банк у вигляді фінансової або нефінансової цифрової екосистеми [4, с. 153] У фінансовому секторі з'явилися та поширилися нові бізнес-моделі (краудфандингові платформи, платформи р2р кредитування), що радикально змінило ринок фінансових послуг [5].

В умовах цифровізації зростає роль кіберзахисту фінансового сектору. Для посилення надійності та ефективності роботи платіжних систем регулятор встановлює чіткі вимоги до учасників платіжного ринку щодо:

- побудови системи захисту інформації та забезпечення кібербезпеки;
- порядку дій під час виявлення кібератак, що знижують надійність функціонування платіжних систем.

Відповідні новації викладені в постанові Правління Національного банку України від 19 травня 2021 року № 43 «Про затвердження Положення про захист інформації та кіберзахист в платіжних системах», яка передбачає:

- упровадження ризик-орієнтованого підходу до захисту інформації залежно від суми можливих збитків (вимоги до ключових учасників платіжного ринку посилюватимуться);
- встановлення вимог до використання засобів захисту інформації;
- визначення політики управління доступом;
- підвищення рівня безпеки платіжних послуг для користувачів [3].

Зазначається, що це дасть можливість мінімізувати кількість інцидентів інформаційної безпеки та кіберінцидентів у сфері переказу коштів, урегулювати питання використання засобів захисту інформації, а також пришвидшити процес модернізації існуючих платіжних систем з урахуванням сучасних технологій захисту інформації.

Таким чином, сучасний світовий банківський сектор під впливом цифрової трансформації зазнав радикальних змін. Використання цифрових технологій і аналіз великих обсягів даних дозволяє створювати принципово нові банківські продукти, залучаючи сучасні

фінтех-компанії, взаємодія з якими сприяє розвитку нестандартних інноваційних моделей банківського бізнесу. Згідно прогнозів, вже найближчим десятиліттям цифровий розвиток банківського сектору набуватиме ще більшого прискорення. Стратегія НБУ полягає у створенні умов для подальшої цифровізації фінансового сектору.

Література:

1. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html>.
2. Стратегія Національного банку України до 2025 року URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=64754192>.
3. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/ukrayintsi-dedali-bilshe-viddayut-perevagu-cashless-rozrahunkam>.
4. Кочума І. В. Вплив цифровізації банківського сектору на трансформацію зайнятості за сучасних умов. *Фінансовий простір*. 2021 № 4 (44) С. 149–158.
5. Руденко М. В. Цифровізація економіки: нові можливості і перспективи. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2018/13.pdf.
6. Васильєва Т. А., Леонов С. В., Рубанов П. М. Трансформація обігових фінансових інструментів в умовах цифровізації фінансового сектору економіки. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2017. № 3. С. 15–21.

**Yurii Radionov, Doctor of Economics,
Head of the International Standards Adaptation
and Implementation Department**

Accounting Chamber of Ukraine

Kyiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1691-1090>

ResearcherID AAV-3875-2020

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-50>

**NEW APPROACHES TO INCREASING THE EFFICIENCY
OF THE USE OF BUDGET EXPENDITURES**

In the conditions of martial law, constantly growing social needs, limited financial resources, an important task of all state administration bodies of Ukraine, along with the problem of finding additional sources of filling the budget, is the issue of increasing the efficiency of management and the use of budget expenditures.

In almost all the main governmental program/strategic documents of the country, the issue of ensuring the improvement of management efficiency and the use of budget funds is followed [1]. Such attention on the part of the central bodies of executive power and the government to this problem means only one thing – its importance and relevance in solving modern tasks of socio-economic development of the country.

In Ukraine, a single, integrated mechanism for ensuring the effectiveness of budget expenditures has not yet been formed, as well as there are no effective methodological and organizational systems for managing budget funds, which has a corresponding effect on the effectiveness of budget policy.

"Efficiency" as an economic category is a very complex issue. In the financial and economic dictionary, the term "efficiency" means the ability to ensure the effectiveness (effect) of a process, project, etc., which is calculated as the ratio of the effect (result) to the costs that ensured this result [2, p. 182].

In our opinion, one of the problems of inefficient use of budget funds, which in general has a negative effect on the effectiveness of budget policy, is the lack of new scientifically based approaches to methodological and organizational management of the effectiveness of management and use of budget expenditures, as well as the definition of components, evaluation criteria and mechanisms of influence on the process of ensuring efficiency.

Polish researcher Tereza Lubinska notes that evaluating the effectiveness of budget expenditures becomes a key priority in increasing the efficiency of financial management and will be more productive and real with the development of indicators that demonstrate the realization of the set goals and the construction of additional indicators that would be directly related to the given function, tasks and sub-tasks of the budget program [3, p. 180].

The efficiency of the use of budget expenditures is directly related to the efficiency of the implementation of budget programs, the implementation of the budget, financial and economic policy of the state.

The analysis of the scientific works of foreign scientists shows that there is a plurality of opinions and ideas and there is no unanimity regarding specific criteria for evaluating the effectiveness of budget expenditures, budget programs, goals and objectives of budget policy. That is, each country produces its own algorithm for ensuring efficiency.

An important tool for effective management and use of budget expenditures is undoubtedly the program-target method. However, the implementation of this method has not yet yielded the desired result.

The time has come to fundamentally change the system of public administration, financial culture, in particular regarding the management and use of budget expenditures, in each institution/organization, network of the main administrator of budget funds. For this, it is necessary to simultaneously introduce a new integral methodological and organizational system for ensuring the effectiveness of management and use of financial resources.

The question of the efficiency of management and use of budget expenditures must be considered not only from the point of view of achieving the goal in the implementation of budget programs, projects and other budget measures, which is extremely important. However, the first thing that is important here is how the main manager of budget funds/institution/organization relates to the question of efficiency. Secondly, are there mechanisms for building a high-quality methodological and organizational system of budget expenditure management in the structure of the organization/department?

To ensure the efficiency of management and use of budget expenditures, it is important to understand the economic essence of effective use of budget funds. The latter, in our opinion, consists in the economical, productive, effective use of budget expenditures and is manifested in the complete fulfillment of the purpose of budget programs, public procurement, social security of the population, expansion of the

network of available public goods, sustainable dynamics of the country's socio-economic development; the effectiveness of budget expenditures characterizes the achievement by the participants of the budget process of the tasks of economic, social, innovative and investment development of the state, implementation of the priorities of the economic growth strategy, formation of conditions for the stability of the financial and budgetary system; budget expenditures are evaluated according to the relevant efficiency criteria that affect the effectiveness and quality of the implementation of program activities in order to achieve the relevant goals of social development [4, p. 308].

The economic essence of the effective use of budget expenditures should be known and understood by all participants in the budget process, from the chief administrator to the recipient of budget funds, as well as the executors of budget programs. Especially, employees of the Ministry of Finance, controlling bodies – the State Audit Service, the Accounting Chamber, etc.

The question of the efficiency of management and use of budget expenditures is to rationally use the financial resource and achieve the desired result or set goal. The goal defines the desired final result, i.e. what, for example, the chief administrator of budget funds/institution seeks to achieve when implementing appropriate measures, operational actions using the appropriate amount of budget expenditures.

If risks arise on the way to achieving the goal, they must be defined, identified, evaluated, prioritized, responded to and implemented with constant monitoring in order to overcome/reduce their impact on the process of achieving the goal and ensure the proper level of management efficiency and use of budget expenditures. Risk is an additional motivation that forces people to focus on managing the situation, taking it under control and successfully regulating it.

Efficiency in achieving the goal should be process-driven, and to achieve this, it is necessary to focus on results. It is necessary to take responsibility for managing the process. Be able to manage change, be inclusive and set an example for other structural units/institutions/organizations (*if any*) to achieve the set goals.

The change in the public administration model is dictated by the need to increase its effectiveness and efficiency in accordance with modern social needs.

The leadership of the ministry/department, which makes decisions in the management and use of budget expenditures, must first of all ask themselves questions and find the right answers to them. For example, is

there enough information to make effective decisions? If the answer is negative, what should be done and where to look for objective information? What opportunities do I have as a manager, based on time limits, financial, material, and human resources? if it is a minister, does he have the right political support? What result does he want to achieve? Have you defined it sufficiently and unambiguously? How does this goal relate to the strategic plan? What are the main considerations (efficiency, effectiveness, quality) that must be taken into account if you want to get the best result, and what should it be? What is the worst outcome? Can I accept the worst outcome? Do I consider my decision correct and can I justify it to myself?

The application of an effective methodological and organizational approach in the management and use of budget expenditures is the tool that will significantly improve the regulation of the socio-economic situation in the country, including, in the conditions of martial law, the transition of Ukraine to a new stage, both in the management of expenditures and in general systems of public administration [5, p. 25].

References:

1. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29.12.2021 № 1805-r «Pro skhvalennia Stratehii reformuvannia systemy upravlinnia derzhavnymy finansamy na 2022-2025 roky» [Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 29, 2021 No. 1805-r "On the approval of the Strategy for reforming the state finance management system for 2022–2025"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-2021-%D1%80#Text>.
2. Zahorodnii A. H., Vozniuk H. L. (2005) Finansovo-ekonomichnyi slovnyk [Financial and economic dictionary]. Lviv: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika», 714 p.
3. .Lubińska T., Strąg T., Lozano Al. Platonoff, Będzieszak M., Godek M. (2009) Nowe Zarządzanie Publiczne - skuteczność i efektywność. Budżet zadaniowy w Polsce. redakcja naukowa Teresa Lubińska. Warszawa: DIFIN, 736 p.
4. Radionov Yu. D. Formuvannia vydatkiv biudzhetu: monohrafiia/ Yu. D. Radionov. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2019. 616 s. DOI: <https://doi.org/10.316117/m.knute.2019-449>.
5. Radionov Yu. D. (2022) Metodoloho-orhanizatsiini pidkhody do zabezpechennia efektyvnosti upravlinnia ta vykorystannia biudzhetykh vydatkiv. *Finansy Ukrainy*, no. 5, pp. 7–28. DOI: <https://doi.org/10.33763/finukr2022.05.007>.

**Veronika Cherneha, Assistant
Nataliia Timoshenko, PhD in Economics, Associate Professor**
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-51>

CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF TREASURY SERVICE OF BUDGETS

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БЮДЖЕТІВ

Пріоритетним напрямом удосконалення системи обслуговування бюджетів в Україні є цифровізація системи управління державними фінансами. У 2021 році Кабінетом міністрів України було схвалено Стратегію здійснення цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації системи управління державними фінансами на період до 2025 року та затверджено план заходів щодо її реалізації.

З метою підготовки цієї Стратегії протягом 2018–2019 років за підтримки Світового банку та Європейського Союзу проведено комплексний аудит інформаційних технологій Мінфіну, Казначейства, ДФС з поділом на митний та податковий блоки. За результатами перевірки виявлено ряд ключових проблем, без розв'язання яких неможлива подальша якісна цифрова трансформація системи управління державними фінансами [4].

Важливим критерієм забезпечення ефективного функціонування органів влади є використання сучасних інформаційних технологій, що мають забезпечити досягнення стратегічних цілей в умовах цифровізації системи управління державними фінансами. У роботі органів Державної казначейської служби України, використовуються сучасні інформаційні технології, які спрощують та прискорюють численні процедурні моменти в процесі казначейського обслуговування бюджетів за доходами і видатками. В умовах сучасних викликів Державна казначейська служба України продовжує динамічно виконувати свої функції, стрімко розвиватись та вдосконалюватись. Цифровізація та модернізація стають невід'ємними умовами швидкого та коректного обслуговування учасників бюджетного процесу.

Особливості здійснення казначейського обслуговування бюджетів, актуальні проблеми та подальша модернізація досліджувалися такими науковцями як І. Г. Акперов, С. О. Булгакова, П. М. Боровик, Е. І. Курганська, Ю. В. Пасічник та іншими.

Основним завданням Казначейської служби є реалізація державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів та бухгалтерського обліку з виконання бюджетів. З метою спрощення та оптимізації взаємодії розпорядників та одержувачів бюджетних коштів у процесі обслуговування в органах Казначейської служби запровадили електронний формат обслуговування клієнтів з використанням надійних засобів електронного цифрового підпису та новітніх інформаційних технологій [3].

На території України для забезпечення здійснення електронних розрахунків між банківськими установами і органами Казначейства функціонує Система електронних платежів Національного банку України.

Система казначейського обслуговування бюджетів в Україні була готова як до викликів пандемії COVID-19, так і сучасних реалій, спровокованих нападом РФ на Україну.

Тому в країні здійснюється дистанційне обслуговування за допомогою системи дистанційного обслуговування (СДО) «Клієнт Казначейства – Казначейство» та системи подання електронної звітності клієнтам Казначейства АС «ЄЗвітність», якими вже не перший рік вдало користуються усі учасники бюджетного процесу.

Основним призначенням програмно-технічного комплексу «Клієнт Казначейства – Казначейство» є надання клієнтам Державної казначейської служби України, зокрема розпорядникам та одержувачам бюджетних коштів віддаленого доступу за допомогою мережі Інтернет до інформаційних ресурсів Державної казначейської служби України. Відмова від потоку вхідних та вихідних паперових документів, прискорює обробку інформації, скорочує час на казначейське обслуговування бюджетів та забезпечує оптимізацію витрат робочого часу [2].

Починаючи із січня 2022 року відбудеться перехід на оновлену версію системи дистанційного обслуговування «Клієнт казначейства – Казначейство».

Нова версія СДО містить:

– новий модуль взаємодії органів Казначейства з органами, що контролюють справляння надходжень бюджету, у процесі

повернення з державного та місцевих бюджетів помилково або надміру зарахованих коштів;

- новий, більш зручний та функціональний інтерфейс СДО, розроблений з урахуванням зауважень та побажань користувачів;

- можливість автоматичного підключення нових рахунків без додаткового подання Заявок про надання доступу [1].

Отже, впровадження Системи дистанційного обслуговування суттєво зменшує використання паперових носіїв інформації. Оперативне управління державними фінансами дало можливість для впровадження Єдиного веб-порталу використання публічних коштів (spending.gov.ua) та Державного веб-порталу бюджету для громадян України (openbudget.gov.ua) для оприлюднення інформації щодо витрат розпорядників та одержувачів бюджетних коштів, інформування громадськості про планування та виконання бюджетів.

Література:

1. Державна казначейська служба України URL: <https://www.treasury.gov.ua>.
2. Куценко Д. О., Русін В. М. Обслуговування розпорядників бюджетних коштів за допомогою системи дистанційного обслуговування «Клієнт Казначейства – Казначейство». 2020. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/43841/1/Куценко%20Д.pdf> (дата звернення: 19.09.2022).
3. Мочєбрда О. А. Система дистанційного обслуговування казначейства-інноваційний банківський продукт. 2019. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/35517/1/74.pdf> (дата звернення: 19.09.2022).
4. Про схвалення Стратегії здійснення цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації системи управління державними фінансами на період до 2025 року та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження. КМУ від 17.11.2021 р. № 1467-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/pras/pro-shvalennya-strategiyi-zdijsnennya-cifrovogo-rozvitku-cifrovih-transformacij-1467r-171121> (дата звернення: 19.09.2022).

MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ECONOMY

Nataliia Dobrovolska, PhD in Pedagogic, Docent
Svitlana Merinova, PhD in Economics, Docent
Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-52>

THE MODEL OF ENTERPRISE LOGISTICS COSTS MANAGEMENT TAKING INTO ACCOUNT THE TIME FACTOR

One of the most important tasks in the field of logistics management at Ukrainian enterprises is the management of logistics costs as one of the subsystems of logistics management. In the management of logistics costs, the time factor acquires a decisive importance, which in turn is related to the well-known concept of the value of money in time [1].

Investigating the causes of logistics costs, we note that their value is largely determined not by the volume of production, but by other production factors.

Among the cost-forming (factors), it is worth highlighting the time raw materials and goods stay in the warehouse, time for setting up equipment, time of the production process, the number and time of receiving and placing orders, time for financial transactions, etc. Thus, the time factor is the most important component of flow processes [3].

Logistics management should be guided by the rule that logistics investments are primarily financial resources and according to the principle of the time value of money, today's income is more valuable than future income. At least two important consequences follow from this:

- the need to take into account the time factor when conducting logistics operations;
- incorrectness (from the point of view of the analysis of long-term logistics operations) summation of monetary amounts belonging to different time periods.

It is worth noting that the methodological basis of the approach to the management of logistics costs is the provision that any flow process to be optimized according to the "costs" parameter can be represented not only as a set of relevant logistics substances in motion (for example, material volumes objects), but also as a moving set of time parameters of the flow of the logistics process, both inside the system and outside it.

Let's consider the practical aspects of logistics cost management from the standpoint of the proposed methodology.

The simplest type of logistics financial transaction is a one-time investment in logistics with the condition that after some time t a larger amount will be returned, that is, logistics measures will have an economic effect.

The period of operation of the logistics flow process is taken as the time during which the capital invested in logistics will make a full turnover and bring profit [3]. If at the same time the indicator of expected profitability (planned profitability of logistics) is calculated per year, then this formula will look like this:

$$M\epsilon = \Pi\epsilon \times \left(1 + \frac{n}{365} \times r \right), \quad (1)$$

where 365 is the number of days in a year;

r – planned profitability of logistics activities.

At the same time, the management of the enterprise evaluates not so much the level of profitability in the future, but the possibility of maximizing a certain amount of profit on the volume of logistics costs, based on the estimated (prospective) profitability [2].

Therefore, the cost of future logistics flows is determined by the formula:

$$M\epsilon = \Pi\epsilon \times \frac{1}{(1+r)^n} \text{ або } \Pi\epsilon = B\epsilon \times F_3, \quad (2)$$

where r – the planned level of profitability of the logistics operation;

F_3 profitability ratio.

Formula (2) allows you to bring the income received in the future to the present time and compare the amount of investment in logistics with the income received after a certain period of time from the logistics operation.

At the same time, it should be taken into account that logistics costs, as a rule, have a long-term nature, their reimbursement can take years, due to which the actual problem of managing logistics costs is taking into account the inflation factor.

In the general case, the rule applies: in the conditions of inflation, logistics costs are justified only if the return on investments exceeds the rate of inflation.

There are two approaches to accounting for the inflation factor:

1) the rate of inflation is different for individual components of resources (input and output);

2) the rate of inflation is the same for different components of costs.

As part of the approach to taking into account the inflation factor, where the inflation rate is different for individual components of resources (input and output), which is more in line with the real situation in Ukraine, especially in unstable economic conditions, the method of estimating logistics costs is used in its standard form, but all components costs and revenues, as well as profitability indicators are adjusted in accordance with the expected rate of inflation for years.

This approach assumes the use of the nominal price of logistics costs to estimate nominal logistics flows:

$$\Pi_6 = \sum \frac{Hu}{(1+r_n)^t}, \quad (3)$$

where Hu – expected nominal flow of funds from logistics operations.

The most effective way to overcome the distorting effect of inflation when forming the logistics budget is to adjust the component logistics costs.

Thus, the management of logistics costs is inextricably linked with financial analysis, while this technique involves reimbursement of costs from extended reproduction mainly at the expense of own sources of net profit [4].

This means that in order to make decisions in the field of logistics cost management, it is necessary to have not only a clear classification of income and expenses, profit and loss, but also a strategic plan for the development of logistics in the future period [2].

Therefore, the management of logistics costs according to the proposed method has the following advantages:

- production of competitive products due to the ability to control costs and form the price of products based on forecast indicators;
- availability of high-quality and real information on logistics costs for individual periods and divisions;
- availability of reliable, objective information for management decision-making.

In addition, using this method, it is possible to determine the economic feasibility of investments in logistics at different stages of the logistics

cycle, in different directions of logistics activity, in different logistics divisions, etc. This approach also allows you to look at planning logistics costs in a new way, when the basis of logistics cost management is not a traditional analysis scheme related to them (formal classification), but a predictive approach that allows you to realistically and comprehensively assess the effectiveness of logistics activities not only in the current period, but also in future periods, to realistically assess the effectiveness logistics activities, to forecast and determine the amount of logistics costs in the long term.

References:

1. Yurchuk N. P. (2015) The use of economic and mathematical methods in the management of innovative development of economic systems. *Investments: practice and experience*, no. 18, pp. 28–32.
2. Brin P. V. (2018) Organization of the assessment of the effectiveness of the information system for managing logistics costs. *International scientific journal "Internauka". Series: Economic sciences*, no. 7, pp. 23–30.
3. Dudar T. G., Voloshyn R. V. (2012) Basics of logistics. Education manual. Kyiv: Center of Educational Literature, 176 p.
4. Merinova S. V., Polovenko L. P., Dobrovolska N. V. (2017) Optimizing the management of urban logistics systems in real time: the French experience. *Innovative economy: scientific and industrial journal*, no. 9–10 (71), pp. 92–98.

**Myroslav Datsko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Oleksandr Kosovan, Postgraduate Student
Ivan Franko National University of Lviv
Lviv, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-53>

ANALYSIS AND FORECASTING OF THE DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE DURING THE WAR IN UKRAINE

АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Війна в Україні має величезний вплив на вітчизняну та світову економіку в короткостроковій та довгостроковій перспективі. Здорожчання енергоносіїв істотно вплинуло на логістику роздрібною торгівлі [1, с. 23–24]. Чимало компаній втратило торгові точки чи склади внаслідок активних бойових дій. Зараз необхідно докласти всіх зусиль, щоб допомогти існуючому бізнесу утримати свої позиції на ринку та підтримати відкриття нових компаній.

Інформаційною базою дослідження стали офіційні дані ЄДР про нові відкриті юридичні особи у сфері роздрібною торгівлі (*тобто КВЕД – 47.**). Дані було отримано за допомогою платформи YouControl.

Впродовж перших п'яти місяців повномасштабної війни (2022.02.24 по 2022.08.01) було відкрито 341 юридичну особу з головним КВЕД – 47. Станом на 1 вересня 2022 року всі компанії не перебувають в процесі припинення своєї діяльності. Це становить 44,6% від кількості юридичних осіб відкритих за даний період у 2020 році та 41,3% – за даний період у 2021 році.

За перші три місяці війни (*березень – травень 2022 року*) було відкрито 106 нових юридичних осіб, що становить 29,9% та 21,8% від кількості створених компаній у 2020 та 2021 роках відповідно. Своєю чергою, в наступні два місяці війни (*червень – травень 2022 року*) кількість нових ритейлерів становила 229 підприємств, що є 57,8% та 70,9% від показників 2020 та 2021 років відповідно (рис. 1).

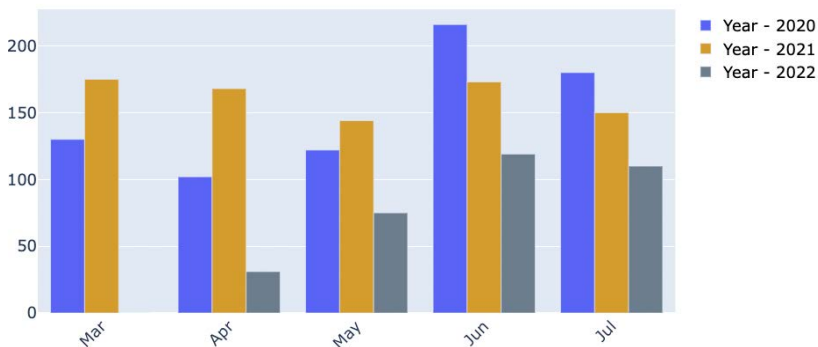


Рис. 1. Порівняння кількості відкритих юридичних осіб у сфері роздрібної торгівлі

Джерело: YouControl, згруповано автором

У 2020 та 2021 роках п'ятірка лідерів серед регіонів була незмінна і становила близько 70% усіх новостворених юридичних осіб – це місто Київ та його область, Львівська, Харківська, Одеська та Дніпропетровська області. Після початку повномасштабної війни розподіл в регіонах змінюється (рис. 2). Частка Харківської області змінюється з 5,8% у 2021 році до 0,9% у період війни, що є найбільшим падінням серед регіонів. Але динаміка покращилася в регіонах, де не було активних бойових дій. Серед лідерів по приросту частки нових компаній – Львівська область – з 5,4% у 2021 році до 8,6% під час війни та Закарпатська область – з 1,1% у 2021 році до 4,2%.

Прогнозування розвитку економіки та окремих ринків під час економічних криз та війни є важливим для проведення ефективної економічної та соціальної політики держави. Стандартні інструменти макроекономічного прогнозування не працюють під час економічних криз, тому варто зосереджуватись на розробці або вивченні нових моделей прогнозуванні та імітаційного моделювання [2, с. 3].

Сучасні наукові дослідження вирішують описану вище проблему прогнозування різноманітними методами. У науковій роботі, яка займається прогнозуванням економіки Словаччини після спаду 2020 року, було використано ARMA (*авторегресійна модель ковзного середнього*) з урахуванням форми кривої відновлення [2, с. 13-15]. В іншій публікації задача вирішується за допомогою моделей MIDAS (*англ. mixed data sampling*) і UMIDAS (*англ. unrestricted mixed data sampling*) зі змінною частотою [3]. Також є приклади використання

ARIMA (авторегресійне інтегроване ковзне середнє) для макроекономічного прогнозування у час криз [4, с. 7].

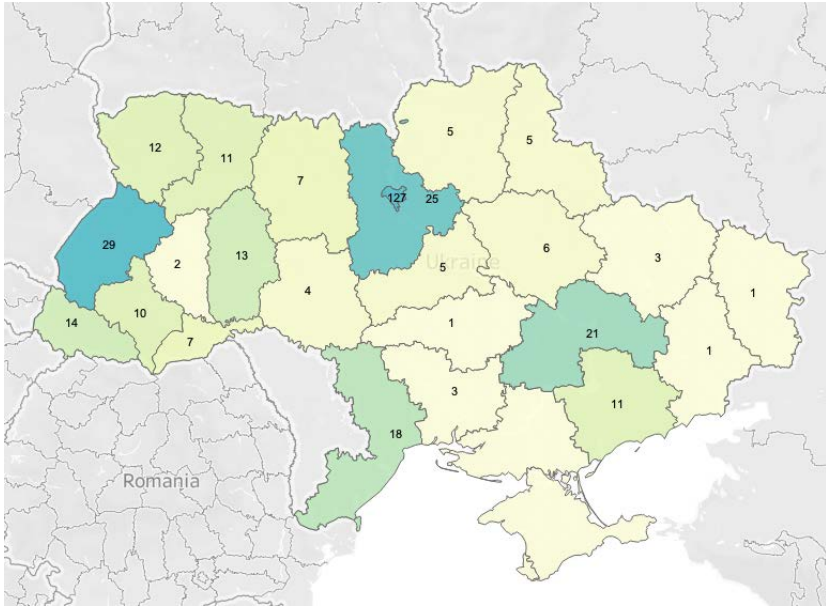


Рис. 2. Кількість нових юридичних осіб за п'ять місяців повномасштабної війни по регіонах

Джерело: YouControl, згруповано автором

Як базову модель для прогнозування щомісячної кількості нових юридичних осіб було обрано SARIMAX (сезонна авторегресійна інтегрована ковзаюча середня) з такими конфігураціями: авторегресійний порядок, $p = 1$; відмінний порядок, $d = 2$; порядок ковзного середнього, $q = 1$.

Отриманий прогноз та його середнє відхилення подані у таблиці 1. На жаль, всі з протестованих конфігурацій моделі мали низьку статистичну значимість, що підтверджує складність даної задачі. Також варто додати, що часовий ряд, який використовувався для моделювання не є стаціонарним, що також ускладнює завдання прогнозування.

Отже, в межах дослідження був описаний вплив перших п'яти місяців війни на ринок роздрібної торгівлі базуючись на кількості нових юридичних осіб. Важливо розширити аналітику аналізом нових

ФОПів та динамікою переїзду підприємств роздрібної торгівлі. Додатковою інформацією про роздрібну торгівлю може містити трафік, який репрезентує споживчу активність [5, с. 83–84].

Таблиця 1

SARIMAX прогноз щомісячної кількості нових юридичних осіб у сфері роздрібної торгівлі

Місяць	Прогноз	Середнє відхилення
2022-08	110	52,2
2022-09	108	66,2
2022-10	107	80,2
2022-11	106	92,3
2022-12	104	114,4

Також важливо покращити точність прогнозування шляхом розширення інформаційної бази. Тобто, зібрати більше історичних даних та додати історію відкриття нових ФОП-ритейлерів. Альтернативним шляхом є вдосконалення та емпіричні дослідження описаних моделей.

Література:

1. NEZHYVA, M., & MYSIUK, V. War in Ukraine: challenges for the global economy. *Foreign trade: economics, finance, law*. 2022. Vol. 121(2). Pp. 16–25. [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2022\(121\)02](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2022(121)02).
2. Vavra M., Domonkos T., Janosova M. Economic Forecasting in Times of Downturns. Faculty of Social and Economic Sciences of Comenius University in Bratislava. 2021. URL: https://fses.uniba.sk/fileadmin/fsev/veda/dokumenty_21_22/report_web_28_1.pdf.
3. Foroni, C., Marcellino, M., & Stevanovic, D. (2022). Forecasting the Covid-19 recession and recovery: Lessons from the financial crisis. *In International Journal of Forecasting*. 2022. Vol. 38. Issue 2. Pp. 596–612. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2020.12.005>.
4. Guerrón-Quintana, P., & Zhong, M. Macroeconomic Forecasting in Times of Crises. *In Finance and Economics Discussion Series*. 2017. Vol. 2017.0 Issue 018. DOI: <https://doi.org/10.17016/feds.2017.018>.
5. Kosovan, O. V. Coronavirus impact on top retail e-commerce website traffic in ukraine. *In Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies. Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies*. Publishing House “Baltija Publishing. 2022. DOI:<https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-15>.

**Vadim Romanuke, Doctor of Technical Sciences, Professor,
Professor of Department of Economic Cybernetics
and Information Systems**

**Liudmyla Husak, Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor, Head of Department
of Economic Cybernetics and Information Systems
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine***

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-54>

**EXPERT DATABASES AND EXPERT ESTIMATIONS
IN BUILDING MATHEMATICAL INTERPRETATIONS
AND MODELS FOR DEVELOPMENT
OF ENTREPRENEURSHIP SUBJECTS**

Building mathematical interpretations and models for decision making in economics heavily relies on estimating the current and preceding states of a system. The analytical estimation can be done using known mathematical models only in specific cases. Mostly interrelationships, trends, and influence strengths within a new economic system are very hard to fit in an existing model. The reason is the lack of observational data to build a consistent model. The solution is to use expertise and knowledge of managerial staff or external personnel which experienced development of similar systems. Such an usage is commonly referred to as expert estimations.

To conduct and apply an expert estimation, two fundamental conditions are to be held: the expert group should consist of members having the expertise in the field or closely relating to the subject of economical activity (e. g., an enterprise), and estimations of the experts should be consistent. If estimations of an expert come too often inconsistent or of low consistency, the weight of this expert must be respectively decreased. It is done to maintain the quality of estimations. To control the expert weights, a database of the expert group is used. The consistency is controlled by studying basic statistical properties of estimations.

Expert knowledge and estimations are commonly considered as a local study, and so they are not widely highlighted in academic literature, except for some very specific publications in scientific journals. Therefore, the existing theoretical aspects of expert knowledge and estimations are hardly

applicable to development of entrepreneurship subjects in small business. Meanwhile, in most countries the small business significantly influences the growth of the gross domestic product. In this way, the goal is to recapitulate the knowledge about using expert estimations in building mathematical interpretations and models for development of entrepreneurship subjects.

The typical database for expert estimations includes a list of expert groups, an enumeration of all experts in those groups, and a list of estimation procedures (Figure 1). The table of experts contains information about every expert: full name, expertise, the group identifier, weight. The table of expert groups contains a description of every group's field and associated fields. This table is connected to the table of experts by the unique number of the group to which the expert is assigned. The table of estimation procedures refers every procedure to the number of the group which participated in it. The successfulness of the participation is registered by an attribute of the logical type. Peculiarities of every procedure are recorded also.

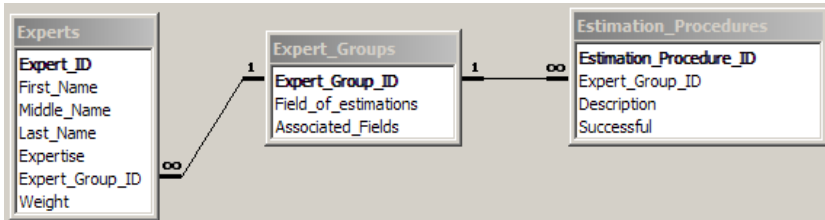


Figure 1. An example of the typical database for expert estimations

Such expert databases are also used to trace estimation procedures of other related expert groups. This is intentionally done to compare performances. The best group may eventually be promoted to participate in new procedures or to have increased salaries, awards, discounts, etc.

Suppose that some parameter a is to be estimated by using a continuous or discrete scale. This parameter somehow relates to the economic activity of an entrepreneurship subject. It may describe the entrepreneurship subject profitability, investment attractiveness, economic security, cooperation potential, etc.

Let there be G expert groups, by L_g experts in group g , $g = \overline{1, G}$. Expert l in group g has its weight w_{gl} , where

$$\sum_{l=1}^{L_g} w_{gl} = 1 \text{ by } w_{gl} > 0.$$

Expert l in group g gives one's estimate a_{gl} of the parameter. Then the average

$$\tilde{a}_g = \sum_{l=1}^{L_g} w_{gl} a_{gl} \quad (1)$$

is calculated. The consistency of the estimation procedure is studied by using standard deviation

$$\sigma_g^{(a)} = \sqrt{\sum_{l=1}^{L_g} w_{gl} (a_{gl} - \tilde{a}_g)^2} \quad (2)$$

for (1) within group g . Besides, absolute deviation

$$\delta_{gl}^{(a)} = |a_{gl} - \tilde{a}_g| \text{ by } l = \overline{1, L_g} \quad (3)$$

for expert l in group g and maximal absolute deviation

$$\widehat{\delta}_g^{(a)} = \max_{l=1, L_g} |a_{gl} - \tilde{a}_g| \quad (4)$$

within this group are calculated. Given the respective tolerable values $\sigma_{\max}^{(a)}$ and $\delta_{\max}^{(a)}$ for (2) and (4), the procedure is counted inconsistent while

$$\sigma_g^{(a)} > \sigma_{\max}^{(a)} \quad (5)$$

or

$$\widehat{\delta}_g^{(a)} > \delta_{\max}^{(a)}. \quad (6)$$

If (6) holds then those experts for which inequality

$$\delta_{gl}^{(a)} > \delta_{\max}^{(a)} \quad (7)$$

holds are registered with a purpose to lower their weights (which are tied to reliability of estimates from those experts). Otherwise, if both inequalities (5) and (6) are false, the procedure is counted consistent.

One of the ways to update weights of the experts is to use their competences based on their accuracies in the last estimation procedure, whether it has been successful (consistent) or not. Thus, if $r_{gl}^{(a)}$ is an estimate accuracy of for expert l in group g with respect to parameter a , the weight of this expert for the next procedure is updated as [1]

$$w_{gl} = \frac{r_{gl}^{(a)}}{\sum_{k=1}^{L_g} r_{gk}^{(a)}} \text{ by } l = \overline{1, L_g}. \quad (8)$$

The accuracy, reflecting the quality and proficiency of the expert, can be evaluated in multiple ways using absolute deviations (3). For instance,

$$r_{gl}^{(a)} = \frac{1}{\lambda + \delta_{gl}^{(a)}} \text{ by some } \lambda > 0 \quad (9)$$

to exclude possible division by zero. Constant λ for (9) is selected based on the range of absolute deviations (3) and an intention of the weight updating. Obviously, as λ becomes smaller, the difference among experts' weights grows. This can be used for steeper updatings.

Another group or a few groups may estimate the same parameter. Then a sort of competition among such groups is followed by finally selecting the best group whose accuracies (9) are the greatest. In fact, the expert group may have its weight as well.

Binary estimations are the easiest to conduct and analyze due to the scale for the estimate consists of only two values and the estimation result has plain statistics and interpretation. Besides, this type is the easiest to be implemented in social networks [2] not requiring proficient experts. Furthermore, the number of formal experts (users or guests of a network related somehow to an entrepreneurship subject) is then dramatically increased that makes estimation results more reliable and consistent.

Whenever building mathematical models is intractable, expert estimations are the only approach to interpret a parameter or feature of an entrepreneurship subject in order to improve its productivity and development in general. Estimation procedures and their consistency are used as to evaluate unobservable (non-measurable) parameters, as well as to correct experts' proficiencies evolving as the procedures go on. All the related information is to be stored and updated in expert databases.

References:

1. Romanuke V. V. (2016) Evolution of expert competences in estimating a finite set of objects by a given comparison scale via pairwise comparison matrices within the space of positive inverse-symmetric matrices. *Herald of Khmelnytskyi national university. Technical sciences*, no. 2, pp. 25–29.
2. Romanuke V. V. (2016) Evaluation of payoff matrices for noncooperative games via processing binary expert estimations. *Information Technology and Management Science*, vol. 19, pp. 10–15.

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

**Volodymyr Mishchenko, Doctor of Economic Sciences,
Professor**

*The Institute for Economics and Forecasting
of the National Academy of Sciences of Ukraine
Kyiv, Ukraine*

**Svitlana Naumenkova, Doctor of Economic Sciences,
Professor**

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-55>

DIGITALIZATION OF INFORMATION SUPPORT OF THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM

ПРОБЛЕМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Під інформаційним забезпеченням органів державного управління розуміють комплекс об'єднаних у єдину загальнодержавну систему механізмів, методів, інструментів, технічних і технологічних засобів збирання, накопичення, зберігання, оброблення, аналізу, систематизації, агрегування, передачі інформаційних ресурсів з метою їх використання для прийняття управлінських рішень, а також виконання функцій щодо здійснення державного регулювання та контролю [1, с. 38; 2, с. 54; 3, с. 77].

Головною метою організації інформаційного забезпечення органів державного управління є отримання актуальної, достовірної, своєчасної, систематизованої, якісно обробленої та переданої через надійні канали зв'язку (ІК-системи), структурованої, цілісної, логічної, автентичної та відповідним чином агрегованої інформації з метою її використання для прийняття оперативних, короткострокових і довгострокових управлінських і регуляторних рішень в економіці,

соціальної та політичній сферах, а також для забезпечення життєдіяльності громадян [4, с. 187; 5, с. 31; 6, с. 17].

До проблем, що існують у системі інформаційного забезпечення органів державного управління, на наш погляд, варто віднести такі.

1. Недосконалість механізмів і низька ефективність управління інформаційними ресурсами (збір інформації, зберігання, розподіл, аналіз, агрегування, передача з використанням різноманітних каналів, розподіл між структурними підрозділами та працівниками органів управління тощо).

2. Недостатньо ефективна практична реалізація концепції «необхідного та достатнього обсягу» інформації для прийняття рішень у кризових ситуаціях [7, с. 47].

3. Необхідність якісного структурування інформації (за призначенням; сферою використання; рівнем повноважень і компетенції органів влади; властивостями; джерелами походження; рівнем оброблення та каналами передачі тощо).

4. Необхідність забезпечення високої якості інформації, яка залежить від джерел її походження, методів збирання, зберігання, оброблення, аналізу, каналів передачі та рівня кваліфікації фахівців, які працюють з інформацією та засобами її передачі.

5. Недосконалість механізмів і методів постійної підтримки інформації в актуальному стані; відсутність або низька якість системи комунікацій між різними структурними підрозділами та рівнями управління з приводу використання інформації [8, с. 26; 9, с. 425].

6. Недостатній рівень захисту інформації та інформаційно-технологічної бази (технічні засоби передачі та перетворення інформації, програмне забезпечення, інформаційно-комунікаційні системи).

7. Недостатній рівень кваліфікації фахівців, які працюють з інформаційними ресурсами та інформаційно-комунікаційними системами.

Головними напрямками вдосконалення та розвитку інформаційного забезпечення органів державного управління повинні бути.

1. Формування *єдиної інформаційно-технологічної системи* (єдиного інформаційного простору) управління інформацією, даними та інформаційними потоками з метою комплексного інформаційного забезпечення та посилення спроможності органів влади приймати обґрунтовані, оперативні та ефективні рішення, що передбачас:

– розроблення правил і принципів ефективного перетворення інформації в управлінські рішення відповідно до потреб органів державного управління;

– інтеграцію окремих напрямів роботи з інформацією в єдиний механізм шляхом використання сучасних інформаційно-комунікаційних систем і технологій;

– автоматизацію процесів збирання, накопичення, зберігання, оброблення, аналізу та передачі інформаційних повідомлень;

– об'єднання технічних засобів для цифрової та текстової інформації з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій;

– реалізацію комплексного підходу до оброблення та аналізу всіх видів інформації тощо [10, с. 87; 11, с. 71; 12, с. 15].

2. Підвищення рівня технічного та технологічного забезпечення з переважним використанням технічних засобів і програмного забезпечення вітчизняного виробництва та сучасних ІК-технологій, зокрема, великих даних, штучного інтелекту, машинного навчання, хмарних обчислень тощо.

3. Стандартизація та уніфікація управлінської інформації.

4. Розширення джерел надходження інформації за рахунок використання даних приватного сектору, результатів перевірок контролюючих органів, аудиторських висновків, звернень громадян, соціологічних опитувань, соціальних мереж тощо [13, с. 49].

5. Практична реалізація концепції «даних, які мають суспільний інтерес». Організація обов'язкового обміну даними приватного сектору з державними органами. Систематичне надання провайдерів та операторів телекомунікаційного зв'язку даних органам влади відповідно до визначеного переліку «даних, які мають суспільний інтерес» [14, с. 8].

6. Забезпечення адекватності (автентичності) передачі інформаційно-комунікаційними системами, відповідальними працівниками (управлінцями) та особами, які беруть участь у виробленні управлінських рішень, приймають рішення та виконують функції безпосереднього управління й виконання рішень шляхом підтримки єдності функціонування ІК-систем на різних рівнях управління та руху інформації.

7. Вирішення комплексу питань, пов'язаних з правами власності на інформаційні ресурси та використовувані дані.

8. Вирішення питань, пов'язаних з оплатою інформаційних ресурсів і даних, а також створення державно-приватних підприємств у сфері діяльності з даними та інформацією [15, с. 147; 16, с. 231].

9. Правовий захист джерел інформації, інформації та осіб, які мають повноваження на роботу з нею та засобами її передачі.

10. Забезпечення надійного технічного захисту інформації та ІК-систем, розроблення та запровадження механізмів протидії кіберзагрозам та управління кіберризиками.

11. Підвищення рівня кваліфікації, а також технічної та морально-психологічної підготовки управлінського персоналу.

Література:

1. Міщенко В. І. Механізми регулювання обміну даними. *Причорноморські економічні студії*. 2022. № 75. С. 37–45. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.75-6>.

2. Науменкова С. В., Міщенко В. І. Вдосконалення стратегічного управління цифровою трансформацією. *Economy digitalization in a pandemic condition: processes, strategies, technologies*. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2022. С. 52–57.

3. Міщенко В. І. Стратегічне управління процесами цифрової трансформації економіки. *Економіка України*. 2022. № 1. С. 67–81. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.01.067>.

4. Науменкова С. В., Міщенко В. І. Поняття системного ризику та підходи до визначення системно значущих банків. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2014. Т. 1. № 105. С. 185–189.

5. Науменкова С. В., Міщенко В. І. Проблеми вдосконалення управління державними корпоративними правами. *Економіка України*. 2002. № 5. С. 29–36.

6. Науменкова С., Міщенко С. Основні напрями координації грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики. *Вісник НБУ*. 2012. № 5. С. 13–21.

7. Mishchenko S., Naumenkova S., Mishchenko V., Ivanov V., Lysenko R. Growing discoordination between monetary and fiscal policies in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2019. Vol. 14. Is. 2. P. 40–49. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.04](https://doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.04).

8. Сомик А., Міщенко В. Монетарний трансмісійний механізм в Україні. *Вісник НБУ*. 2007. № 6. С. 24–27.

9. Міщенко В. І., Міщенко С. В. Удосконалення дії каналів трансмісійного механізму грошово-кредитної політики в Україні в умовах переходу до таргетування інфляції. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 421–428.

10. Льон І. М., Міщенко В. І. Роль монетарного регулювання у стимулюванні економічного розвитку. *Фінанси України*. 2017. № 4. С. 75–93.

11. Науменкова С. В., Міщенко В. І. Макропруденційні інструменти в механізмі забезпечення фінансової стабільності. *Фінанси України*. 2015. № 10. С. 53–76.

12. Петріна А., Міщенко В. Міжнародний досвід реструктуризації банківської системи за участі держави. *Вісник НБУ*. 2011. № 4. С. 12–17.

13. Міщенко С. В. Проблеми вдосконалення системи саморегулювання на фінансовому ринку. *Фінанси України*. 2009. № 9. С. 43–52.

14. Солик А., Шумило І. Базові прозорі документи грошово-кредитної політики: європейський досвід і перспективи впровадження в Україні. *Вісник НБУ*. 2010. № 2. С. 3–9.

15. Науменкова С. В. Проектне фінансування: навчальний посібник. Київ : Знання України. 2022. 217 с.

16. Bukovinsky S. A. et al. *The Banking System of Ukraine: Towards European Integration*. Kyiv: National Bank of Ukraine, 2015. 496 p.

INNOVATION IN BUSINESS EDUCATION

**Oksana Bondar-Pidhurska, Doctor of Economics,
Associate Professor of the Management Department**

Yulia Lazarenko, M.Sc

Poltava University of Economics and Trade

Poltava, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-56>

MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY: THEORETICAL ASPECT

The development of educational institutions is today, as always, of primary importance for the reconstruction of the national economy. When it comes to business education, the question of managing their competitiveness becomes relevant, where innovation, price and quality become the main factors. Therefore, it makes sense to talk about the development of educational institutions based on digital technologies, which is at the same time one of the factors of managing its competitiveness and the condition and challenge of today. This is closely correlated with the innovative policy of Ukraine in the context of its sustainable development and European integration [1].

Therefore, we will explain the relationship between the categories "digital culture", "digital literacy", "digital education".

So, digital literacy is the possession of skills necessary to live, study and work in a society where communication and access to information is based on the use of digital technologies, such as Internet platforms, social media and mobile devices. That is, it is the ability to read, write and speak, which is realized on the basis of the formation of certain digital competencies (information and media literacy, safety in the digital environment, the ability to work with data, computer literacy, communication and interaction in the digital environment, creating digital content (including programming), communication and interaction in a digital environment, etc.) [2].

The staff of educational institutions should be aware that information (in the form of photos, videos, news, etc.) will be available to a wide range

of people who, using it, can negatively affect the future development and competitiveness of the enterprise. That is why the question of information security for operating business entities at all levels arises [3].

One of the measures that will minimize the negative impact of the global Internet as a threat to the interests of the existence and development of the enterprise is the formation of a digital culture of participants in the production process in a virtual environment. That is, thanks to the Internet, a new educational order was formed, which led to the emergence of digital culture - a system of values, attitudes, norms and rules of behavior that an individual perceives, supports and broadcasts in a virtual environment. Some specialists understand digital culture as a set of principles and competencies that characterize the predominant use of information and communication digital technologies for interaction with society and solving tasks in professional activities. At the same time, culture in the digital environment acquires a new meaning, the education system changes, that is, the process of transferring knowledge and skills is transformed, and education and values affect the perception of information and behavior [2; 4; 5].

The above allows us to clarify the concept of digital education, which is closely related to digital literacy and digital culture. Thus, digital education is the provision of knowledge, competences and skills to students (able and willing to learn) by educational institutions for the purpose of obtaining digital literacy and under the condition of the appropriate level of digital culture in society. The scheme of the development of digital processes in the economy and society from the position of an integrated approach is presented visually (Fig. 1).

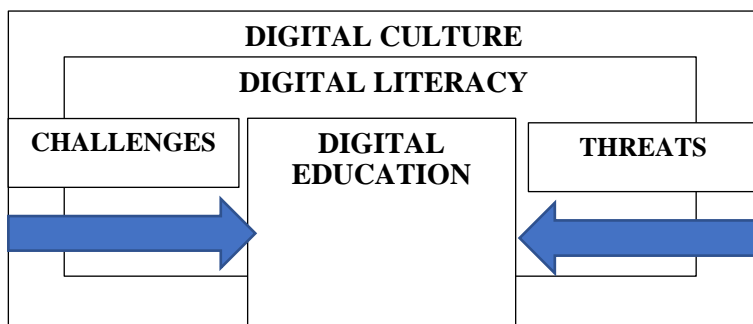


Fig. 1. Scheme of the development of digital processes in the economy and society: a comprehensive approach

Source: author's development

Thus, based on the analysis of the categorical apparatus in the field of digitalization of the economy, the term "digital education" was proposed and a comprehensive approach to the development of digital processes in the economy and society was formed. It was emphasized that digitization is now becoming a factor in the competitiveness of educational institutions both in Ukraine and in other civilized countries of the world.

References:

1. Bondar O. V. (2011) Innovatsiina polityka Ukrainy v konteksti staloho rozvytku ta yevrointehratsii [Innovative policy of Ukraine in the context of sustainable development and European integration]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 6 (25), pp. 13–16.
2. Bondar-Pidhurska O. V., Ruban Yu. O., Shevtsova K. A. (2021) Tsyfrova hramotnist i tsyfrova kultura yak indykatory otsinky rezultatyvnosti formuvannia ta realizatsii stratehii rozvytku pidpryiemstva v umovakh didzhital-ekonomiky [Digital literacy and digital culture as indicators of the effectiveness of the formation and implementation of the company's development strategy in the conditions of the digital economy]. *Perspektyvy rozvytku upravlinskykh system u sotsialnii ta ekonomichnii sferakh Ukrainy: teoriia i praktyka : zb. materialiv V Vseukr. nauk.-prakt. int.-konf., 2 hrudnia*. Kyiv : KUBH, pp. 364–366.
3. Bondar-Pidhurska Oksana, Glebova Alla, Konovalova Nadiia (2021) Corporate social responsibility as a tool for governance of sustainable development economy: digitalization and pandemic (Covid-19). *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol. 167, pp. 125–131. URL: <https://www.atlantis-pess.com/proceedings/ermi-21/125952862> (accessed 18.09.2022).
4. Pro realizatsiiu proektu YeS «Ramkova struktura tsyfrovyykh kompetentnostei dlia ukrainskykh vchyteliv ta inshykh hromadian» (dcomfra) [About the implementation of the EU project "Framework of digital competences for Ukrainian teachers and other citizens" (dcomfra)]. Nakaz ministerstva osvity i nauky Ukrainy № 366 vid 15 bereznia 2019 roku. URL: <https://bit.ly/300KTiB> (accessed 10.09.2022).
5. Bondar-Pidhurska Oksana, Hliebova Alla, Konovalova Nadiya (2022) Cooperation between education and business in the context of achieving sustainable development goals: problems, opportunities, prospects for Ukraine. *Modern transformations in economics and management: Proceedings of the VI International scientific-practical conference (June 3–4, 2022. Klaipeda, Lithuania)*. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", pp. 162–166.

Iryna Zapadynska, PhD in Pedagogy, Docent
Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnitsia, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-57>

INNOVATIONS IN EDUCATION: NECESSITY, ESSENCE, CONTENT

The priority goals of modern education are the universal development of a man as a personality and the highest value of society, the development of his talents, intellectual, creative and physical abilities. For the realization of this goal, an appropriate educational environment should be created, which would be characterized by systematization, scientism, logicity, progressiveness and innovation. Innovations in education are also aimed at raising the level of modern science, the introduction of new technologies, the use of modern information and communication means etc.

We state that the issues of innovation in education are traditional for every education system at every stage of its development. They are variable, historical, because every era makes its own demands on man, the process of his education, formation and upbringing. The purpose of this research is to study and summarize the content, nature, and specificity of innovation in education taking into consideration social determinants in modern conditions.

In order for a person to be able to cope with their own life tasks and challenges, as well as to become a productive member of civil society, his education must include and reflect the achievements of modern science, technology and engineering.

We define pedagogical innovation as a process of updating or improving the theory and practice of education, that optimizes the achievement of its goal. We emphasize that a modern teacher must have the formed innovative competence with its relevant components.

Innovation activities should be based on systemic and competency-based approaches and the principle of scientism; an important feature of educational innovations is also its structured nature; innovations in education should be aimed at the guaranteed achievement of the goals of the educational process, as well as form a complete outline of the educational process and secure an expected result.

The modern world is characterized by dynamism, changeability, unpredictability, specific challenges, to overcome which people must mobilize maximum intellectual and spiritual efforts. Changes are taking place in all areas of human life, in addition, modern education has not become a special sphere of human life, which ensures the accumulation and transfer of the preservation of knowledge and experience. The values, institutional forms and content of modern education depend on a number of factors, namely: globalization of the modern world and its integration; rapid development of technologies; total informatization of public space; changes in educational standards and paradigms, etc.

Innovations affect the content of the educational process, the formal level of education, pedagogical tools, functions and goals of educational subjects activity, and others, which will thereby help the educational field of each individual country and the world educational space in general.

1. The problem of pedagogical innovation in its various dimensions was considered by such Ukrainian scientists as: I. Konovalchuk (justifies the theoretical and technological facilities for the implementation of innovations, as well as analyzes the essence and structure of the teacher innovative competence of a general educational institution) [5; 6]; I. Dychkivska (presents applied aspects of innovative pedagogical technologies in the modern educational space of the Ukrainian school) [2].

For the systematicity and integrity of the problem consideration, first of all, it is necessary to define the key concepts that present the specified process. Therefore, in view of the purpose of our article, we operate with such definitions as:

- innovation – a complex activity aimed at the creation (birth, development), development, use and distribution of something new [8];

- innovativeness – an emotional and evaluative attitude towards innovations, a difference in the subject's receptivity to innovations, new ideas, experience [7];

- innovative pedagogical activity – purposeful pedagogical activity based on the understanding of practical pedagogical experience, oriented to the change and development of the educational process with the aim of achieving higher results, obtaining new knowledge, the formation of a qualitatively different pedagogical practice [7];

- innovative educational technology is a qualitatively new set of forms, methods and means of teaching, education and management, which brings significant changes to the result of the educational process and is a multi-component model that includes:

- educational innovation technology (selection of operational actions of the teacher with the student, as a result of which students' motivation for the educational process is improved),
- educational innovative technology (artistic means and methods of influencing the consciousness of the student's personality with the aim of forming personal values in him in the context of universal human values),
- managerial innovative technology (modern economic, psychological, diagnostic, information technologies, that create conditions for prompt and effective decision-making by the manager) [9];

- pedagogical innovation – the process of updating or improving the theory and practice of education, which optimizes the achievement of its goal [1].

It is also important for a teacher to be ready for innovative pedagogical activity, which is defined by scientists as "a special personal state that requires a teacher to have a motivational and valuable attitude to professional activity, to possess effective methods and means of achieving pedagogical goals, and the ability to be creative and reflective" [7]. It should also be emphasized that the modern teacher must have innovative competence, the main features of which are:

- understanding of the social significance and necessity of innovations;
- creativity of thinking and the ability to apply a creative, non-standard approach in pedagogical activity;
- innovativeness of goal setting and definition new ways of realizing educational goals;
- availability of relevant professional knowledge and competences;
- ability to a creative approach in solving professional tasks;
- ability to design, search for original and non-standard solutions, search for optimal ways of solving educational problems;
- awareness of responsibility for professional activity and results of pedagogical interaction within the subject-subject paradigm, etc.

Therefore, in order for a person to be able to cope with his own life tasks and challenges, as well as to become a productive member of civil society, his education should include and reflect the achievements of modern science, technology and technology. Modern pedagogical innovation is a young branch of educational changes, because it reflects the life of society, which is determined by informatization, globalization, integration into the European educational space. Pedagogical innovation is defined as the process of updating or improving the theory and practice of education, which optimizes the achievement of its goal. We emphasize that

the modern teacher must have innovative competence with its corresponding components. Systematic and competence-based approaches should be the basis of innovative activity; principle of scientificity; an important feature of educational innovations is also its structure; innovations in education should be aimed at the guaranteed achievement of the goals of the educational process, create a coherent outline of the educational process and ensure a predictable result.

References:

1. Danylenko, L. I. (1998). *Modernizatsiia zmistu, form ta metodiv upravlinskoi diialnosti dyrektorazahalnoosvitnoi shkoly: monohrafiia* [Modernization of the content, forms and methods of management of the director of secondary school: monograph]. Kyiv, 450 p. [in Ukrainian].
2. Dychkivska, I. M. (2004). *Innovatsiinipedahohichni tekhnolohii : navch. posibnyk* [Innovative pedagogical technologies: textbook manual]. Kyiv, 352 p. [in Ukrainian].
3. Konovalchuk, I. I. (2011). *Sutnist i strukturainnovatsiinoini kompetentnosti pedahoha zahalnoosvitnohonavchalnoho zakladu* [The essence and structure of innovative competence of a teacher of a secondary school]. *Professional pedagogical education: competence approach: monograph*. Zhytomyr, pp. 110–130. [in Ukrainian].
4. Konovalchuk, I. I. (2016). [The theoretical and technological bases of realization of innovations in general educational institutions. The essence and structure of innovative competence of the teacher. The development of system and technology of its development]. *Acme achievements of scientists of Zhytomyr scientific and pedagogical school: monograph*. Zhytomyr, pp. 138–170. [in Ukrainian].
5. *Korotkyi terminolohichni slovnyk zinnovatsiinykh pedahohichnykh tekhnolohii* [A short glossary of innovative pedagogical technologies]. Available at: <https://www.google.com.ua/search> [in Ukrainian].
6. Kravchenko, H. Iu. (2002). *Innovatsiinenavchannia ta yoho mistse u vnutrishno-shkilni naukovo-metodychnii roboti z uchyteliamypochatkovykh klasiv* [Innovative learning and its place in intra-school scientific and methodical work with primary school teachers]. *The scientific and methodological support of modernization of primary education: Proceedings of the All-Ukrainian Scientific-Practical Conference*. Luhansk, p. 220. [in Ukrainian].
7. *Otsiniuvannia ta vidbir pedahohichnykh innovatsii: teoretyko-prykladnyi aspekt: Nauk-metod. posib.* [Anevaluation and selection of pedagogical innovations: the theoretical and applied aspect: Science-method manual]. Kyiv, 2001. 185 p. [in Ukrainian].

**Iryna Semeniuk, Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Management
and Administration**

**Natalia Makhnachova, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Head of the Department of Management
and Administration**

*Vinnytsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnytsia, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-58>

ENTREPRENEURIAL EDUCATION OF IDP WOMEN AND IMMIGRANT WOMEN AS A TOOL TO OVERCOME THE CRISIS IN THE LABOR MARKET

According to the International Labor Organization, almost 5 million Ukrainians have lost their jobs since the beginning of the war. Of this number, 1.2 million are refugees who left for neighboring countries, and 3.6 million are unemployed living in Ukraine. At the same time, many qualified specialists are looking for work [1]. Thus, it is quite possible to speak about the most acute crisis in the labor market of Ukraine over the past decade, which in turn creates an additional burden on the labor market of neighboring EU countries.

No less global is the problem of unemployment among IDP women and women who have become immigrants in the countries of the European Union. In addition, in Ukraine for the nine months of 2022, the highest rate of registered unemployed was recorded among women aged 35–45 years [2]. At this age, women are at the peak of their economic activity, which only exacerbates the above problem.

Therefore, it is important to solve the problem of integrating IDP women and immigrant women into the labor market through entrepreneurship. After all, state institutions both in Ukraine and EU actively provide grant and consulting support for doing business.

In this context, it is also important to unite the efforts of the Ukrainian and European communities to solve the unemployment problem. The WeCan project is an example of such cooperation. WeCan is an Erasmus+ project that aims to facilitate the integration of immigrant women both socially and in the labor market through entrepreneurship. The project lasted for three years and finished in 2022. The leading organization

and project coordinator is Folkuniversitetet (Sweden). There are also 5 partner organizations from the Netherlands, the United Kingdom, Cyprus, Greece and Ukraine [3].

The final intellectual output of the project implementation (IO3) is the development of Guidance for professionals working with low skilled women with entrepreneurial ideas. Through the research conducted at the primary stages of the project and the pilot implementation of the WeCan training course, project partners have approached the Guidance in a way that would serve the real needs of the migrant women and IDP women. The final Guidance for professionals working with low skilled women, provides suggestions on how to enrich current integration programs for low skilled women with training material, for the development of the entrepreneurial competence. For those women having their own entrepreneurial ideas it offers guidelines on how to develop these ideas one step further.

The Guidance takes the role of a multitool that can be used in various programs/training courses/consultation sessions, by professionals who work with migrant/IDP women either low-skilled or with certain entrepreneurial ideas. The core idea is that professionals working with low-skilled women or women with entrepreneurial ideas, use the creation of an event as a simulation in order to apply some of the entrepreneurial skills.

When developing the Guidance, much attention was paid to the formation of women's entrepreneurial competence. Entrepreneurship (which involves a sense of initiative) is one of the discerned key competences prioritised by the European Commission considers as essential for all citizens. The European Commission's definition for Entrepreneurship (or "sense of initiative") is: the capacity to act upon opportunities and ideas, and to transform them into values for others. It is founded upon creativity, critical thinking and problem solving, taking initiative and perseverance and the ability to work collaboratively in order to plan and manage projects that are of cultural, social or commercial value.

By developing the entrepreneurial competence, one is addressing the basic competences and attitudes which migrant/IDP women in host countries/ communities are often lacking due to the barriers they face during the integration process: being self-managing, taking initiative and being able to take control of their own lives and careers (fig. 1).

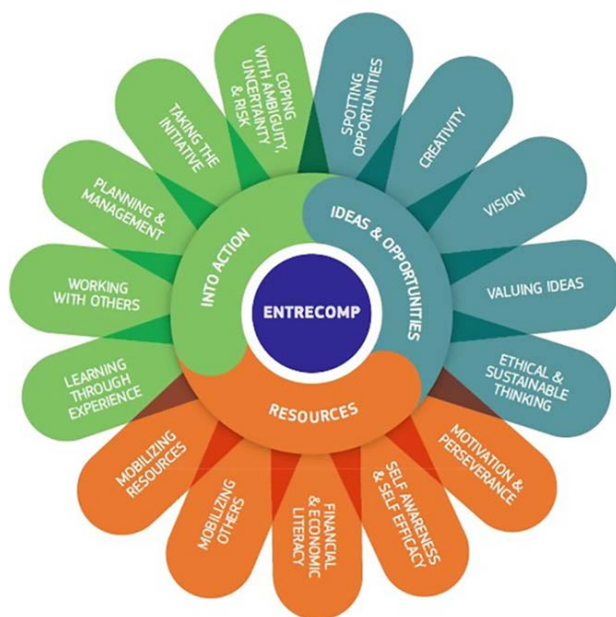


Figure 1. Competence areas related to entrepreneurial competence

Source: [4]

Thus, the war became a challenge for the labor market in Ukraine and the European Union, causing an increase in unemployment among women. To overcome the problem, it is important to focus on developing an entrepreneurial attitude as a capacity to act upon opportunities and ideas and transform them into values for others. This was one of the main tasks for the implementation of the WeCan project and the development of Guidance for professionals working with low-skilled women with entrepreneurial ideas.

References:

1. Nearly 5 million jobs have been lost in Ukraine since the start of the Russian aggression, says ILO. International Labour Organization. URL: https://www.ilo.org/global/about-theilo/newsroom/news/WCMS_844625/lang-en/index.htm.
2. The situation on the labor market and the activities of the State Employment Service in January-August 2022. Official website of the State Employment Service. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/67>.
3. The official website of the WeCan project. URL: <https://wecan.projectlibrary.eu>.
4. The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp). URL: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>.

**Alla Ternova, Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor, Head of the Department of Merchandising,
Expertise and Trade Entrepreneurship
Vinnytsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics
Vinnytsia, Ukraine**

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-59>

SMART EDUCATION: PERSPECTIVES OF USE

SMART-ОСВІТА: ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ

Інтенсивний розвиток високотехнологічних виробництв актуалізує реалізацію сучасних підходів до підготовки кваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, що передбачає зміну освітньої парадигми. Цифровізація – один із пріоритетних напрямів розвитку освітньої системи, орієнтованої на формування у тих, хто навчається, затребуваних сучасних компетенцій у контексті цифрової економіки, яка є ключовим фактором усіх сфер діяльності суспільства.

Україна активно включилася в розбудову цифрового суспільства. Так, у 2019 р. було створено Міністерство цифрової трансформації України, яке забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері: цифровізації, цифрової економіки, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства; розвитку цифрових навичок та цифрових прав громадян; відкритих даних, розвитку національних електронних інформаційних ресурсів та інтероперабельності, розвитку інфраструктури ширококутного доступу до Інтернету та телекомунікацій, електронної комерції та бізнесу; надання електронних та адміністративних послуг; електронних довірчих послуг; розвитку ІТ-індустрії та ін. [1].

В Національній економічній стратегії на період до 2030 року, затвердженій постановою Кабінету Міністрів України від 03 березня 2021 р. № 179, визначено, що ефективна цифрова сервісна держава та компактні державні інститути (розвиток цифрової економіки як одного із драйверів економічного зростання України) є одним із основних стратегічних орієнтирів [2].

Процеси цифровізації усіх сфер життя обумовлюють нагальну потребу формування цифрових навичок серед широких верств

населення для забезпечення можливості ефективного використання цифрових технологій у будь-якій сфері діяльності, що ставить пріоритетне завдання цифровізації системи освіти, яка формує ці навички. У відповідності до такої потреби Міністерство освіти і науки України розробило проєкт Концепції цифрової трансформації освіти та науки на період до 2026 року [3].

Інформатизація освітнього простору – сучасний міжнародний тренд розвитку освітньої системи, підготовки компетентних фахівців, що успішно адаптуються в умовах високотехнологічних виробництв та умов, що швидко змінюються.

Ключовим фактором у підготовці висококваліфікованих, конкурентоспроможних на ринку праці фахівців є створення цифрового освітнього середовища, що забезпечує високу якість та доступність освіти.

Інтеграція цифрових технологій у освітній процес дозволяє підвищити якість навчання, задовольняти індивідуальні потреби здобувачів: засвоювати базові/поглиблені онлайн-курси з різних галузей знань на сучасних національних платформах, а також на провідних світових освітніх майданчиках, розвивати додаткові/актуальні компетенції, навички саморозвитку та взаємодії у спільнотах, підвищувати власний інтелектуальний рівень, щоб бути продуктивним у професійному середовищі, що динамічно розвивається.

Процес становлення нових підходів до освіти символічно можна поділити на три періоди. У минулому єдиним джерелом знань для студента був викладач. Метою інститутів було підготовка експертів для індустріального виробництва.

В даний час знання передаються як від викладача до студента, так і поширюються між студентами, що дає можливість створювати найновіший рівень отримання інформації. До того ж, широко починають застосовуватися освітні технології, і викладачі мають можливість поширювати знання не тільки в аудиторії, а й в інформаційному середовищі. Сучасному бізнесу необхідні компетентні експерти, що самостійно добувають знання, готові до спільноти,

У майбутньому основним джерелом пізнання для студента стане Інтернет, технології стануть персонально орієнтованими і будуть націлені на створення нових і нових знань. Процес навчання буде спрямований на переміщення фрагментів знань у всіх напрямках як від студента до викладача і назад, так і від студента до студента. Випускник стане не просто професіоналом у власній галузі, у нього

з'явиться можливість вливатись у бізнес-середовище у вигляді партнера чи підприємця.

Багато питань функціональної спрямованості інформаційних процесів у сучасній освіті так чи інакше пов'язані зі Smart-освітою, яка здатна забезпечити максимальний рівень освіти, що відповідає завданням та можливостям сьогоденного світу; адаптацію молодих людей до умов освітнього середовища, що швидко змінюються; гарантії переходу від книжкового контенту до інтерактивного.

Концепція Smart в освіті виникла за проникненням у наше життя різноманітних розумних пристроїв, що полегшують процес професійної діяльності та особистого життя (смартфон, розумний будинок, смарткар – інтелектуальний автомобіль, смартборд – інтерактивна інтелектуальна електронна дошка, Smart-система самодіагностики жорсткого диска.

Smart має на увазі підвищення рівня інтелектуальності пристроїв, що формують довкілля для того чи іншого виду діяльності. Перенесення даної концепції в освіту перебуває у початковій стадії, терміни та основні поняття проходять процес формування. Розуміння Smart стосовно галузі освіти коливається від використання смартфонів та інших аналогічних пристроїв для доставки знань студентам до формування інтегрованого інтелектуального віртуального середовища навчання, у тому числі з використанням пристроїв категорії Smart.

Швидкість виникнення нових технологій за останнє десятиліття значно зросла, щороку виробники пропонують нові пристрої для професійної діяльності та комунікацій. Нові інтелектуальні Smart-технології потребують зміни платформ, що використовуються для передачі знань та широкого використання Smart-пристроїв. Професійна освіта має стати однією з галузей, що найшвидше оновлюються як з точки зору змісту, так і з точки зору технологій і методів навчання. Швидкість оновлення знань та технологій має розглядатися як критерій якості системи освіти.

Основою Smart-підходу до навчання є подача теоретичного матеріалу для вирішення реального бізнес-завдання. Для реалізації даної концепції в рамках певної дисципліни необхідним є створення бібліотеки бізнес-кейсів від реальних компаній. В зв'язку з цим основними принципами Smart-освіти мають бути:

- мобільність процесу навчання – забезпечує реалізацію принципу навчання в зручному місці, в зручний час. Реалізується за рахунок використання мобільних платформ;

- двостороння інтеграція із соціальним медіа – забезпечує швидке поширення інформації про підручник, а також використання інформації із соціальних медіа в процесі навчання;
- самонаповнюваність – забезпечує наповнення змісту підручника актуальною і повною інформацією досліджуваних питань;
- онлайн-консультації з фахівцями-практиками – забезпечує взаємодію з експертами галузі;
- ланцюг спільного створення контенту: студент-науково-педагогічний працівник – перспективою розвитку Smart-навчання є «peer-2-peer навчання», а саме, коли студенти взаємодіють один з одним в рамках навчання, а також коли матеріали, пропонувані студентом, використовуються в навчанні наступних слухачів;
- синхронне вивчення матеріалу і реалізація навичок у вирішенні реальних бізнес-завдань в умовах соціального середовища – практична орієнтованість подачі навчального матеріалу, тобто реалізація принципу «кейс для вирішення + теоретичний матеріал» [4].

Таким чином, інтеграція Smart-технологій в освітній процес дозволяє не тільки підвищити ефективність освітнього процесу, а й розвивати комунікативні здібності здобувачів вищої освіти, робити їх активними суб'єктами пізнання, враховувати індивідуальні особливості та здійснювати самостійну навчальну діяльність, у ході якої він самонавчається та саморозвивається.

Література:

1. Положення про Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pitannya-ministerstva-cifrovoyi-t180919>.
2. Національна економічна стратегія на період до 2030 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 03 березня 2021 р. № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>.
3. Концепція цифрової трансформації освіти та науки на період до 2026 року (проект). URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/koncepciya-cifrovoyi-transformaciyi-osviti-i-nauki-mon-zaproshtuye-do-gromadsk-ogoobgovorennya>.
4. Тернова А., Шарко В. Перспективи використання Smart-технологій в освіті. *Smart-освіта: ресурси та перспективи*: матеріали II Міжнар. наук.-метод. конф., м. Київ, 23 лист. 2016 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. С. 338–341.

Izdevniecība “Baltija Publishing”
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058

Iespiests tipogrāfijā SIA “Izdevniecība “Baltija Publishing”
Parakstīts iespiešanai: 2022. gada 30 septembris
Tirāža 100 eks.